

C.P.I.A. 5 TORINO
Centro Provinciale Istruzione Adulti

PIANO DI MIGLIORAMENTO

PIANO DI MIGLIORAMENTO

PRIMA SEZIONE ANAGRAFICA

Nome CPIA 5 Torino

Codice meccanografico TOMM33200E

Responsabile del Piano (DS)

Cognome e Nome ESPOSITO RITA

Telefono 0119575022

Email dirigente@cpiastorino.gov.it

Referente del Piano

Cognome e Nome MORIONDO LIDIA

Telefono 0114085253

Email moriondolidia@tiscali.it

Ruolo nella scuola RESPONSABILE GAV, FS PTOF

Comitato di miglioramento

Giovanna BATTISTA

Massimo BENENTE

Marina DE LUCA

Alessandra di AICHELBURG

Marisa MARTINELLI

Gianfranco RABINO

Durata dell'intervento in mesi: dieci mesi.

Periodo di realizzazione: da 01/03/2018 a 31/12/2018

SECONDA SEZIONE

ELABORARE UN PIANO DI MIGLIORAMENTO BASATO SUL RAPPORTO DI AUTOVALUTAZIONE

COMITATO DI MIGLIORAMENTO E GRUPPI DI PROGETTO

Considerato il complesso lavoro di analisi già effettuato dal GAV, il comitato di miglioramento nasce in continuità con le azioni già concluse. Risulta quindi composto da alcuni dei componenti del Gruppo, incaricati anche del coordinamento dei singoli progetti, a cui si aggiungono nuove professionalità, in modo da rendere più agevole la fase operativa dei gruppi di progetto. Viene assicurata in modo capillare la presenza di rappresentanti di tutte le sedi associate, la presenza dei coordinatori delle sedi stesse, la presenza di Assistenti Amministrativi per il coordinamento delle azioni con ricaduta sul settore amministrativo. Completano il gruppo il DS e il referente del PDM.

MONITORAGGIO DEL PDM

Il Comitato di miglioramento condurrà il monitoraggio del PDM attraverso una serie di rilevazioni, attentamente pianificate, relative allo stato di avanzamento dei progetti. Saranno presi in considerazione indicatori quali la frequenza degli incontri, la definizione di un responsabile per la preparazione e verbalizzazione degli incontri, l'organizzazione di riunioni non pianificate, l'andamento delle spese previste nel budget, il rispetto dei tempi previsti in fase di progettazione. Tutto ciò allo scopo di favorire la valutazione *in itinere* ed evidenziare la necessità di eventuali azioni correttive. Tutti i progetti del PDM prevedono una fase di CHECK dettagliatamente descritta.

RELAZIONE TRA RAV E PDM

In seguito all'analisi e all'aggregazione, a livello di sottocriterio, dei risultati dell'autovalutazione, si sono selezionati i PDF e i PDD di maggiore rilevanza per il CPIA5. In particolare, si sono evidenziati i Punti di debolezza strategici e quelli ricorrenti nel RAV; essi riguardano principalmente tre aree sintetizzabili in: personale, corsisti, stakeholders. Si è quindi ritenuto di puntare verso tre Fattori Critici di Successo, riguardanti: Motivazione e soddisfazione del personale, Soddisfazione dei portatori di interesse interni ed esterni, Efficienza della struttura. La matrice Importanza valore, in effetti, ha confermato la scelta operata: infatti i sottocriteri apparsi in Q1 risultano gli stessi rispetto ai quali si sono individuate carenze e criticità.

Dovendo compiere delle azioni concretizzabili (legate alla disponibilità del personale e al budget), per il momento, si è scelto di lavorare rispetto alla parte "in ingresso" del Sistema CPIA 5, ma cercando di raggiungere gli obiettivi connessi ai FCS: campagna di comunicazione dell'offerta, procedure amministrative e pedagogiche in ingresso costituiscono una prima risposta alle criticità emerse nel RAV. Negli anni futuri si procederà ad esaminare, vagliare e migliorare i processi in itinere e gli output di sistema.

INTEGRAZIONE TRA PIANO E POF

L'aggiornamento annuale del PTOF, approvato nel mese di dicembre 2017, illustra le attività previste per l'ultima delle tre annualità di pertinenza: i progetti esposti nel presente Piano di miglioramento risultano sì perfettamente compatibili ed integrabili nel Piano dell'Offerta Formativa in scadenza, ma si configurano anche come elemento di continuità per la progettazione futura.

Già nel PTOF, infatti, è prevista la necessità di una "definizione di momenti di incontro fra docenti e personale amministrativo, in cui vengano analizzate le difficoltà di procedura e si trovino soluzioni in grado di migliorare la qualità del lavoro quotidiano", a cui in parte risponde il progetto "Mappatura delle procedure amministrative relative alle iscrizioni-accoglienza e definizione delle linee guida del processo".

Parimenti, il progetto "Campagna di comunicazione dell'offerta formativa del CPIA5" risponde perfettamente agli obiettivi di "migliorare la comunicazione verso l'esterno, in particolare con i fruitori dei servizi, di assicurare la trasparenza dell'organizzazione, delle sue decisioni e delle sue attività, di ripensare i materiali, le procedure e, soprattutto, la scansione cronologica da utilizzare al fine di diffondere in modo capillare, all'interno dell'ampio territorio coperto dal CPIA 5, tutte le informazioni relative alla proposta didattica 2018/2019".

Alla necessità di "elaborare percorsi disciplinari comuni e condivisi" risponde parzialmente il progetto "Mappatura delle procedure pedagogico- didattiche relative alla fase di accoglienza in vista della definizione delle linee guida".

Nel PTOF che verrà redatto per il prossimo triennio si terrà conto dei risultati dei progetti esposti nel presente documento e, dopo un loro attento riesame, verranno proposti progetti che rappresentino la continuazione ed l'evoluzione di questi.

QUICK WINS

Le azioni di rapida attuazione e ad effetto immediato da porre in atto nel periodo tra l'autovalutazione e la definizione del piano sono riportate nella tabella di seguito.

<i>Quick wins</i> (descrizione)	Responsabili	Obiettivi	Risultati raggiunti
Diffusione RAV (On-line e sintesi esposta nei locali delle scuole)	DS, Responsabile sito e referente GAV	Far conoscere agli stakeholders interni ed esterni i Punti di Forza e di Debolezza del CPIA. Restituire al personale i risultati del lavoro svolto dal GAV, anche in virtù del contributo di ciascuno al processo di AV	Tutto il personale conosce i risultati del RAV. Gli stakeholder che utilizzano il sito possono prendere atto di tali risultati.
Creazione sul sito web di una galleria di foto/video che illustri le attività del CPIA5 TO	Animatore digitale, Responsabile sito	Far conoscere le attività del CPIA ai portatori d'interesse Coinvolgere il personale Offrire dei feedback ai corsisti	I possibili utenti conoscono l'attività che si svolge a scuola. I frequentanti dei corsi trovano una documentazione video-fotografica degli eventi più interessanti.
Inserimento sul sito web di un modulo per proposte di miglioramento/reclami da parte degli stkh	Figure strumentali Responsabile sito	Migliorare la comunicazione verso l'esterno, in particolare con i fruitori dei servizi Assicurare la trasparenza dell'organizzazione, delle sue decisioni e delle sue attività.	Gli stakeholders interni possono esprimere approvazione o disappunto rispetto al servizio ottenuto presso il CPIA.

ELENCO PROGETTI

Il piano si compone dei seguenti progetti:

- 1- Mappatura delle procedure pedagogico- didattiche relative alla fase di accoglienza in vista della definizione delle linee guida
- 2- Mappatura delle procedure amministrative relative alle iscrizioni-accoglienza e definizione delle linee guida del processo
- 3- Campagna di comunicazione dell'offerta formativa del CPIA5

PROGETTI DEL PIANO

Titolo del progetto: Mappatura delle procedure pedagogico- didattiche relative alla fase di accoglienza e definizione delle linee guida

Responsabile del progetto:	Battista Giovanna
-----------------------------------	-------------------

Data prevista di attuazione definitiva:	dicembre 2018
--	---------------

Livello di priorità:	25
-----------------------------	----

Riferimento a sottocriteri del CAF	5,1, 5.2, 9.1, 7.1,7.2, 2.4, 3.3.
---	-----------------------------------

I componenti del Gruppo di progetto AUDRITO Mariangela
BATTISTA Giovanna
DE LUCA Giuseppe
DE LUCA Marina.

Fase di PLAN - DESCRIZIONE DEL PROGETTO E PIANIFICAZIONE

La scuola si mostra carente dal punto di vista del monitoraggio dei processi, perché mancano gli strumenti che permetterebbero un'analisi la cui lettura porterebbe all'identificazione di correttivi. Vi sono lacune nei sistemi di comunicazione e ciò fa sì che si creino dei fraintendimenti e i conseguenti malumori.

Per intervenire in questo ambito si pensa di iniziare una mappatura che descriva i processi di accoglienza degli allievi, a partire dal momento dell'iscrizione fino all'effettivo inserimento nei corsi.

La mappatura dei processi permetterà di ottenere una maggiore chiarezza sulle varie procedure adottate. Le *best practices* potranno essere condivise con tutto il personale coinvolto, che risulterà maggiormente responsabilizzato e partecipe, garantendo così un migliore servizio.

1. Destinatari diretti:
personale docente, personale ATA, studenti, cooperative e famiglie degli studenti minorenni.
2. Attività in cui il progetto si articola:.

Attività	Obiettivi (Risultati attesi)		Indicatori	Target atteso
Riesame delle procedure finora utilizzate (con individuazione delle best practices)	Output	Scansione fasi di accoglienza	Numero fasi	Identificazione punti di forza e debolezze
	Outcome	Scansione fasi di accoglienza	Incoerenze nella sequenza	Risoluzione incoerenze
Rimodulazione della nuova procedura	Output	Scansione fasi di accoglienza	Numero fasi definitivo	Procedura definitiva ed efficace
	Outcome	Condivisione ottimale della procedura	Eliminazione incoerenze della sequenza	Accoglienza ottimale in tutte le fasi

3. Impatto che i risultati del progetto avranno, direttamente o indirettamente, sulle performance della scuola.

Procedure di iscrizione snellite e facilmente gestibili autonomamente dall'utenza, senza oberare il personale addetto all'accoglienza; procedura completa nota anche agli stkh; aumento delle iscrizioni.

4. Elenco delle varie attività in cui è articolato il progetto:

Attività	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività												
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	
Riesame delle procedure finora utilizzate	Battista Giovanna	30/04/2018			x	x									
Rimodulazione della nuova procedura	De Luca Marina	30/06/2018					x	x							
Valutazione dei risultati	Battista Giovanna De Luca Marina	30/12/2018										x	x	x	x

5. Budget del progetto.

	Costo unitario	Quantità (ore, giornate, pezzi, ecc.)	Totale
Personale Docente	€ 23,22	34 ore	€ 789,48
Spese			
Servizi di consulenza			
Acquisto di beni			
Spese dirette			
TOTALE			€ 789,48

Fase di DO - REALIZZAZIONE

1. Modalità con cui il progetto viene attuato:

Si procede al riesame di tutte le procedure presenti e passate, mettendole a confronto con l'esperienza effettivamente vissuta e traendone incongruenze e manchevolezze.

Si procede alla stesura di un prospetto sequenziale di tutte le fasi.

Si rimodula la nuova procedura sulla base del prospetto, tenendo in considerazione le parti già utilizzate risultate efficaci (*best practices*) e inserendo nuovi elementi necessari alla realizzazione di una nuova più efficiente procedura.

Si presenta e si diffonde la nuova procedura tra tutto il personale, sia docente che ATA, addetto all'accoglienza.

Particolare attenzione andrà prestata nel prevedere possibili sviluppi, in modo da immaginare le eventuali misure correttive. La nuova rimodulazione verrà applicata a partire dall'anno scolastico successivo (2018/2019).

2. Responsabili e modalità di attuazione.

Attività	Eventuale responsabile	Modalità di attuazione
Riesame e confronto di tutte le procedure	Battista Giovanna	Incontri cadenzati e lavoro di gruppo
Realizzazione di un prospetto sequenziale	Battista Giovanna	Incontri cadenzati e lavoro di gruppo
Rimodulazione della nuova procedura	De Luca Marina	Incontri cadenzati e lavoro di gruppo

Diffusione e presentazione della nuova procedura tra tutto il personale	De Luca Marina	Incontri con il personale
---	----------------	----------------------------------

Fase di CHECK – MONITORAGGIO

Con cadenza settimanale il responsabile del progetto si preoccupa di: verificare con il personale coinvolto come si sono svolte le operazioni di accoglienza; controllare se si sono verificati dei problemi o degli intoppi; confrontarsi con il personale che ha rilevato i problemi e con la commissione sul perché dei problemi emersi; insieme alla commissione pensare a quali misure mettere in campo per ottenere un migliore svolgimento del processo; con la commissione, prevedere gli eventuali rischi e le loro possibili soluzioni.

Fase di ACT – RIESAME E MIGLIORAMENTO

Si procede all'attuazione dell'azione correttiva anche facendo ricorso a benchmarking e benchlearning. Le azioni di miglioramento saranno comunicate alla Dirigenza e al personale coinvolto. Il tutto dovrà avvenire in tempi molto brevi (pochi giorni), per non sovraccaricare il flusso dell'accoglienza.

PROGETTI DEL PIANO

Titolo del progetto: Mappatura delle procedure amministrative relative alle iscrizioni-accoglienza e definizione delle linee guida del processo

Responsabile del progetto: A. di AICHELBURG

Data prevista di attuazione definitiva: novembre 2018

Livello di priorità: 15

Riferimento a sottocriteri del CAF 5.1, 5.2, 6.2, 7.2, 9.2, 2.4, 3.3

I componenti del Gruppo di progetto di AICHELBURG Alessandra
MARTINELLI Marisa
SASSO Elena

Fase di PLAN - DESCRIZIONE DEL PROGETTO E PIANIFICAZIONE

E' nostra intenzione mappare in particolare le procedure di iscrizione ed accoglienza. Le ragioni della nostra scelta sono contenute nel RAV, laddove si evidenziano dati che registrano una diminuzione delle iscrizioni ai corsi di ampliamento OF ed in generale una certa dispersione scolastica. E' necessario, quindi, analizzare ed affrontare il fenomeno e per questo abbiamo scelto di mappare le procedure di accoglienza (iscrizioni). E' analizzando le procedure utilizzate al momento dell'iscrizione degli studenti che si evidenzieranno i punti di debolezza del processo e si potranno attuare i necessari correttivi.

La finalità è quella di rendere più efficiente la nostra Istituzione Scolastica (IS).

1. Destinatari diretti:
Studenti, personale docente e personale ATA.
2. Attività in cui il progetto si articola:

Attività	Obiettivi (Risultati attesi)		Indicatori	Target atteso
Analisi e descrizione della procedura ISCRIZIONI	Output	Comprensione e conoscenza della procedura nelle sue diverse fasi	Fasi della procedura	Identificazione dei punti di forza e di debolezza (100%)
	Outcome	Chiarire il processo	Incoerenze nella procedura, considerazione degli effetti killer (gli elementi nel confronto dei quali nulla può essere fatto)	Superamento delle incoerenze (60%)
Rimodulazione della nuova procedura	Output	Eliminare le difficoltà	Elencazione degli elementi negativi	Focalizzazione sui punti di debolezza (60%)
	Outcome	Valorizzare e rinforzare gli aspetti utili e positivi della procedura	Descrivere i miglioramenti ottenuti	Definizione e applicazione della nuova procedura (70%)

3. Impatto che i risultati del progetto avranno, direttamente o indirettamente, sulle performance della scuola.
 1. Facilitare l'accesso all'iscrizione
 2. Ottimizzare l'utilizzo delle risorse strumentali ed umane coinvolte nel processo
 3. Aumentare le iscrizioni
4. Elenco delle varie attività in cui è articolato il progetto:

Attività	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività													
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D		
Analisi e descrizione della procedura ISCRIZIONI	di AICHELBURG	31 aprile 2018			X	X										
Rimodulazione della nuova procedura	di AICHELBURG	30 settembre 2018					X	X	X	X	X					
Valutazione dei risultati	di AICHELBURG	30 novembre 2018											X	X		

5. Budget del progetto.

	Costo unitario	Quantità (ore, giornate, pezzi, ecc.)	Totale
Personale Docente	€ 23,22	34 ore	€ 789,48
Personale ATA	€ 19,24	35 ore	€ 673,40
Spese			
Servizi di consulenza	Supporto informatico esterno		
Acquisto di beni			
Spese dirette			
TOTALE			€ 1.462,88

Fase di DO - REALIZZAZIONE

3. Modalità con cui il progetto viene attuato.
Descrivere le modalità con cui il progetto viene attuato, evidenziando anche l'eventuale apporto delle parti interessate esterne e, più in dettaglio, descrivere il contenuto delle diverse azioni/attività in cui la pianificazione è suddivisa (vedi "Fase di Plan").
 1. Analisi e descrizione delle procedure di iscrizione così come attuate negli a.s. 2016/17 e 2017/18.
 2. Individuazione delle diverse fasi della procedura.
 3. Individuazione dei punti di debolezza e di forza.
 4. Rimodulazione della nuova procedura con eventuali correttivi
 Si considererà anche l'utilizzo del servizio di consulenza esterno (tecnico ICT) per l'eventuale semplificazione del modulo/procedura di iscrizione online.
4. Responsabili e le modalità di attuazione.

Attività	Eventuale responsabile	Modalità di attuazione
Semplificazione modulo di iscrizione	di AICHELBURG / MARTINELLI	Attività in collaborazione con il supporto informatico esterno

Creazione sezione FAQ	di AICHELBURG MARTINELLI	Attività in collaborazione con la Segreteria amministrativa ed il supporto informatico esterno
-----------------------	-------------------------------------	---

Fase di CHECK – MONITORAGGIO

Si presterà particolare attenzione ai tempi di realizzazione delle varie fasi per rendere possibile il rispetto del piano GANTT. I responsabili delle diverse fasi si incontreranno con cadenza almeno quindicinale (in riunioni di coordinamento e di monitoraggio dell'andamento del progetto) e comunque ogni volta se ne ravveda la necessità. Il monitoraggio verrà realizzato al termine di ogni attività così come descritta nella tabella (vedi Fase DO).

Si perfezionerà la comunicazione interna tra tutto il personale ATA in modo da poter raccogliere i feedback di chi opera concretamente nella procedura.

Fase di ACT – RIESAME E MIGLIORAMENTO

E' nostra intenzione intervenire con iniziative correttive e di miglioramento fin dai mesi di maggio/giugno (fase di iscrizione degli utenti). Verrà attuata una costante verifica del nuovo processo con opportune misure di supporto/sostegno agli attori coinvolti nel processo (personale di Segreteria, Collaboratori Scolastici in posizione di Front Office e personale docente

PROGETTI DEL PIANO

Titolo del progetto: Campagna di comunicazione dell'offerta formativa del CPIA5

Responsabile del progetto: Benente Massimo

Data prevista di attuazione definitiva: 30 novembre 2018

Livello di priorità: 15

Riferimento a sottocriteri del CAF 6.1, 9.1, 5.1, 5.2, 7.2, 4.1

I componenti del Gruppo di progetto BENENTE Massimo
PETRI Carla
RABINO Gianfranco
RAMONDETTI Dario

Fase di PLAN - DESCRIZIONE DEL PROGETTO E PIANIFICAZIONE

Date le criticità mostrate dal CPIA5 in sede di RAV relativamente a:

- La scarsa partecipazione/coinvolgimento alla programmazione dell'offerta formativa
- La limitata conoscenza da parte dei possibili utenti e degli stakeholders dell'offerta formativa e della sua qualità
- I risultati orientati ai discenti come portatori d'interesse chiave

Si propone un progetto di campagna comunicazionale atta a far conoscere l'offerta stessa in modo efficace, partendo dall'analisi dello scenario, definendo gli obiettivi specifici della campagna, i canali di comunicazione più idonei, identificando i contenuti e proponendo modalità di misura delle azioni generate

Si è scelto di operare in tal senso soprattutto constatando il trend negativo delle iscrizioni, sia ai corsi istituzionali che a quelli di ampliamento offerta formativa, come documentato in RAV, sub criteri 6 e 9.

1. Destinatari diretti del progetto:

Corsisti italiani e stranieri, di varie fasce d'età e di varia estrazione sociale, sistema accoglienza: cooperative per l'accoglienza e la protezione dei rifugiati per territorio afferenti al CPIA5 e comunità MSNA, comuni area ovest città metropolitana di Torino, enti territoriali, agenzie formative, IISS e scuole professionali, biblioteche e centri per l'impiego.

2. Attività in cui il progetto si articola

Attività	Obiettivi (Risultati attesi)		Indicatori	Target atteso (Valore atteso dell'indicatore)
Rilevazione del bisogno formativo e comunicazione del bisogno al CD	Output	Lista di corsi e offerte formative eterogenee	Risposta ai questionari rivolti ai corsisti, ai docenti, in merito alle esigenze formative sul territorio.	Risposta di almeno il 65% degli intervistati che permetta una conoscenza da parte del Gruppo di progetto delle reali necessità formative sul territorio del CPIA 5 Torino

	Outcome	Offerta di prodotti formativi corrispondenti ai bisogni dell'utente	Mapa dei bisogni di offerta formativa che tenga conto delle caratteristiche di origine, età e condizioni socioculturali e relativa offerta educativo-culturale	Indentificazione degli utenti a cui offrire dei servizi i più personalizzati possibili
Creazione del messaggio che divulghi le varie offerte formative del CPIA Pianificazione dei mezzi, del tempo e dei luoghi	Output	Proposta dell'offerta formativa elaborata dal Collegio dei docenti e derivata dalla mission e dalla vision dell'istituzione scolastica, oltre che dalla richiesta del territorio, mediante la creazione di un messaggio chiaro, efficace, univoco e corente. Individuazione dei media di divulgazione del messaggio, dei tempi e dei luoghi più opportuni. Scelta degli strumenti più adatti per informare ed invogliare gli utenti a scegliere i percorsi culturali offerti	Elenco di corsi e attività da proporre all'utenza, tenendo conto sia dei termini istituzionali che delle necessità a livello territoriale, con attenzione ai costi gravanti sull'istituzione. L'elenco e le modalità di attuazione dei corsi e delle offerte verranno decisi in sede di Collegio dei docenti.	Espressione favorevole rispetto all'offerta formativa per l'a.s. 18-19 da parte dei docenti riuniti in Collegio.

	Outcome	Informazione chiara e non contraddittoria relativamente all'offerta formativa del CPIA5 che permetta una scelta consapevole da parte degli utenti e un giudizio consapevole da parte degli stakeholders esterni.	Messaggi promozionali chiari ed efficaci per ciascun tipo di offerta da realizzare con eventuale supporto esterno con particolari competenze al riguardo. Grado di soddisfazione rispetto al tipo e alle modalità di offerta misurato tramite intervista a campione agli iscritti dello scorso anno scolastico ai vari corsi.	70% di risposte favorevoli all'intervista
Attuazione On air	Output	<p>Publicità cartacea: informazione localizzata sui residenti nei comuni in cui opera il CPIA5.</p> <p>Publicità on-line: informazione ad ampia diffusione destinata a categorie specifiche di stakeholders</p>	<p>1-Distribuzione opuscoli informativi negli info-point,</p> <p>2-Affissione cartelli su aree pubbliche ed info-point da monitorare in base al numero di pubblicazioni fornite</p> <p>- Campagna on line da monitorare mediante conteggio contatti o numero like su Fb</p>	<p>Almeno il 90% del materiale pubblicitario cartaceo prodotto deve essere consegnato.</p> <p>Numero di contatti Internet non inferiore a 500 per le notizie più rilevanti</p>
	Outcome	Conoscenza da parte dei possibili utenti e degli stakeholders dell'offerta formativa e della sua qualità	<p>Raggiungimento dell'utenza da parte del CPIA mediante vari tipi di media. Utenza intercettata in modo capillare. Il grado di efficacia ottenuto va ponderato tramite:</p> <p>1- Aumento delle iscrizioni ai corsi istituzionali</p> <p>2-Aumento del numero degli studenti che passano al successivo grado di istruzione</p> <p>3-Aumento delle iscrizioni ai corsi di ampliamento dell'offerta formativa</p>	<p>1- + 20%</p> <p>2- + 15%</p> <p>3- + 30%</p>

Valutazione dei risultati	Output	Dall'analisi dei dati relativi all'iscrizione ai vari corsi, valutazione di quali parti del processo hanno funzionato	L'efficiacia della campagna va commisurata coi costi sostenuti. Per misurare quindi il livello di efficienza si opererà un rapporto fra il numero di iscritti e il costo totale della campagna.	Costi sostenuti / Numero iscritti $\leq 1 \text{ €}$
	Outcome	Giudizio sull'intero percorso	Valutazione da parte dei corsisti iscritti tramite intervista a campione riguardo la chiarezza e l'efficiacia della campagna comunicazionale. Valutazione dei docenti tramite questionario sulle modificazioni intervenute dopo la nuova campagna comunicazionale.	Migliorare il grado di soddisfazione da parte degli stakeholders interni ed esterni rispetto alla percezione della scuola sul territorio: 70% di corsisti intervistati al momento dell'accoglienza si dimostrano soddisfatti dell'informazione ricevuta. N. docenti soddisfatti: 70%

3. Impatto che i risultati del progetto avranno, direttamente o indirettamente, sulle performance della scuola.

L'impatto della presente azione è molto elevato perché può determinare un aumento considerevole del numero degli iscritti, sia ai corsi istituzionali, che a quelli di ampliamento delle proposte formative, perché può migliorare l'immagine del CPIA sul territorio, perché può garantire una maggior soddisfazione degli stakeholders, perché può avviare il personale ad una collaborazione fattiva su proposte precise.

4. Elenco delle varie attività in cui è articolato il progetto.

Attività	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività													
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D		
Rilevazione del bisogno formativo e comunicazione di questo alla DS e al Collegio dei Docenti per da definizione dell' offerta formativa	Massimo Benente	31 marzo 2018			x											
Creazione del messaggio che divulghi le varie offerte formative del CPIA Pianificazione dei mezzi, del tempo e dei luoghi	Massimo Benente	30 aprile 2018				x										
Attuazione On air	Massimo Benente	30 settembre 2018					x	x	x	x	x					
Valutazione dei risultati	Massimo Benente	30 novembre 2018											x	x		

5. Budget del progetto.

	Costo unitario	Quantità (giornate, pezzi, ecc.)	Totale
Personale Docente	€ 23,22	34 ore	€ 789,48
Spese	Cartelloni pubblicitari costo 50 cartelloni 100 cm x 140 cm 288,00 € + IVA Cartelli da collocare nelle scuole, nei comuni, nelle sedi universitarie, ASL, ... stima costo 1000 cartelli formato 29.7 cm x 42 cm (DIN A3) : 90 € Pieghevoli da distribuire nelle scuole in cui si svolgono i nostri corsi, nelle scuole dei comuni interessati, nei punti info, nelle biblioteche, alle cooperative di RA, ... 7500 brochure 2 pieghe 6 facciate € 134 + IVA	-50 Cartelloni pubblicitari per i 9 comuni su cui opera il CPI -2000 cartelli -7500 Brochures	€ 734,33
TOTALE			€ 1.523,92

Fase di DO - REALIZZAZIONE

Rilevazione del bisogno formativo e definizione offerta formativa

- Stesura questionari da somministrare ai corsisti e ai docenti o intervista ai coordinatori di plesso in merito alle esigenze formative sul territorio.
- Indentificazione di una mappa di possibili fruitori dei servizi del CPIA 5.

Creazione del messaggio che divulghi le varie offerte formative del CPIA

- Definizione dell'offerta derivata dalla mission e dalla vision dell'istituzione scolastica, oltre che dalla richiesta del territorio.
- Preparazione materiali da presentare al Collegio dei docenti.
- Creazione di un messaggio chiaro, efficace, univoco e corente (intervento del supporto esterno).

Pianificazione dei mezzi, del tempo e dei luoghi

- Individuazione dei media di divulgazione del messaggio, dei tempi e dei luoghi più opportuni.
- Scelta degli strumenti più adatti per informare ed invogliare gli utenti a scegliere i percorsi culturali offerti (intervento del supporto esterno).

Attuazione On air

- Creazione della pubblicità on-line e diffusione sul sito.
- Pubblicità cartacea: gestione contatti con agenzie grafiche e acquisto materiali.
- Distribuzione materiali cartacei: definizione di incarichi e competenze.

Valutazione dei risultati

- conteggio numero iscritti ai vari corsi sulle varie sedi
- verifica costi sostenuti per la campagna di comunicazione
- stesura testo intervista da somministrare ai corsisti al momento dell'accoglienza
- stesura questionario ai docenti sul grado di soddisfazione della campagna comunicazionale

5. Responsabili e modalità di attuazione.

Attività	Eventuale responsabile	Modalità di attuazione
Rilevazione del bisogno formativo e definizione offerta formativa	Benente	Vedi sopra
Creazione del messaggio che divulghi le varie offerte formative del CPIA		
Pianificazione dei mezzi, del tempo e dei luoghi		
Attuazione On air		
Valutazione dei risultati		

Fase di CHECK – MONITORAGGIO

La valutazione dei risultati è stata prevista già in fare di Plan. Si presterà particolare attenzione ai tempi di realizzazione delle varie fasi per rendere possibile il rispetto del piano GANTT. I membri del Gruppo di progetto si incontreranno, dopo aver avviato la campagna, in riunioni di coordinamento e di monitoraggio dell'andamento del progetto con cadenza mensile e comunque ogni volta se ne ravveda la necessità, anche per difficoltà segnalate al Gruppo in modo informale. Il monitoraggio verrà realizzato al termine dell'attività così come descritta sopra, sub Fase DO, mediante:

- conteggio numero iscritti ai vari corsi sulle varie sedi
- verifica costi sostenuti per la campagna di comunicazione
- intervista da somministrare ai corsisti al momento dell'accoglienza
- questionario ai docenti sul grado di soddisfazione della campagna comunicazionale

Fase di ACT – RIESAME E MIGLIORAMENTO

E' prevista una revisione ed un'eventuale riformulazione del progetto nel caso in cui, a partire dai mesi di maggio-giugno, non si raggiunga almeno il numero di iscritti realizzato in quello stesso periodo nello scorso anno scolastico. Sarà necessario operare, quindi, un cambiamento delle parti del processo che si sono dimostrate deficitarie e implementare i mezzi relativi alla fase di attuazione: per esempio maggior diffusione on line, maggiore e più capillare diffusione del materiale cartaceo, miglior preparazione del personale in front office rispetto all'offerta formativa.

Bisognerà altresì valutare se i costi previsti si sono rivelati sufficienti e di ciò tener conto nella prossima campagna promozionale.

GANTT DEL PDM

(da compilare acquisendo le informazioni dei singoli progetti)

Progetto	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività											
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D
Mappatura delle procedure pedagogico-didattiche	G. Battista	30/06/2018			x	x	x	x						
Mappatura delle procedure amministrative	A. di Aichelburg	30/09/2018			x	x	x	x	x	x	x			
Campagna di comunicazione dell'OF	M. Benente	30/11/2018			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

BUDGET DEL PDM

(da compilare acquisendo le informazioni dei singoli progetti)

	Costo unitario	Quantità (ore, giornate, pezzi, ecc.)	Totale
Personale Docente	€ 23,22	102 ore	€ 2.368,44
Personale ATA	€ 19,24	35 ore	€ 673,40
Spese		-50 Cartelloni -2000 cartelli -7500 Brochures	€ 1.523,92
Servizi di consulenza			
Acquisto di beni			
Spese dirette			
TOTALE			€ 4.565,76

TERZA SEZIONE

COMUNICARE IL PIANO DI MIGLIORAMENTO

Il presente piano di miglioramento sarà presentato e illustrato attraverso strumenti informatici (pagina WEB) e cartacei (messa a disposizione in bacheche e sale docenti dell'Istituto). Ciascun progetto, in fase d'avvio, sarà inoltre presentato dal suo responsabile al personale, in modo da favorire la migliore condivisione e partecipazione possibile. Sarà cura del gruppo di progetto informare in maniera corretta e capillare tutte le componenti della comunità scolastica riguardo le azioni che li vedono protagonisti o partecipi in diversa veste, attraverso l'organizzazione di focus group. Per quanto riguarda la comunicazione verso stakeholder e utenti, sarà sicuramente prioritario l'uso dello strumento informatico e la divulgazione attraverso i media (facebook, stampa, ecc). L'occasione per illustrare contenuto e risultati del PDM ai decisori politici sarà da individuarsi nei contatti periodici favoriti dai tavoli di coordinamento territoriale.

La comunicazione dovrà presentare caratteristiche ben evidenti di sistematicità: l'utente finale, il destinatario, non dovrà mai avere l'impressione che le informazioni di cui è fruitore siano casuali o estemporanee. Creare un piano di comunicazione e fissarne le fasi in maniera precisa e, soprattutto, duratura avrà il dirimpente effetto di creare un vero e proprio canale sempre aperto fra l'Istituzione scolastica e il suo territorio. Uno sito internet aggiornato, una pagina facebook accattivante e partecipata, renderanno la realtà scolastica più viva e accattivante e, soprattutto, veicoleranno i contenuti in maniera rapida ed efficace. Informare sui progressi del Piano di Miglioramento dovrà dunque creare un plus valore di partecipazione che sarà tanto più significativa, quanto più sarà determinata da un'esigenza sentita di sperimentare l'appartenenza alla comunità che promuove il cambiamento.

Schema di sintesi delle attività da realizzare nell'ambito del Piano di Comunicazione definito

Quando	Cosa	a chi	come
Alla fine della messa a punto del piano	Contenuto del Piano di miglioramento e modalità di attuazione. Motivazioni che hanno portato alla scelta delle priorità di intervento. Integrazione del Piano con le strategie della scuola (PTOF) Cambiamenti / miglioramenti attesi per gli stakeholder interni ed esterni della scuola	Personale	Riunione del Collegio docenti, Coordinamenti
		Parte politica	Incontri di coordinamento territoriale
		Utenti	Sito WEB
		Stakeholder (cooperative/as sociazioni) e Partner (Scuole partner di rete)	Comunicazione via e-mail, incontri periodici, incontri ad hoc
Nell'ambito del monitoraggio	Avanzamento del Piano di miglioramento. Documento di sintesi	Personale	Sito WEB, bacheche, riunioni, coordinamenti
A conclusione dei progetti	Risultati finali dei progetti Impatto del miglioramento sulle performance chiave della scuola. Gli eventuali cambiamenti (organizzativi/operativi e le ricadute (benefici) sugli stakeholder interni ed esterni	Personale	Collegio docenti
		Parte politica	incontri periodici
		Utenti	sito WEB, comunicazione in sintesi, bacheche, articoli su stampa cartacea.
		Stakeholder e/o Partner	sito web, comunicazioni riguardanti gli eventuali cambiamenti organizzativi.

QUARTA SEZIONE

Da compilare in corso di realizzazione dei progetti

STRUMENTI PER IL MONITORAGGIO DEI SINGOLI PROGETTI DI MIGLIORAMENTO

Il monitoraggio dei singoli progetti deve essere effettuato con riferimento alle Linee Guida (Step 9 – pg 20 e 21) e seguendo le modalità definite in precedenza nelle fasi di Check & Act di ciascun progetto di miglioramento. Gli strumenti contenuti in questa sezione vengono utilizzati da ogni Gruppo di Progetto per monitorare periodicamente l'attuazione del progetto stesso.

Quando richiesto, ogni Gruppo di Progetto invia al Comitato di Miglioramento lo stato di avanzamento dei singoli progetti consentendogli così di monitorare la realizzazione del Piano di Miglioramento nel suo complesso.

PROGETTO: Mappatura delle procedure pedagogico- didattiche relative alla fase di accoglienza e definizione delle linee guida			
Situazione corrente al (indicare mese e anno)	● (Verde)	● (Giallo)	● (Rosso)
	In linea	In ritardo	In grave ritardo

Rosso = attuazione non in linea con gli obiettivi

Giallo = non ancora avviata / in corso e in linea con gli obiettivi

Verde = attuata

STRUMENTI PER IL MONITORAGGIO DEL PDM

Il monitoraggio del PDM deve essere effettuato dal Comitato con riferimento alle Linee Guida (Step 9 – pg 20 e 21) e seguendo le modalità definite nella Seconda Sezione (Monitoraggio del PDM). Gli strumenti contenuti in questa sezione vengono utilizzati dal Comitato per monitorare periodicamente l'attuazione del PDM e della Comunicazione.

Verifica finale (marzo 2019)

GANTT DEL PDM (riferito alla totalità dei Progetti e delle Quick wins)

Progetto	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività												Situazione	
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D		
Mappatura delle procedure pedagogico-didattiche	G. Battista	30/12/2018			x	x	x	x				x	x	x	x	Concluso
Mappatura delle procedure amministrative	A. di Aichelburg	30/11/2018			x	x	x	x	x	x	x	x	x			Concluso
Campagna di comunicazione dell'OF	M. Benente	30/11/2018			x	x	x	x	x	x	x	x	x			Concluso
Diffusione RAV e PdM	DS, Responsabile sito e referente GAV	30/04/2018			x	x										Concluso
Creazione sul sito web di una galleria di foto/video	Animatore digitale, Responsabile sito	30/12/2018 e continua			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Attivo
Inserimento sul sito web di un modulo per proposte di miglioramento/reclami	Figure strumentali Responsabile sito	30/4/2018				x										Concluso

Nel dettaglio:

Progetto 1: Mappatura delle procedure pedagogico- didattiche relative alla fase di accoglienza in vista della definizione delle linee guida

Attività	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività													
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D		
Riesame delle procedure finora utilizzate	Battista Giovanna	30/04/2018			x	x										
Rimodulazione della nuova procedura	De Luca Marina	30/06/2018					x	x								
Valutazione dei risultati	Battista Giovanna De Luca Marina	30/12/2018											x	x	x	x

Obiettivi (Risultati attesi)		Indicatori	Target atteso	Risultati raggiunti
Output	Scansione fasi di accoglienza Scansione fasi di accoglienza	Individuazione fasi del processo Numero fasi definitivo	Identificazione punti di forza e debolezze Procedura definitiva ed efficace	I punti di forza e di debolezza del processo di accoglienza sono stati identificati e si è provveduto a trovare soluzioni soddisfacenti. La procedura è stata comunicata all'istituzione scolastica, nella fattispecie ai docenti e alla Dirigenza, ma non si è rivelata sempre efficace perché non è stata presa in carico in modo consapevole.
Outcome	Scansione fasi di accoglienza Condivisione ottimale della procedura	Incoerenze nella sequenza Eliminazione incoerenze	Risoluzione incoerenze Accoglienza ottimale in tutte le fasi	E' mancato in alcuni casi una condivisione consapevole e responsabile della procedura che ha portato a ritardi e slittamenti nella fase di accoglienza. Inoltre si sono inseriti problemi tecnici che non hanno permesso un completamento della procedura (per esempio, il documento unico in formato digitale non è stato compilato nei tempi previsti dal progetto perché non disponibile sul Sito nelle prime settimane dell'accoglienza - numero insufficiente in alcune sedi di tavolette per la firma digitale del documento unico, mancata formazione

				del personale riguardo all'uso della tavoletta digitale). Per valutare il successo del Progetto utilizziamo la percentuale fra il numero di Documenti Unici (DU) stilati per gli studenti dei corsi istituzionali (1145) e il numero di iscritti a tali corsi (1678) →68%.
--	--	--	--	--

Progetto 2: Mappatura delle procedure amministrative relative alle iscrizioni-accoglienza e definizione delle linee guida del processo

Attività	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività												
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	
Analisi e descrizione della procedura ISCRIZIONI	di AICHELBURG	30 aprile 2018			X	X									
Rimodulazione della nuova procedura	di AICHELBURG	30 settembre 2018					X	X	X	X	X				
Valutazione dei risultati	di AICHELBURG	30 novembre 2018										X	X		

Obiettivi (Risultati attesi)	Indicatori	Target atteso	Risultati raggiunti
Output	Comprensione e conoscenza della procedura nelle sue diverse fasi	Fasi della procedura	Identificazione dei punti di forza e di debolezza (100%)
	Eliminare le difficoltà	Elencazione degli elementi negativi	Focalizzazione sui punti di debolezza (60%)
Outcome	Chiarire il processo	Incoerenze nella procedura, considerazione degli	Superamento delle incoerenze (60%)
			La realizzazione dei correttivi da apportare ha visto notevoli ritardi, dovuti principalmente

		effetti killer (gli elementi nel confronto dei quali nulla può essere fatto)		agli interventi sul sistema (sito e form di iscrizione) affidati ad esperto esterno. I risultati di questa fase sono stati parzialmente raggiunti.
	Valorizzare e rinforzare gli aspetti utili e positivi della procedura	Descrivere i risultati ottenuti attraverso un questionario da proporre ai CS e agli AA che si sono occupati direttamente delle pratiche di iscrizione, ai coordinatori di sede e alle collaboratrici della DS per verificare se tutte le pratiche proposte hanno avuto il risultato preventivato.	Definizione e applicazione della nuova procedura (70% di risultati conseguiti sulla totalità delle operazioni)	La realizzazione e l'applicazione della nuova procedura è stata effettuata in parte e con ritardo. Vedi file: "Risultati PROCEDURE AMMINISTRATIVE DI ACCOGLIENZA in allegato 2

Progetto 3: Campagna di comunicazione dell'offerta formativa del CPIA5

Attività	Responsabile	Data prevista di conclusione	Tempificazione attività												
			G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	
Rilevazione del bisogno formativo e comunicazione di questo alla DS e al Collegio dei Docenti per la definizione dell'offerta formativa	Massimo Benente	31 marzo 2018			x										
Creazione del messaggio che divulghi le varie offerte formative del CPIA Pianificazione dei mezzi, del tempo e dei luoghi	Massimo Benente	30 aprile 2018				x									
Attuazione On air	Massimo Benente	30 settembre 2018					x	x	x	x	x				
Valutazione dei risultati	Massimo Benente	30 novembre 2018											x	x	

Obiettivi (Risultati attesi)		Indicatori	Target atteso (Valore atteso dell'indicatore)	Risultati raggiunti
Output	Lista di corsi e offerte formative eterogenee	Risposta ai questionari rivolti ai corsisti, ai docenti, in merito alle esigenze formative sul territorio.	Risposta di almeno il 65% degli intervistati che permetta una conoscenza da parte del Gruppo di progetto delle reali necessità formative sul territorio del CPIA 5 Torino	Non svolta l'intervista per mancanza di tempo. In attesa delle indicazioni del Tavolo territoriale con Enti locali, si decide di proporre la stessa offerta formativa dello scorso anno, arricchendola di alcuni corsi (soprattutto

Outcome	Offerta di prodotti formativi corrispondenti ai bisogni dell'utente	Mappa dei bisogni di offerta formativa che tenga conto delle caratteristiche di origine, età e condizioni socioculturali e relativa offerta educativo-culturale	Identificazione degli utenti a cui offrire dei servizi i più personalizzati possibili	inerenti ginnastica per rilanciare i corsi che risultano in sofferenza), anche tenendo conto dei risultati dell'inchiesta del grado di soddisfazione dei corsisti rispetto all'a.s. 17/18.
Output	Proposta dell'offerta formativa elaborata dal Collegio dei docenti e derivata dalla mission e dalla vision dell'istituzione scolastica, oltre che dalla richiesta del territorio, mediante la creazione di un messaggio chiaro, efficace, univoco e coerente. Individuazione dei media di divulgazione del messaggio, dei tempi e dei luoghi più opportuni. Scelta degli strumenti più adatti per informare ed invogliare gli utenti a scegliere i percorsi culturali offerti	Elenco di corsi e attività da proporre all'utenza, tenendo conto sia dei termini istituzionali che delle necessità a livello territoriale, con attenzione ai costi gravanti sull'istituzione. L'elenco e le modalità di attuazione dei corsi e delle offerte verranno decisi in sede di Collegio dei docenti.	Espressione favorevole rispetto all'offerta formativa per l'a.s. 18-19 da parte dei docenti riuniti in Collegio.	Offerta formativa per l'a.s. 18-19 votata all'unanimità da parte dei docenti riuniti in Collegio.
Outcome	Informazione chiara e non contraddittoria relativamente all'offerta formativa del CIA5 che permetta una scelta consapevole da parte degli utenti e un giudizio consapevole da parte degli stakeholders esterni.	Messaggi promozionali chiari ed efficaci per ciascun tipo di offerta da realizzare con eventuale supporto esterno con particolari competenze al riguardo. Grado di soddisfazione rispetto al tipo e alle modalità di offerta misurato tramite intervista a campione agli iscritti dello scorso anno scolastico ai vari corsi.	70% di risposte favorevoli all'intervista	Creati ex novo: logo CIA5 con messaggio promozionale; opuscoli differenziati per sede e gruppo di attività con informazioni dettagliate su tutti i corsi. Ne è stato rilevato l'impatto tramite questionario on line ai soli frequentanti Corsi Ampliamento Offerta. Solo l'8% ha dichiarato che non gli è piaciuto il materiale pubblicitario usato dalla scuola. Ma il dato è poco attendibile perché più del 50% dei corsisti attualmente iscritti non ha visto questo materiale. L'obiettivo di outcome quindi non risulta raggiunto.

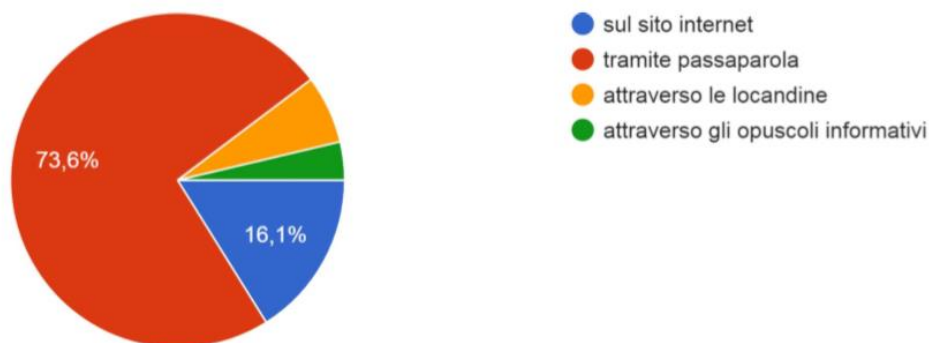
<p>Output</p>	<p>Publicità cartacea: informazione localizzata sui residenti nei comuni in cui opera il CPIA5.</p> <p>Publicità on-line: informazione ad ampia diffusione destinata a categorie specifiche di stakeholders</p>	<p>1- Distribuzione opuscoli informativi negli info-point,</p> <p>2- Affissione cartelli su aree pubbliche ed info-point da monitorare in base al numero di pubblicazioni fornite.</p> <p>- Campagna on line da monitorare mediante conteggio contatti o numero like su Fb</p>	<p>Almeno il 90% del materiale pubblicitario cartaceo prodotto deve essere consegnato.</p> <p>Numero di contatti Internet non inferiore a 500 per le notizie più rilevanti</p>	<p>Gran parte del materiale pubblicitario cartaceo prodotto è stato consegnato, ma risulta impossibile valutarne la percentuale, perché le quantità dell'ordine di acquisto sono state di molto superiori a quelle preventivate nel PdM.</p> <p>A giungo-luglio diffusione e distribuzione brevi manu dei volantini e dei manifesti in formato A3 nei comuni, ambulatori, consultori, sale d'aspetto di studi medici (completato a Rivoli, Collegno, Grugliasco e Val di Susa, mentre per Piossasco e Pinerolo è stato eseguita a macchie di leopardo e non in maniera capillare, interessando unicamente le aree più abitate di Pinerolo, Piossasco e Rivalta.</p> <p>I manifesti sono stati affissi nei comuni di Rivoli, Grugliasco, Piossasco, Pinerolo, Collegno, Rivalta, Orbassano, Giaveno, Bruino per due volte nei mesi di luglio e di settembre.</p> <p>Attuazione On air:</p> <p>Presentata una brochure, riguardante i corsi di arricchimento formativo digitale sul sito web ufficiale. Non tutti i materiali preparati illustranti l'offerta formativa sono state pubblicate sul sito. 1409 contatti registrati sul sito circa le informazioni sull'offerta formativa (dicembre 2018).</p>
----------------------	---	--	--	---

<p>Outcome</p>	<p>Conoscenza da parte dei possibili utenti e degli stakeholders dell'offerta formativa e della sua qualità</p>	<p>Raggiungimento dell'utenza da parte del CPIA mediante vari tipi di media. Utenza intercettata in modo capillare. Il grado di efficacia ottenuto va ponderato tramite: 1- Aumento delle iscrizioni ai corsi istituzionali 2-Aumento del numero degli studenti che passano al successivo grado di istruzione 3-Aumento delle iscrizioni ai corsi di ampliamento dell'offerta formativa</p>	<p>1- + 20% 2- + 15% 3- + 30%</p>	<p>Differenza fra gli iscritti a dicembre 2017 e gli iscritti a dicembre 2018: 1- - 9,6% indicatore negativo (relativo ai corsi di alfabetizzazione, italiano per stranieri, primo livello primo periodo) 2- Verifica non possibile. 3- + 3% indicatore positivo, ma di molto inferiore al 30% previsto. Si riscontra inoltre un andamento negativo per quel che riguarda i corsi di ginnastica su cui si era più insistito.</p>
<p>Output</p>	<p>Dall'analisi dei dati relativi all'iscrizione ai vari corsi, valutazione di quali parti del processo hanno funzionato</p>	<p>L'efficacia della campagna va commisurata coi costi sostenuti. Per misurare quindi il livello di efficienza si opererà un rapporto fra il numero di iscritti e il costo totale della campagna.</p>	<p>Costi sostenuti / Numero iscritti ≤ 1 €</p>	<p>Numero totale iscrizioni al 27 dicembre 2018: 2615 iscrizioni Costo del PdM per quel che riguarda: - 332,5 € retribuzione del personale (lordo- per questo specifico progetto) + - 400 € parte stimata della retribuzione dell'esperto esterno che si occupa della gestione del sito + - € 1.575,83 costo materiali (spese stampa) = 2.308,33 € totale lordo speso Rapporto costi sostenuti/iscritti= 0,88 < 1 livello di efficienza Risultato raggiunto in termini di efficienza.</p>

<p>Outcome</p>	<p>Giudizio sull'intero percorso</p>	<p>Valutazione da parte dei corsisti iscritti tramite intervista a campione riguardo la chiarezza e l'efficiacia della campagna comunicazionale. Valutazione dei docenti tramite questionario sulle modificazioni intervenute dopo la nuova campagna comunicazionale.</p>	<p>Migliorare il grado di soddisfazione da parte degli stakeholders interni ed esterni rispetto alla percezione della scuola sul territorio: 70% di corsisti intervistati al momento dell'accoglienza si dimostrano soddisfatti dell'informazione ricevuta. N. docenti soddisfatti: 70%</p>	<p>Durante le assemblee di presentazione dei corsi di ampliamento offerta formativa, il 90% degli iscritti ha dichiarato di essere venuto a conoscenza dell'offerta tramite il passaparola (hanno dichiarato di aver avuto buone impressioni dai corsisti degli scorsi anni). Inoltre molti degli iscritti ai corsi istituzionali sono stati inviati dalle cooperative di Richiedenti Asilo. Questo risultato però non è stato misurato opportunamente. Dal sondaggio che ha coinvolto tutti gli allievi dei corsi di ampliamento del Cpia5 risulta che: il 73,6 % è venuto a conoscenza dell'offerta formativa del CPIA tramite passaparola, il 16,1 % tramite sito internet, e la percentuale residuale tramite pubblicità cartacea. (vedi grafici sottostanti). Risulta quindi che gli effetti della campagna comunicazionale hanno interessato solo il 26,4% degli intervistati e il 53,4% non ha visto il materiale pubblicitario prodotto dalla scuola.</p>
-----------------------	--------------------------------------	---	---	---

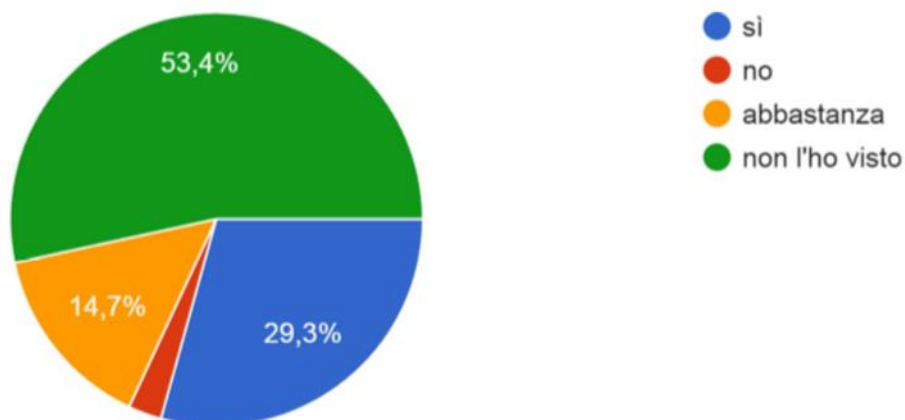
Come sei venuto a conoscenza dell'offerta formativa di quest'anno?

379 risposte



Ti è piaciuto il materiale pubblicitario usato dalla scuola?

382 risposte



STRUMENTI PER IL MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Lo schema proposto deve essere utilizzato dal Comitato di miglioramento per monitorare l'attuazione del Piano di comunicazione nell'ambito delle riunioni di monitoraggio del PDM – Vedi Step 9 delle Linee Guida pg. 20 e 21.

Quando	Cosa	a chi	come	Verifica Sì/no In verde le verifiche effettuate
Alla fine della messa a punto del piano	Contenuto del Piano di miglioramento e modalità di attuazione. Motivazioni che hanno portato alla scelta delle priorità di intervento. Integrazione del Piano con le strategie della scuola (PTOF) Cambiamenti / miglioramenti attesi per gli stakeholder interni ed esterni della scuola	Personale	Riunione del Collegio docenti, Coordinamenti	Sì
		Utenti	Sito WEB	Sì (num. Visualizzazioni 141)
		Stakeholder (cooperative/associazioni) e Partner (Scuole partner di rete)	Comunicazione via e-mail, incontri periodici, incontri ad hoc	No
Nell'ambito del monitoraggio	Avanzamento del Piano di miglioramento. Documento di sintesi	Personale	Sito WEB, bacheche, riunioni, coordinamenti	No
A conclusione dei progetti	Risultati finali dei progetti Impatto del miglioramento sulle performance chiave della scuola. Gli eventuali cambiamenti (organizzativi/operativi e le ricadute (benefici) sugli stakeholder interni ed esterni	Personale	Riunione del Collegio docenti	Sì
		Utenti	Sito WEB, comunicazione in sintesi, bacheche, articoli su stampa cartacea.	No
		Stakeholder e/o Partner	sito web, comunicazioni riguardanti gli eventuali cambiamenti organizzativi.	No

SCHEMA PER LA VALUTAZIONE E IL RIESAME FINALE DEL BUDGET DEL PDM
Da compilare nell'ambito dell'ultima riunione di monitoraggio del Comitato

PIANO DI MIGLIORAMENTO							
	Costo unitario (lordo)	Quantità (giornate, pezzi, ecc.)	Totale Pianificato (lordo)		Totale a consuntivo	Differenza	
Personale docente	€ 23,22	102 ore	€ 2.368,44	3.041,84	203 ore effettuate/ 52 retribuite	€1.182,04	- 1.859,80
Personale ATA	€ 19,24	35 ore	€ 673,40		10 effettuate e retribuite		
Spese		-50 Cartelloni -2000 cartelli -7500 brochures	€ 1.523,92		656,30 (manifesti grandi)+ 919,53 (volantini e flyer) totale 1575,83	+ 51.92 (va precisato che l'ordine alla tipografia non adempie alla richiesta del PdM, essendo il numero dei manifesti ordinati nettamente superiore)	
Servizi di consulenza Contratto di assistenza tecnica x sito, hardwear e software			€ 400 parte stimata di spesa per la collaborazione informatica al presente Piano		€ 400 parte stimata di spesa effettuata per la collaborazione informatica al presente Piano		
Acquisto di beni							
Spese dirette							
TOTALE			4965,76		3157,87	+1807,89	

Sulla base degli elementi verificati dai Responsabili dei Progetti ed indicati precedentemente, verrà steso il rapporto conclusivo del Piano.