

Promowanie szkoły w środowisku lokalnym

Elżbieta Zawodnik
Radomski Ośrodek
Doskonalenia Nauczycieli

Reklama

- Rozpowszechnianie informacji o towarach, ich zaletach, wartości i możliwościach nabycia, chwalenie kogoś, zalecanie czegoś przez prasę, radio telewizję; środki służące temu celowi.

(Słownik Języka Polskiego, Warszawa 1981)

Promocja szkoły

- Zyskanie zaufania, sympatii, wiarygodności i przychylności środowiska, budowanie wizerunku szkoły zewnętrznego i dydaktyczno-wychowawczego oraz kształtowanie dobrej opinii o niej w środowisku.
- Tworzenie odpowiedniego jej wizerunku w środowisku, w którym znajdują się osoby (rodzice, uczniowie) zainteresowane tą szkołą.
- ***Magiczny trójkąt promocji szkoły:***
 - Jakość oferowanej przez szkołę usługi dydaktyczno-wychowawczej
 - Opinia o szkole
 - Wizerunek jej dyrektora

Co produkuje szkoła, czyli jakie produkty oferuje swojemu klientowi

- Edukację,
- Opiekę
- Wzorce/modele wychowawcze, obrazy świata

Szkoła jest także:

- środowiskiem edukacyjno-kulturotwórczym
- miejscem pracy

Klienci szkoły

- Uczniowie
- Rodzice
- Społeczność lokalna
- Nauczyciele

Diagnoza funkcjonowania szkoły

- Baza szkolna (m.in. stan techniczny)
- Sytuacja finansowa
- Przygotowanie nauczycieli
- Przygotowanie kadry kierowniczej
- Wyniki nauczania
- Efekty wychowawcze
- Współpraca ze środowiskiem lokalnym
- Współpraca z rodzicami
- Organizacja pracy szkoły
- Marketing szkolny

Silne strony szkoły

- Tradycje: szkoły, nauczania określonych przedmiotów, działalność artystyczna, działalność sportowa
- Dobre wyposażenie: pracowni, biblioteki
- Wykształcona, kompetentna kadra
- Znani absolwenci
- Lokalizacja
- Sukcesy szkoły
- Współpraca międzynarodowa
- Specjalne programy
- Atmosfera

Słabe strony szkoły

- Słabe wyniki egzaminów zewnętrznych
- Niedobra opinia
- Używki w szkole
- Niestabilność kadrowa nauczycieli
- Słabe wyposażenie
- Brak pedagoga/psychologa szkolnego
- Brak klimatu współpracy
- Patologia wśród rodzin uczniów

Możliwości szkoły

- Kontakt z mediami
- Współpraca szkoły z instytucjami
- Współpraca z rodzicami
- Dobry kontakt z placówkami doskonalenia nauczycieli
- Usytuowanie szkoły

Zagrożenia dla szkoły

- Konkurencyjna szkoła
- Słaba kondycja finansowa szkoły (powody)
- Nieefektywna współpraca z nadzorem
- Bezrobocie rodziców
- Zmiany w organizacji komunikacji

„Filozofia” marketingu szkoły

- Dobra reputacja przynosi korzyści każdej szkole!
- Nagłaśnianie informacji o tym, co dzieje się dobrego w szkole !
- Szkoła „ciekawa”, z dobrą reputacją, przyciąga więcej uczniów !
- Dobra szkoła przyciąga dobrych nauczycieli !
- Chętniej pomaga się tym, którzy są dobrzy i zaradni !

Zasady promowania szkoły

1. Dbaj o dobrą opinię o szkole w środowisku
2. Podkreślaj specyfikę, charakter placówki
3. Wykorzystuj naturalne cechy szkoły
4. Wykorzystuj lokalne media
5. Bądź życzliwy, opanowany i przystępny
6. Dbaj o właściwą postawę pracowników „pierwszego kontaktu”.
7. Zwracaj uwagę na estetykę otoczenia i czystość budynku.
8. Upowszechniaj informację o szkole.
9. Bądź elastyczny w promowaniu szkoły.

Co zrobić, aby szkoła była dobrze widziana

Krok 1

Zbierz grupę osób zainteresowanych dobrym wizerunkiem szkoły. Poddaj analizie potencjał zasobów szkoły

Krok 2

Ustal priorytety dla pracy Twojej szkoły

Krok 3

Powołaj ds. marketingu

Krok 4

Określ swój podstawowy rynek oddziaływania (zewnątrzny, wewnętrzny).

Krok 5

Wybierz formy promocji szkoły

Krok 6

Współpracuj z mediami

Formy promocji szkoły

- Komunikacja ustna
- Informatory, foldery
- Ulotki, gazetki szkolne
- Strony internetowe
- Zapraszanie gości do szkoły

Promocja w mediach

- Wybór nośnika informacji (prasa, radio, TV)
- Rodzaj informacji (zawsze dobre, częste!)
- Forma komunikatu (notatka, reportaż, wywiad, artykuł problemowy)
- Realizator

Zasady informowania

- Pisz krótko
- Pisz zwięźle, prostymi, niedługimi zdaniami
- Pisz ciekawie, z odrobiną humoru
- Unikaj stylu urzędowego
- Daj dobry tytuł i początek
- Unikaj informacji negatywnej o innych szkołach

KONIEC



dziękuję za uwagę