



LICEUL TEORETIC "SFÂNTA MARIA"  
Str. Gheorghe Doja, nr.81 Galati  
Tel./Fax: 0236/418310  
E-mail: sfmaria\_gl@yahoo.com  
Nr. 4694/21.XV.2018.



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

### Strategia de promovare a imaginii școlii



Între instituțiile unei comunități, școala și biserica au un loc privilegiat pentru că ele reprezintă forța morală, nu au rol de constrângere și sunt orientate spre viitor, spre viața spirituală. Astăzi, lucrurile s-au mai schimbat din cauze diverse. Se știe că o comunitate fără cele două instituții este condamnată la extincție. Și se înregistrează astfel de lucruri, sate întregi mor puțin câte puțin.

Chiar dacă până acum nu s-a observat, concurența la nivelul școlilor se manifestă și se constată că, asemenea altor întreprinderi umane, aceasta devine acerbă. Aproape fiecare tip de școală își avea publicul ei țintă, cartierul, zona, familia. Astăzi lucrurile s-au schimbat, iar cauza nu este neaparat competența, adică nota de admitere a publicului -țintă sau a corpului didactic, deși și aceasta este un factor important conjugat cu tradiția școlii, flexibilitatea, emblema, brandul.

Concurența a apărut ca urmare a supraofertei educaționale invers corelate cu cerința. Studiile PRAI/PLAI pentru regiunea sud-estică a României, din care face parte și Galațiul, arată că natalitatea este în scădere, cel puțin așa stau lucrurile până spre 2024, populația vârstnică este în creștere (peste 64 de ani), oferta pieței muncii este monocromă, agricultura rămâne ramură de bază, industria, cu câteva excepții, este în restructurare, sistemul de transporturi este defectuos. La toate acestea se adaugă mirajul străinătății, emigrația cu întreaga familie, emigrația tinerilor care-și găsesc rostul aiurea, de multe ori cu educația nefinalizată sau în curs de finalizare, pe de o parte, iar pe de altă parte, deschiderea tot mai mare a instituțiilor școlare străine în căutare de elevi (de liceu și studenți). Cauzele multiple determină căutări multiple.

La nivelul orașului Galați, se observă că, în ultimul timp, două licee tehnologice au fuzionat (foste colegii), altele caută modalități de supraviețuire, altele s-au reinventat adăugându-și și gimnaziu sau alte variante de acțiune. În aceste condiții, elaborarea unei strategii de promovare a imaginii școlii nu este chiar un lucru facil.

Evident, dincolo de toate mijloacele, rezultatele la examenele naționale este cel mai grăitor argument, dar nu singurul. Instituțiile ierarhice au grijă să dea publicității astfel de clasamente la fiecare sfârșit de an școlar sau etapă de examinare, de parcă întreaga comunitate trăiește cu suflul la gură această etapă de campionat. În alte țări aceste rezultate nu se fac publice.



Și alți factori de interes, care trebuie avuți în vedere, concură la fundamentarea imaginii școlii: așezarea geografică asociată cu accesul rapid la mijloacele de transport, titulatura, încadrarea cu personal calificat, oferta școlii în care să se regăsească mai mulți candidați, oferta secundară (CDS/CDL) etc.

Mecanismul per capita, banul urmează elevul, n-a creat întotdeauna liniște în mediul școlar, dimpotrivă stă la baza accelerării concurenței și competiției, iar consecințele nu sunt întotdeauna cele așteptate. Se pare că uneori tocmai calitatea este în scădere.

Strategiile de marketing nu țin cont de principiul calității, operează de multe ori cu cantitatea, iar aspectul pus în discuție este, în primul rând, atragerea de fonduri, prin atragerea de elevi pentru completarea unui plan de școlarizare mai mare, deci mai multe clase, mai mulți bani.

Definirea obiectivelor strategiei de marketing este un proces complex pentru că derivă din misiunea școlii.

#### Analiza SWOT

Puncte tari	Oportunități
Spații adecvate procesului instructiv-educativ 5 laboratoare Sală de sport Ateliere de practică Cabinet de mediere, psihologic internet Oferta educațională variată Ofertă CDS/CDL Personal calificat Acțiuni cu ONG-uri, voluntariat Catalog online – ADSERVIO Baze de date cu traseul educațional și profesional al absolvenților	Site-ul liceului Pagina de FB Grupuri de socializare Concursuri, cercuri tematice 4 proiecte europene în derulare Programul ROSE - „Reușim împreună” Burse școlare Subvenție transport Modernizarea instalației de încălzit Ultima medie de admitere la liceu peste 7,50 la toate profilurile
Puncte slabe	Amenințări
Situația economică și socială Clase suprapopulate Elevi cu probleme de adaptare, din case de copii, familii dezorganizate  Renunțarea la studiul pe grupe la unele discipline Lipsa unui spațiu adecvat pentru activități extracurriculare Ultimele titluri nu apar în bibliotecă Elevi cu o formație de bază precară, lipsa deprinderilor de studiu Material didactic învechit	Tendința de abandon școlar Bugetul per capita insuficient Emigrația Părăsirea timpurie a școlii, fără finalizarea studiilor Populație școlară în scădere resurse restrânse



Din misiunea liceului derivă și obiectivele strategiei de promovare a imaginii școlii:

„LTSM asigură o educație de calitate prin strategii didactice verificate, supuse unei continue adaptări prezentului, bazate pe cooperare, inițiativă, experiențe de învățare, valori europene. Educația este centrată pe elev ,așa încât acesta să devină eroul propriei deveniri.

La finalizarea liceului, tinerii trebuie să fie capabili a înțelege lumea din jur, a se implica în propria formare, a adopta o atitudine pozitivă față de toate problemele cu care se confruntă, fiind, în același timp, toleranți cu semenii lor”.

Obiective:

- Valorificarea proiectelor locale prin care experiența pozitivă, bunele practici, rezultate școlare să fie popularizate
- Personalizarea ofertei educaționale în care să se regăsească un public școlar mai larg
- Orientarea școlară și profesională gradual pe parcursul întregii școlarități, încât fiecare elev să-și găsească locul pentru a se împlini
- Promovarea unor proiecte focalizate pe reducerea abandonului școlar, integrarea tuturor elevilor
- Flexibilizarea ofertei prin cuprinderea altor forme de învățământ (seral, frecvență redusă)
- Promovarea instituției în comunitate prin mass-media, simpozioane, parteneriate, proiecte europene,

Definirea grupului-țintă:

- Absolvenți ai clasei a VIII-a, de preferat cu certificat de promovare a Examenelor Naționale, cu note peste 7,50.
  - Părinții absolvenților de clasa a VIII-a
- Desemnarea echipei de promovare a imaginii școlii prin decizie.

Acțiuni

Obiectivul	acțiuni	termen	răspunde
Valorificarea proiectelor locale prin care experiența pozitivă, bunele practici să fie popularizate	Actualizarea site-ului școlii Pagina de FB a școlii Popularizarea rezultatelor școlare	permanent	Consilierul educaiv Directori informatician
Personalizarea ofertei educaționale în care să se regăsească un public școlar mai larg	Elaborarea planului de școlarizare Popularizarea planului de școlarizare Distribuire fluturași Oferta CDL/CDL Promovare pe site-ul LTSM, sectoare discuții cu elevii Ziua porților deschise Târgul de oferte	Decembrie Ianuarie Februarie  aprilie	CP CA Diriginții Comisia pentru curriculum Directori Consilier educativ /școlar



Orientarea școlară și profesională gradual pe parcursul întregii școlarități, încât fiecare elev să-și găsească locul pentru a se împlini	Analizarea cererilor de transfer Consiliere școlară testarea opțiunilor	Intersemestrial La nevoie	CA Consilierul școlar (psihologul)
Promovarea unor proiecte focalizate pe reducerea abandonului școlar, integrarea tuturor elevilor	Planuri personalizate de intervenție Monitorizarea absenteismului școlar Utilizarea ADSERVIO Programul de susținere ROSE	La nevoie Permanent permanent	Consilierul școlar (psihologul), Educativ Comisia de monitorizare directori
Flexibilizarea ofertei prin cuprinderea altor forme de învățământ (seral, frecvență redusă)	Publicitate mass-media Anunțuri	Aprilie-iunie	CA Consilierul educaiv Director adjunct informatician CP
Promovarea instituției în comunitate prin mass-media, simpozioane, parteneriate, proiecte europene	Publicitate Articole „Viața liberă” ”Școala gălățeană” Prezentare în școli Articole, diseminări	permanent	CP Directori Consilieri CA Asociația părinților și profesorilor

Indicatori:

- Completarea planului de școlarizare din prima etapă
- Creșterea mediei de admitere

Director,

Prof. Chiscoci Olguța

