



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Praktický soubor pro marketing středních škol

Dokument byl vytvořen v rámci projektu Úspěšná škola – vzdělávání řídicích a strategických týmů středních škol v Plzeňském kraji



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Část Analýzy a strategie

Zajímavé weby pro část Analýzy a strategie

- portál Infoabsolvent www.infoabsolvent.cz (NÚOV)
 - o SŠ a jejich obory v ČR, analýzy z oblasti vzdělávání a přechodu absolventů na trh práce
 - o zejména sekce pro pedagogické a poradenské pracovníky
<http://www.infoabsolvent.cz/TematickyKatalog/TematickyKatalog.aspx?CiloVeSkupiny=3>
- portál Studuj v Plzeňském kraji www.studujvpk.cz (RRA PK)
 - o integruje data z oblasti vzdělávání a trhu práce v Plzeňském kraji až do úrovně profesí, monitoring trhu práce v Plzeňském kraji
- portál Zaměstnanost <http://portal.mpsv.cz/sz> (MPSV)
 - o nezaměstnanost absolventů podle škol, oborů a okresu bydliště, ale i další informace o trhu práce
- portál Budoucnost profesí <http://www.budoucnostprofesi.cz> (NFV)
 - o pokus o kvantifikaci potřeb pracujících podle profesí v ČR

Formulace Strategie školy

- navazuje na analýzu vnějšího i vnitřního prostředí, popř. SWOT analýzu

Postup formulace strategie školy – hlavní etapy:

0. Pozice školy
1. Vize školy
2. Cíle školy
3. Strategie školy

Pozice školy:

- zakončuje analytickou fázi tvorby strategie
- stručně shrnuje poznatky z hlediska klientů a zákazníků

Vize školy:

- budoucí obraz školy s důrazem na klienty a zákazníky

Cíle školy:

- a) formulace hlavního cíle školy



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- b) stanovení prioritních oblastí
- c) formulace strategických cílů školy
- d) prověření cílů

Strategie školy:

- a) stanovení přístupu ke splnění strategických cílů
- b) formulace specifických cílů v prioritních oblastech
- c) návrh konkrétních opatření
- d) prověření očekávaného dopadu cílů a opatření

Použitý podklad:

SVĚTLÍK, J. Marketingové řízení školy. 2. Vyd. Praha : Wolters Kluwer ČR, a.s., 2009.

Nástin obsahu Marketingové analýzy školy

A) Analýza vnějšího prostředí školy

A1) Analýza makroprostředí školy

- Politika
- Legislativa
- Ekonomika
- Společnost
- Demografie
- Kultura
- Technika

A2) Blízké okolí školy

- Zřizovatel
- Zákazníci a klienti
- Konkurenční školy

B) Analýza vnitřního prostředí školy (analýzy zdrojů)

- Vzdělávací program
 - o stupně a obory vzdělání
 - o organizace a způsob výuky



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- vazba výuky na praxi
- další školní a mimoškolní aktivity
- Lidé
 - žáci
 - pedagogové
 - vedení školy
- Materiální zajištění
 - kapacita
 - vybavení
 - finanční zajištění
 - umístění
- Řízení a strategie
 - organizace školy
 - plánování
 - informační systém
 - zpětná vazba
- Ostatní
 - zájem o školu
 - tradice a atmosféra školy
 - absolventi a jejich uplatnění
 - projekty

Použitý podklad:

SVĚTLÍK, J. *Marketingové řízení školy*. 2. Vyd. Praha : Wolters Kluwer ČR, a.s., 2009



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Část Komunikace a PR školy



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obecné zásady spolupráce s médii

Primární je pro vás provoz školy

- spolupráce s médii (jejich návštěvy) nesmí výuku narušovat

Vždy si předem ujasněte, proč chcete o dané akci informovat (CÍL)

- zamyslete se, koho má článek oslovit a co mu má říct (např. ukázky z praktických maturit mají především vhodným sociálním partnerům a zástupcům zaměstnavatelů představit váš důraz na praktické dovednosti studentů a ukázat jejich výkony v reálném prostředí)
- cílovými skupinami vaši příspěvků v médiích jsou:
 - případní zájemci o studium a jejich rodiče
 - zástupci místních komunit
 - zástupci sociálních partnerů a možných zaměstnavatelů absolventů
 - širší odborná i laická veřejnost (je to velice obecná skupina, proto až poslední)

Mějte jasno, proč o „skutečnosti“ informujete právě teď

- pro hladký průběh výuky je pro školy výhodnější věnovat přípravě vašich tiskových zpráv a podkladů delší čas
- některé akce však přímo vyžadují zapojení médií či okamžité sepsání tiskové zprávy v daný den (např. projektový den pro základní školy)
- média nerada informují o starých událostech, někdy však výjimku udělají, a to když:
 - je možno článek pojmout obecněji (NE, že k vám přijel ministr, ale že dlouhodobě realizujete mnoho zajímavých akcí, např. k vám i v minulých dnech přijel ministr)
 - jedná se o dlouhodobě platné skutečnosti (např. NE, že jste právě vybavili ICT učebnu, ale že vaši studenti mohou využívat nejnovější techniku, a to mimo jiné právě i díky poměrně nové učebně)
 - „nemají co napsat“ – zvláště „prázdné“ bývá pondělní vydání novin, o témata ze školství bývají také ochuzené letní měsíce

Než špatně, raději vůbec

- pečlivě promyslete, zda budete mít skutečně čas a energii dotáhnout danou akci pro média až do konce (např. skutečně bude moci jeden pedagog věnovat zcela svou pozornost zástupcům médií, nenaruší přítomnost médií průběh akce, ...)

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- nemůže se vyskytnout nějaká **negativní událost**, která zcela překryje váš původní jistě dobrý úmysl (např. jeden ze žáků vypoví, že nové metody výuky jsou pro něj nezajímavé a spíše krokem zpět)

Pro média zpracovávejte vyčerpávající podklady

- pracovníci médií jsou zaneprázdněni, proto „příjemné“ zprávy rádi přebírají v ne příliš upravené podobě
- proto nezapomínejte na:
 - výpověď (stručnou přímou řeč) zástupců více skupin (ředitel, učitelka připravující akci, zapojený student, účastník z veřejnosti)
 - buďte struční, ale zajímaví
 - přikládejte fotografie (musí na nich být lidé, a to dobře viditelní)

Vyberte si několik akcí, o kterých média informujte postupně v průběhu roku
(max. 1 zpráva za měsíc)

Když už k vám novinář přijede, získejte si jeho kontaktní údaje a snažte se udržet jeho přízeň. Vhodné je také předběžně zmínit další akce školy či skutečnosti, které by pro něj mohly být zajímavé.

Více viz web www.klikavpk.cz

Co neopomenout při tvorbě a aktualizaci webových stránek školy

Při kontrole úplnosti a přehlednosti portálu školy doporučujeme postupovat z pohledu jednotlivých **cílových skupin**, které s ním pracují, a to:

- skupin z vnitřního prostředí školy:
 - studentů školy
 - rodičů studentů školy
 - pedagogů školy
- skupin vně prostředí školy:
 - případné zájemce o studium ze základních škol
 - jejich rodiče
 - zástupce základních škol (ředitele, výchovné poradce i další pedagogy)
 - možné sociální partnery školy včetně zástupců zřizovatele
 - případné zaměstnavatele absolventů školy
 - experty z oblasti vzdělávání



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- širší veřejnost se zájmem o dění na škole včetně jejích absolventů

Při hodnocení či tvorbě webových stránek proto věnujte pozornost především následujícím aspektům:

- srozumitelnost a jednoduchost www adresy
- grafické zpracování
- přehlednost úvodní stránky a její funkčnost jako jednoduchého rozcestníku jednotlivých informací viditelné umístění základních informací o škole (hlavně kontaktní údaje)
- základní informace o oborové nabídce školy, přijímacích zkouškách a podmínkách studia
- informace o aktivitách školy

Nepraktičtější způsob jak hodnotit vlastní webové stránky, je porovnat je s webovou prezentací jiné školy. Zkuste si proto prohlédnout webové stránky následujících škol:

Gymnázium a střední odborná škola, Klášterec na Ohří (Ústecký kraj):
<http://www.gymkl.cz>

Gymnázium a střední odborná škola ekonomická, Vimperk (Jihočeský kraj):
<http://www.oag.cz>

Střední průmyslová škola, Ostrov (Karlovarský kraj): <http://spsostrov.cz>

Obchodní akademie, střední pedagogická škola a jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Beroun (Středočeský kraj): <http://oaspgsberoun.cz>

Zkuste posoudit tyto webové odkazy z pohledu rodiče možného zájemce o studium, který si teprve vytváří svůj postoj vůči dané škole. Při zkoumání jednotlivých webových stránek si pokuste zodpovědět následující otázky:

- Je vám okamžitě jasné z úvodní stránky, o jakou školu se jedná, jak se jmenuje a kde se nachází?
- Najdete jednoduše základní kontaktní údaje (adresa školy, telefon a e-mail na sekretariát a ředitelství, ale i odkazy např. na střediska odborné přípravy, internát či jídelnu)?
- Jsou vám jasné informace o oborech, které škola nabízí (jedná se o maturitní či učební obory, jaké je možné uplatnění, co vše se budou žáci učit, jaké předměty jsou ve výuce hlavní apod.)?
- Čím jsou tyto obory zajímavé? Připraví vaše dítě dostatečně i po praktické stránce (dílny a jejich vybavení, systém praxí apod.)?

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Orientujete se snadno v podmínkách a termínech přijímacího řízení?
- Víte, jak se bude na škole vaše dítě stravovat a kde se může ubytovat?
- Nabízí škola další aktivity, které by se mohly vašemu dítěti zamlouvat (sportovní či odborné kroužky, výlety, odborné kurzy a certifikáty, divadelní spolek, kulturní akce apod.)?
- Jsou studenti na škole spokojeni a zapojení do akcí škol je baví (dá se to vyčíst například ze zveřejněných fotografií)?
- Působí na vás dobře pedagogický sbor (po odborné i osobní stránce – např. je možné zjistit, jakou činnost na škole realizují a jak pracují se studenty)?
- Bude absolvování dané školy pro vaše dítě výhodou (máte z webových stránek pocit, že daná škola disponuje určitým renomé v oboru)?
- Zaujme možnost studia na této škole také vaše dítě (obsahují stránky dostatek motivačních a audiovizuálních prvků cílených na uchazeče o studium)?
- Necháávají ve vás webové stránky dané školy nějaké nezodpovězené otázky?

Více viz web www.klikavpk.cz

Možnosti forem spolupráce s médii

Tisková zpráva s pozvánkou

- Tisková zpráva je základní podklad pro práci novináře. V případě zprávy s pozvánkou je jejím úkolem především přilákat zástupce médií na realizovanou akci.
- Tiskovou zprávu s pozvánkou je vhodné posílat médiím alespoň **dvakrát**. Poprvé **například týden** před plánovaným termínem akce, aby si ji novináři mohli včas zahrnout do svého harmonogramu. Určitě však nezapomínejte poslat pozvánku znovu **den před realizací** akce (lépe dopoledne), čímž ji novinářům připomenete.
- Použijte poutavý nadpis. Měl by vždy obsahovat sloveso, které navozuje pocit dějovosti.
- Nejdůležitější je první odstavec (perex), který má přilákat novinářovu pozornost a zajistit, že dočte zprávu celou.
- Důležité informace zvýrazňujte. Snadno viditelné musí být údaje o tom, **kdy a kde** se akce odehrává a kdy mají novináři ideálně přijít.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Nezapomínejte na **kontaktní údaje** na hlavní kontaktní osobu, která bude médiím plně k dispozici v průběhu celé akce (ideálně poskytněte číslo mobilního telefonu).

Tisková zpráva o realizované akci

- Tisková zpráva o realizované akci rychle a podrobněji informuje zástupce médií o aktuální události. Musí odpovídat na otázky: **Kdo? Co? Kdy? Kde? Proč? a Jak?**
- Může být posílána jako následný doplněk Tiskové zprávy s pozvánkou, když máme pocit, že na akci přišlo málo zástupců médií. Popřípadě jako samostatná zpráva k zajímavému tématu či akci, kterou by přítomnost novinářů mohla narušit.
- Velice důležité je správné načasování. Média používají téměř výhradně aktuální informační zdroje, proto je vhodné, aby zpráva odcházela **přímo v den realizace akce, nejlépe dopoledne**. Pouze tak se můžete dostat do vydání novin následující den či být citováni ještě v ten den v rádiu.
- Použijte poutavý nadpis. Měl by vždy obsahovat sloveso, které navozuje pocit dějovosti.
- Nejdůležitější je první odstavec (perex), který má přilákat novinářovu pozornost a zajistit, že dočte zprávu celou.
- V textu poskytněte nejen základní, ale i zajímavé informace. Nezapomínejte na výpověď zapojených osob (používejte přímou řeč, vždy zaznamenejte celá jména informátorů).
- Poskytněte odkazy na hlavní kontaktní osobu, která je schopná novinářům okamžitě poskytnout další informace.
- Velmi důležité je přiložit **fotografie z akce**.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Přehled regionálních médií

1. ČTK

- **Česká tisková kancelář** (www.ctk.cz)
Redakce Plzeň - plzen@mail.ctk.cz
Redaktor – Václav Prokš - proks@mail.ctk.cz

2. Tisk - deníky

- **MF Dnes**
Redakce Plzeň – tel: 374 333 111, redplz@mfdnes.cz
Šéfredaktor – Martin Polívka martin.polivka@mfdnes.cz
Redaktor Jaroslav Nedvěd – jaroslav.nedved@mfdnes.cz
Redaktorka Jaroslava Šašková - jaroslava.saskova@mfdnes.cz
Redaktorka Jitka Šrámková - jitka.sramkova@mfdnes.cz
Redaktorka Barbora Němcová - barbora.nemcova@mfdnes.cz
Redaktor Petr Ježek - petr.jezek@mfdnes.cz
- **Deníky Bohemia – Deník západní Čechy**
Tel: 377 168 332, kamila.pavlikova@denik.cz

Plzeňský deník – tel: 377 168 321, www.plzensky.denik.cz

Redakce – redakce.plzensky@denik.cz

Šéfredaktorka Alena Nová - alena.nova@denik.cz

Redaktorka Dana Veselá - dana.vesela@denik.cz

Redaktorka Miroslava Tolarová - miroslava.tolarova@denik.cz

Každodenní rubrika „**U nás doma**“ a středeční „**U nás na škole**“ –
reporter.plzensky@denik.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Domažlický deník – tel: 379 725 800, www.domazlicky.denik.cz

Redakce – redakce.domazlicky@denik.cz

Redaktorka Milena Cibulková - milena.cibulkova@denik.cz

Klatovský deník – tel: 376 310 240, www.klatovsky.denik.cz

Redakce – redakce.klatovsky@denik.cz

Šéfredaktor Milan Kilián – milan.kilian@denik.cz

Redaktor Ludvík Pouza - ludvik.pouza@denik.cz

Rokycanský deník – tel: 371 725 393, www.rokycansky.denik.cz

Redakce – redakce.rokycansky@denik.cz

Šéfredaktor Václav Havránek – vaclav.havranek@denik.cz

Redaktorka Klára Mrázová – klara.mrazova@denik.cz

Tachovský deník – 374 722 522, www.tachovsky.denik.cz

Redakce – redakce.tachovsky@denik.cz

Šéfredaktor Jiří Kohout – jiri.kohout@denik.cz

Redaktorka Marie Podzimková – marie.podzimkova@denik.cz

- **Právo** (<http://pravo.novinky.cz>)

Redakce - plzen@pravo.cz

Redaktor Patrik Biskup - patrik.biskup@pravo.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

3. Tisk - jiné

- **Metro** (www.metro.cz) – deník zdarma
Redakce – redakce@metro.cz
Redaktor v Plzni Martin Šterba – martin.sterba2@metro.cz
- **Mladá fronta 7 Sedmička** (www.sedmicka.cz)
Týdeník pro Vaše město vč. internetové stránky (mutace Plzeň a Klatovy)
Je možné zasílat vlastní články vč. fotografií prostřednictvím jejich systému „Napište nám“
- **5 + 2 dny**
Redakce Plzeň – redakce.plzen@agfmedia.cz
Redaktor v Plzni Ladislav Vaidl – ladislav.vaidl@agfmedia.cz
- **Rozhled** (<http://vmi-rozhled.cz>)
Zdarma distribuovaný měsíčník pro domácnosti a firmy v okresech **Klatovy a Domažlice**.
Redakce – redakce@vmi-rozhled.cz
- **Plzeňský rozhled** (www.plzenskyrozhled.cz)
Mutace Rozhledu pro okresy **Plzeň-město, Plzeň-jih, Plzeň-sever, Rokycany a Tachov**.
Redakce – redakce@plzenskyrozhled.cz
Šéfredaktor – sefredaktor@plzenskyrozhled.cz
- **Městské a radniční tiskoviny** dle místa působnosti

4. Televize

- **ČT** (www.ceskatelevize.cz)
Redakce Plzeň – tel: 377 371 448, redakce.plzen@ceskatelevize.cz
Redaktorka Miroslava Vildová – 739 524 483,
miroslava.vildova@ceskatelevize.cz
Redakce Klatovy – tel: 376 333 011, redakce.klatovy@ceskatelevize.cz
Redaktor Jan Dvořák – 606 633 712



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- **Televize ZAK** - www.zak-tv.cz
Redakce – 377 262 130, redakce@zaktv.cz
Redaktor Miroslav Sedláček – miroslav.sedlacek@zaktv.cz
Redaktor Vladimír Pinker – Vladimír.pinker@zaktv.cz
- **NOVA** (www.nova.cz)
Redaktorka v Plzni Pavlína Polatová – 602 145 426,
pavlina.polatova@nova.cz
Redaktorka v Plzni Tereza Maixnerová – 602 164 258,
tereza.maixnerova@nova.cz
Redaktorka v Plzni Romana Věbrová – 602 430 385,
romana.vebrova@nova.cz
- **TV RT 1 – Zpravodajství ze západních Čech** (www.rt1.cz) – spolupráce
s portálem www.cestyplzenskehokraje.cz
Redakce TV – tel: 377 262 636, 377 270 255, redakce@rt1.cz

5. Rozhlas

- **Český rozhlas Plzeň**
Redakce – tel: 377 488 111, redakce@pl.rozhlas.cz, info@pl.rozhlas.cz
Šéfredaktor Pavel Maršál – tel: 377 488 165, pavel.marsat@pl.rozhlas.cz
Redaktor Jiří Blažek – jiri.blazek@pl.rozhlas.cz
Redaktorka Martina Klímová – martina.klimova@pl.rozhlas.cz
Redaktorka Jana Kosová – jana.kosova@pl.rozhlas.cz
- **Hitrádio FM Plus**
Redakce Plzeň – tel: 377 676 111, redakce.fmplus@hitradio.cz
- **Rádio Kiss Proton**
Redakce Plzeň – tel: 377 900 900, zpravy@kissproton.cz
- **Rádio Blaník – Západní Čechy**
Kontakty studio Plzeň – 323 641 990, info@radioblanik.cz



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

6. Digitální média

- **Plzeňsko** (<http://plzensko.regiony24.cz>)
Sít internetových novin Regiony24.cz
Redakce – plzensko@regiony24.cz
- **Cesty Plzeňského kraje** (www.cestyplzenskehokraje.cz)
Redakce – tel: 777 134 083, redakce@cestyplzenskehokraje.cz
- **Plzen.cz** (www.plzen.cz)
Komerční informační server pro Plzeň a Plzeňský kraj
Administrace - plzen@plzen.cz
Redaktoři – kokesova@plzen.cz , osvaldova@plzen.cz
- **Informační portály navázané na tištěné deníky**

7. Ostatní

- **Oddělení mediální komunikace Krajského úřadu Plzeňského kraje**
vedoucí: René Zeithaml
e-mail: report@plzensky-kraj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Část Motivace ZŠ



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Zásobník motivačních aktivit směrem k ZŠ

1. Vytvořte obrázkové prezentace školy/oborů (např. pro potřeby prezentace na webu)

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
 - rodiče žáků ZŠ
 - výchovní poradci ZŠ
- **Proč:**
 - Asi každá škola už dnes prezentuje na svém webu své úspěchy, aktivity, obory či učební plány. Většinou se ale jedná pouze o formu textu, která pro cílovou skupinu žáky ZŠ není většinou příliš atraktivní a motivující. Co zkusit přetvořit text v obrázky a pokusit se vytvořit zajímavou a vtipnou obrázkovou prezentaci školy a jejích oborů? Zapojit se pochopitelně mohou i studenti
- **Jak:**
 - Aktivita může probíhat podobným způsobem jako výroba pexesa (aktivita č.12) - vytvořený tým (studentů, pedagogů nebo obojího) dostane za úkol nafotit reprezentativní fotky prostor školy/učitelů školy/učeben/obrázky a názvy oborů, které se na škole vyučují, apod. K tomu se přidají fotky z různých akcí školy (adaptační kurz, soutěže, besedy, exkurze, apod.). Je žádoucí, aby fotky nebyly příliš statické a aby zachycovaly akční momenty ze života školy. Materiál se poté vhodně zakomponuje např. do powerpointové prezentace a připojí se komentáře a informace pro uchazeče školy.
 - TIP: Rozdávejte tuto prezentaci základním školám např. na CD místo nebo jako doplněk tradičních letáčků

2. Natočte školní video spot (např. pro potřeby prezentace na webu)

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
 - rodiče žáků ZŠ
 - výchovní poradci ZŠ
- **Proč:**
 - Letáčky už v dnešní době pro efektivní prezentaci na ZŠ většinou nedostačují, je zapotřebí „jít s dobou“ a pracovat s moderními



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

prezentačními nástroji. Jedním z nich může být beze sporu video. Pro střední školu je vytvoření vlastního videa samozřejmě časově i finančně náročnější než výroba letáčků, ale pokud se výsledné video podaří a je dobře a vhodně prezentováno, může mít o mnoho větší efekt než pouhé předání letáčku.

- **Jak:**

- Studenti školy pod vedením učitelů vytvoří video spot.
- Pro vybrání toho nejlepšího výtvoru lze studenty rozdělit do menších skupinek a následně uspořádat soutěž s vyhlášením toho nejlepšího spotu, který bude prezentován na webu školy i jinde.
- TIP: jednoduchou prezentaci školy lze vytvořit např. ve stylu reklamy na Google – „Život je hledání“ : <http://www.youtube.com/zivotjehledani>. Záleží jen na vlastní invenci, důvtipu a snaze odlišit se od ostatních, dá se dobře vystihnout v čem je škola specifická a užitečná

3. Prezentujte školní dění - vydávejte školní časopis/bulletin

- **Pro koho:**

- rodiče žáků ZŠ
- žáci ZŠ
- výchovní poradci i další pedagogové ZŠ

- **Proč:**

- vaše škole v průběhu školního roku pořádá spoustu zajímavých akcí, které mohou nalákat i budoucí studenty. Proč tedy nevyužít to, co stejně děláte, k tomu, aby se o vás víc vědělo? Informovat můžete jak zpětně tak dopředu – jako pozvánku. Dáte tak lépe najevo, že to ve vaší škole rozhodně „žije“.

- **Jak:**

- může se jednat např. o měsíčník, čtvrtletník nebo „pololetník“, případně občasník. Je dobré sestavit tým (redakci), který se bude o vydávání novinek pravidelně starat. Tým by měl obsahovat novináře (jednoho nebo i více, ale rozhodně někoho s dobrým písemným projevem) a dále redaktory, kteří budou vytipovávat akce vhodné k prezentaci a budou k nim shánět podklady, informace a fotografie. Časopis nemusí být nutně šířen v tištěné podobě, můžete ho např. vyvěsit na web nebo pomocí mailingu informovat vámi vybrané základní školy.
- TIP: co třeba touto cestou informovat o vašich pravidelných akcích jako: adaptační kurz, peer programy, soutěže, zajišťování charitativních akcí, dětský den, aj.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

4. Vyzdobte si školu

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
 - rodiče žáků ZŠ
- **Proč:**
 - Při různých příležitostech se po chodbách a učebnách vaší školy procházejí vši potenciální budoucí studenti (zejména Den otevřených dveří, ale i jiné akce). Dopřejte jim zajímavý vizuální zážitek. Spousta vašich žáků má určitě umělecké cítění a talent a je škoda toho nevyužít pro nalákání a zvýšení zájmu žáků ZŠ o vaší školu. Při tvorbě všech těchto výtvorů je dobré se zaměřit hlavně na specifika vaší školy
- **Jak:**
 - zadejte vašim žákům (týmům/třídám nebo jednotlivcům) úkol navrhnout a vytvořit praktickou a prezentčně zaměřenou výzdobu školy, např.
 - „prezentační nástěnnou koláž“, která se vystaví ve vstupních prostorách školy
 - netradiční nebo vtipně pojatou mapku, směrovky a informační cedule pro potřeby dne otevřených dveří
 - maskota vaší školy, který bude vítat návštěvníky ve vstupních prostorách školy, bude vyobrazen na webových stránkách i na různých akcích školy
 - nové logo školy

5. Připravte zážitkové odpoledne

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
 - rodiče žáků ZŠ
- **Proč:**
 - Žáci ZŠ se nejlépe motivují aktivizací, tj. např. zapojením do nějaké akce, při níž jakoby mimochodem získají spoustu informací o škole a jejích oborech i dalších podnětů. Prostřednictvím zážitků žáci lépe poznají školu a budou moci lépe zhodnotit, jestli by je škola bavila a jestli by byli schopni ji absolvovat
- **Jak:**
 - Škola uspořádá pro žáky ZŠ (zejména se zaměřením na vyšší ročníky) odpoledne, kdy si žáci budou moci vyzkoušet různé činnosti související s obory, které se na škole vyučují. Škola pro žáky vytvoří stanoviště, na



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

kterých si budou moci vyzkoušet různé praktické činnosti. Každé stanoviště bude mít svého průvodce, kterým může být pedagog i student. Průvodci žákům vysvětlí, co a jak, a podají jim v případě zájmu i další informace o výuce, praxích, oborech školy nebo učebních plánech.

6. Uspořádejte ukázkovou hodinu

- **Pro koho:**
 - rodiče žáků ZŠ
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - ukažte uchazečům a jejich rodičům jak to u vás chodí, ještě než si k vám dají přihlášku. Obě strany se tak mohou vyhnout nepříjemným překvapením a nesplnění očekávání.
- **Jak:**
 - vytipujte si hodinu, která bude mít zajímavý obsah i použité metody výuky a pozvěte na tuto hodinu (nebo její část) rodiče a jejich děti (žáci 8. a 9. Tříd ZŠ), aby měli možnost vidět, jak to na vaší škole chodí a na co se mohou budoucí studenti těšit (využití moderní techniky, kooperativní způsoby výuky, apod.)

7. Uspořádejte (internetovou) čajovnu/kavárnu

- **Pro koho:**
 - rodiče žáků ZŠ
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - neformální setkávání s uchazeči a jejich nabízí více prostoru pro sběr potřebných informací, nasátí atmosféry a zodpovězení opravdových otázek a nejasností budoucích studentů
- **Jak:**
 - pozvěte rodiče a jejich děti (ve věku, kdy se rozhodují o SŠ) na neformální setkání se zástupci vaší školy (výchovní poradce, zástupci ředitele, ředitel, školní metodik prevence, apod.). Setkání může proběhnout ve více termínech (aby to nebylo mnoho lidí pohromadě) a může se uskutečnit např. formou debatního kroužku na koberci. Pro návštěvníky můžete připravit i malé občerstvení (kávu, čaj, sušenky). Na akci se mohou návštěvníci ptát na věci týkající se života školy,



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

studijních oborů, předmětů, podmínek přijetí, uplatnění absolventů, apod. V průběhu akce se mohou diskuzní kroužky rozpustit na menší debaťní skupinky. Návštěvníkům může být k dispozici také PC s připojením na internet, aby si mohli vyhledávat potřebné informace o oborech nebo uplatnění absolventů (stránky vaší školy, infoabsolvent, studujvpk.cz, apod.)

8. Vytvořte prezentační CD

- **Pro koho:**
 - rodiče žáků ZŠ
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - prezentačním CD můžete nahradit nebo doplnit tradiční propagační letáčky, které se rozdávají např. při dnech otevřených dveří. Jde o modernější formu propagace. Samozřejmě nejvíce záleží na obsahu, ale zaujmout můžete už názvem nebo potiskem CD
- **Jak:**
 - důležité je sesbírat poutavý materiál (obsahově i formálně) a dát dohromady penzum informací, které chcete prostřednictvím CD šířit. Při sběru dat/podkladů na CD zkuste využít tvořivost a iniciativu vašich studentů – mohou nafotit akční fotky ze školních akcí, natočit krátký rozhovor s ředitelem/ zástupcem školy, apod. nebo netradičními způsoby představit jednotlivé obory vaší školy (scénky, prezentace, rozhovory, komiksy, apod.)

9. Uspořádejte burzu oborů

- **Pro koho:**
 - rodiče žáků ZŠ
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - umožníte žákům ZŠ nahlédnout pod pokličku konkrétním oborům a získat cenné informace pro rozhodování o volbě střední školy/studijního oboru
- **Jak:**
 - Stejně jako se pořádají burzy středních škol, na nichž žáci ZŠ často získávají informace o studijních oborech různých středních škol, uspořádejte pro vaše uchazeče soukromou burzu vaší školy. Každému



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

oboru vyrobte prezentační stánek včetně propagačních materiálů, letáčků, ukázek pomůcek pro výuku, fotografií nebo videí z praxí, apod. Stanoviště můžete ozvláštnit i např. tím, že každý uchazeč si bude moci něco sám vyzkoušet. Burza oborů se nemusí uskutečnit nutně přímo v prostorách školy...(i když je to z hlediska organizace nejjednodušší)

- TIP: nabídněte návštěvníkům možnost, aby si u každého stánku (oboru) vyplnili krátký dotazníček, z jehož výsledků vyplyne, jestli by je daný obor bavil nebo jestli by měli předpoklady pro úspěšné absolvování tohoto oboru a uplatnění v praxi

10. Spolupracujte s Domy dětí a mládeže

- **Pro koho:**
 - rodiče žáků ZŠ
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - vaše škola určitě touží mít motivované a kvalitní žáky s dlouhodobým zájmem o problematiku blízko vašim studijním oborům. Třeba jsou tito studenti návštěvníky různých podobně tematicky orientovaných kroužků v DDM (přírodovědný, chemický, kroužek 1. pomoci, apod.)
- **Jak:**
 - pokuste se nalézt a vytipovat DDM s kroužkem, který tematicky koresponduje s vašimi studijními obory. Pokud také DDM najdete, pokuste se s ním navázat kontakt a nabídnout mu např. realizaci besedy/praktických ukázek nebo jiné aktivity v rámci kroužku. Při setkávání s dětmi v DDM můžete rozdávat propagační letáčky či jiné předměty odkazující na vaši školu

11. Prezентуйте výroční zprávu „s lidskou tváří“

- **Pro koho:**
 - rodiče žáků ZŠ
 - výchovní poradci i další pedagogové ZŠ
- **Proč:**
 - Výroční zpráva je dokument, který každá škola musí zpracovávat, a kde je na minimálním prostoru shromážděno maximum informací o působení školy v uplynulém školním roce. Leckdy jsou to informace velmi cenné pro rodiče žáků ZŠ nebo jejich pedagogy, ale tyto informace se k cílovým skupinám často nedostanou jen proto, že jsou



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

„ukryty“ v tomto standardizovaném dokumentu, k němuž může mít spousta lidí rezervovaný vztah už tak nějak z principu. Ale je přeci škoda neprodat tyto leckdy pozitivní a zajímavé informace.

- **Jak:**

- pokuste se z každé výroční zprávy vytvořit výtah resp. krátký dokument ve stylu „výroční zpráva s lidskou tvář“, tj. pokuste se z každé výroční zprávy vybrat informace zajímavé pro rodiče žáků ZŠ a jejich pedagogy a formálně je dostaňte do podoby, která osloví veřejnost (např. jednoduchého letáčku). Tento letáček se základními informacemi o působení školy (doplněnými např. i fotografiemi nebo vyjádřeními zástupců školy) potom můžete rozdávat například při Dnech otevřených dveří

12. Vytvořte si školní pexeso:

- **Pro koho:**

- žáci ZŠ

- **Proč:**

- Téměř všechny střední školy rozdávají základním školám letáčky. Proč ale nevymyslet jinou / netradiční formu prezentace školy? Co třeba autorské školní pexeso?
- Do tvorby tohoto propagačního materiálu se může zapojit celá škola nebo jen vybrané třídy.

- **Jak:**

- Žáci jedné nebo více tříd dostanou za úkol nafotit reprezentativní fotky prostor školy/učitelů školy/učeben/obrázky a názvy oborů, které se na škole vyučují, apod. Po nasbírání dostatečného množství fotografického materiálu se uskuteční „třídní komise“, která si odhlasuje 12 nejlepších fotografií, které nejlépe a nevístižněji reprezentují jejich školu. Po dohodě pak zodpovědný žák/skupina žáků vytvoří pexeso ve fyzické podobě. Pexeso lze nechat i profesionálně vytisknout a namnožit do potřebného množství. Následně ho lze šířit do ZŠ.
- V rámci práce může vznikat i několik druhů pexes – žáci se mohou rozdělit do menších týmů.
- TIP: Pexesa lze snadno tvořit např. pomocí tohoto webu:

<http://www.pexeso.net/vytvorit-pexeso>

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

13. Uspořádejte soutěž

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - podpoříte spolupráci svojí školy s vybranými základními školami a dáte jim najevo v čem jste dobří a co se u vás jejich žáci mohou během studia všechno naučit
- **Jak:**
 - pozvěte týmy žáků 8. a 9. tříd (cca 4-5 členná družstva) vybraných ZŠ na soutěž do vaší školy. V prostorách vaší školy připravte různá stanoviště, kterými týmy žáků základních škol budou muset projít a splnit požadované úkoly. Na každém stanovišti dostane tým určitý počet bodů podle toho, jak si dokázal s úkolem poradit. Poté, co všechny týmy absolvují trasu, dojde k vyhodnocení výsledků soutěže (kdo má nejvíce bodů, kdo nejlépe plnil úkoly, kdo měl nejlepší čas, apod..) a vyhlásí se vítězné družstvo, které může dostat drobnou cenu.
 - TIP: soutěž lze různě tematicky zaměřit (např. první pomoc, zdravý životní styl, apod.) a můžete ji uspořádat třeba i „v terénu“ – např. v parku, na hřišti, apod.

14. Připravte učební den nanečisto

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - Žáci ZŠ, kteří uvažují o podání přihlášky na vaši školu, by určitě rádi zjistili, jak to na této škole chodí. Co jim nabídnout možnost zúčastnit se jednoho vyučovacího dne na vaší škole? Získají spoustu zajímavých a motivačních zážitků a dozví se spoustu informací od „spolužáků“, s nimiž stráví celý jeden vyučovací den.
- **Jak:**
 - Pro žáky 9. tříd, kteří mají předpoklady a zájem o studium oborů vyučovaných na vaší škole, vytvořte na 1 den místa ve školních lavicích vašich prvních (nebo i vyšších) ročníků. Tito žáci budou s danou třídou absolvovat všechny předměty v daný den.
 - Pro tuto aktivitu je zapotřebí zvolit vhodný den, kdy by se žáci ZŠ do vaší výuky mohli bez problémů zapojit a kdy by to pro ně zároveň bylo zajímavé (ne jen teoretické a



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

15. Připravte zájmový kroužek/zájmové kroužky

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - pomocí systematické práce se zájemci o studium/obory vaší školy si lépe zajistíte kvalitnější studenty s pevnější znalostní základnou, lepší motivací a vyhraněným zájmem o předměty, které se na vaší škole vyučují
- **Jak:**
 - jedná se o organizačně i kapacitně náročnější a dlouhodobější aktivitu, která však může přinést nemalé pozitivní výsledky. Pokuste se vytipovat tematické zaměření kroužku (první pomoc, matematické/chemické hrátky, psychologie, apod.), lektora kroužku, místo a čas, kdy by se kroužek odehrával
 - TIP: co kdyby se do organizace i lektorování kroužku zapojili i vaši studenti (zejména ti z vyšších ročníků)?

16. Presentujte úspěchy a výsledky vaší školy

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - prezentací zajímavých výsledků a výstupů práce vašich studentů můžete snadněji získávat zájemce z řad žáků ZŠ. Do prezentace se mohou zapojit i vaši studenti, kteří se tak mohou naučit lépe prezentovat sebe a svoji činnost před publikem, což se jim rozhodně také neztratí.
- **Jak:**
 - vytipujte mezi vašimi studenty ty, kteří nedávno slavili úspěch v nějaké soutěži, vyrobili zajímavý výstup nebo zpracovali zajímavý projekt/práci/referát, apod. (např. SOČ, seminární práce, výsledky průzkumů...). Těmto studentům domluvte „tematické okénko“ na některé z vytipovaných ZŠ – jako zpestření hodiny některého předmětu na ZŠ (např. biologie, chemie, psychologie, apod.) představí dotyčný student svůj výstup



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

17. Uskutečňte zajímavý tematický blok pro ZŠ

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ
- **Proč:**
 - vy nebo vaši studenti můžete svými zkušenostmi ozvláštnit výuku na ZŠ a můžete tak pomoci vzbudit zájem o vaši školu a vaše obory
- **Jak:**
 - domluvte se s některou ze ZŠ, že přijdete (vy nebo vaši žáci) ozvláštnit jejich výuku zajímavou besedou, přednáškou nebo praktickými ukázkami (např. relaxační techniky, dramaterapie, poruchy příjmu potravy, první pomoc) Při této příležitosti můžete na ZŠ distribuovat např. i letáčky nebo CD s informacemi pro uchazeče o studium

18. Připravte sportovní utkání, turnaj mezi pedagogy, žáky a rodiči

- **Pro koho:**
 - žáci ZŠ, žáci SŠ, rodiče, pedagogové
- **Proč:**
 - vy, vaši žáci spolu s rodiči, ale i budoucí žáci se svými rodiči se můžete neformálně sejít a ukázat vaši školu v jiném světle
- **Jak:**
 - domluvte se s pedagogy tělesné výchovy, vyberte druh sportu a uspořádejte přátelské utkání a pozvěte žáky, rodiče,

19. Jiné tipy (souhrnně)

- **Pro koho:**
 - rodiče žáků ZŠ, žáci ZŠ
- **Co:**
 - dejte rodičům budoucích žáků možnost vyzkoušet si něco ve školní dílně/školní laboratoři (pokusy, zdravotvěda, apod.)
 - uspořádejte projektový den na určité téma nebo ukázkový den
- **Pro koho:**
 - výchovní poradci i další pedagogové ZŠ
- **Co:**
 - dotazníkové šetření o vaší škole mezi ZŠ (např. pro navázání kontaktu)