

**Modelový návrh komunikačního plánu
pro školní rok 2020/2021**

Střední průmyslová škola průkopnická, Pokrokovice

červen 2019

1. Hodnocení hlavních komunikačních a motivačních aktivit SPŠ průkopnické

Webové stránky školy (www.spsprukopnik.cz)

- webové stránky školy mají přehlednou strukturu, avšak nejsou průběžně doplňovány o aktuální informace pro skupiny mimo školu
- stránky vhodně informují stávající studenty a pedagogy školy a aktuálních změnách
- stránky nepodávají dostatečný přehled o různých aktivitách školy

Doporučení:

- klást větší důraz na kontaktní údaje
- zvýšit atraktivitu informací pro veřejnost
- zařadit motivační prvky pro uchazeče o studium
- umístit nápadněji informace o pedagogickém sboru a doplnit je (např. vyučované předměty, odbornost, foto)
- do péče o obsah stránek zapojit více pedagogů a hlavně i studenty školy

Inzerce nabídky studijních oborů

- využívány jsou regionální tištěné deníky a jejich specializované přílohy

Doporučení:

- důraz na regionální deníky (Plzeňský deník a MF DNES) a jejich specializované přílohy o SŠ v měsíci lednu (Vzdělávání, Přehled SŠ)
- zviditelnit odkaz na webové stránky školy (telefonní a e-mailové odkazy musí být snadno vyhledatelné na stránkách školy)
- možnost doplnit inzertní část o placené „PR články“ o zajímavostech na škole

Den otevřených dveří

- program akce je dobře organizovaný
- zájemcům je nabídnuta možnost prohlídky odborných učeben

Doporučení:

- více zapojit studenty např. při provázení ve škole, ukázky z odborných předmětů
- připravit speciální informační nástěnky na chodbách s informacemi o aktivitách studentů popř. aktualizovat nástěnky stávající

Informační letáky

- letáky nabízí dostatek aktuálních informací
- zcela chybí motivační prvky
- grafika letáku je zastaralá

Doporučení:

- redukce některých informací (např. historie školy, apod.)
- přidání nových fotografií a jiných motivačních prvků
- inovovat grafiku
- text letáku zpracovávat v bodech (ne souvislý)
- zařadit i informace o jiných zajímavých aktivitách školy

Prezentace školy v médiích

- prezentace v médiích není systematická a cílená

Doporučení:

- pravidelně spolupracovat s médii při prezentaci akcí školy, aktivit žáků a inovací ve výuce

Další doporučení

- výraznější označení školy
- ...

2. Preferované cílové skupiny a způsob práce s nimi

Pro školní rok 2020/2021 jsou jako základní cílové skupiny pro vnější komunikaci školy stanoveny tyto subjekty:

Žáci 2. stupně základních škol

Specifikace cílové skupiny

- základní školy ze spádové oblasti

Zdůvodnění

- je nutné dbát na budování dobrého jména školy mezi spádovými základními školami a získávání dostatku kvalitních uchazečů o studium

Způsob komunikace

- důraz bude kladen na atraktivitu informací a motivační prvky

Vhodné komunikační nástroje:

- webové stránky školy
- dny otevřených dveří
- informační letáky
- specializované akce školy (ukázkové hodiny, přednášky, projektové dny, apod.)
- inzerce, média

Podmínky realizace

- navázat dobré a trvalé vztahy s vybranými základními školami

Zodpovídá

pí Energická

Rodiče žáků SPŠ průkopnické

Specifikace cílové skupiny

- rodiče žáků všech ročníků

Zdůvodnění

- rodiče nejsou od svých dětí dostatečně informováni o všech možnostech rozvoje žáka v rámci aktivit školy (vzdělávacích, volnočasových a dalších)

Způsob komunikace

- jednou až dvakrát ročně informovat rodiče o novinkách a zajímavostech na škole v daném školním roce a průběžně je dle potřeby upozorňovat na aktuální změny či významné akce
- důraz bude kladen na výjimečné události (např. přednáška předního odborníka na škole) a možnosti odborného rozvoje žáka (např. praxe, stáže)

Vhodné komunikační nástroje:

- webové stránky školy – např. záložka „Akce školy“

- pravidelný mailing rodičům žáků (stručný dopis s odkazy na jednotlivé aktivity v záložce „Akce školy“ webového portálu)
- třídní schůzky
- zprostředkování médií – informovat o zajímavých aktivitách, do kterých jsou zapojeni žáci školy

Podmínky realizace

- na základě podkladů rodičovských schůzek či jiných akcí vytvořit dobrovolný seznam e-mailů rodičů žáků za jednotlivé třídy
- věnovat dostatečnou pozornost souvisejícím odkazům na webových stránkách školy (např. „Akce školy“)

Zodpovídá

pí Zkušena

Absolventi SPŠ průkopnické

Specifikace cílové skupiny

- absolventi min 10 předešlých ročníků (rozlišujeme čerstvé absolventy ještě studující a absolventy, kteří se již zapojili do praxe)

Zdůvodnění

- absolventi podávají škole zpětnou vazbu o kvalitách výuky
- reprezentují školu v praxi
- jsou zástupci případných zaměstnavatelů žáků školy a sociálních partnerů školy

Způsob komunikace

- průzkumy mezi absolventy:
 - čerství absolventi – zjišťování jejich další studijní cesty (léto - podzim po maturitních zkouškách)
 - předchozí ročníky - zjišťování přínosu výuky na SPŠ pro jejich další studium (zpětné zhodnocení metod výuky, praxe a teorie na škole, apod.)
 - starší ročníky, u nichž se předpokládá delší zapojení v praxi – jednorázové průzkumy opakované např. vždy po 5 letech (neoslovovat stejné respondenty) zaměřené na přínos výuky pro praxi, zjišťování slabých stránek výuky
- informování absolventů o dění na škole:
 - pravidelné rozesílání informačních e-mailů (1krát ročně - ideálně na jaře)
 - možné řešit formou odkazů na vybrané záložky „Akce školy“ na webových stránkách
 - podávané informace by měly být tematicky zaměřené na inovace ve výuce, nově využívané technologie, úspěchy studentů, spolupráci se zaměstnavateli, stáže apod.

Vhodné komunikační nástroje

- záložka „Akce školy“ na webovém portálu
- pravidelný e-mailový průzkum
- pravidelný informační mailing absolventům
- zprostředkování médií

Podmínky realizace

- důsledně aktualizovat seznam e-mailových adres vycházejících maturantů a archivovat jej u vedení školy
- při vhodných příležitostech vytvářet seznam adres dřívějších absolventů

Zodpovídá

Pí Oblíbená

Zaměstnavatelé absolventů SPŠ průkopnické a sociální partneři

Specifikace cílové skupiny

- průkopnická zařízení v regionu
- další organizace

Zdůvodnění

- je důležité průběžně informovat vhodné zástupce spolupracujících firem a sociálních partnerů školy o aktivitách školy přímo souvisejících s praxí, čímž tyto organizace získají přehled o kvalitách žáků a jejich dovednostech

Způsob komunikace

- jednou ročně informovat zástupce vybraných organizací o novinkách a zajímavostech na škole v daném školním roce
- důraz je kladen na souvislosti s praxí (např. stáže, nové metody výuky a využívané technologie, přednášky významných odborníků)

Vhodné komunikační nástroje:

- záložka „Akce školy“ na webovém portálu
- pravidelný mailing vybraným zástupcům organizací (1krát ročně – ideálně na jaře)
- zprostředkování médií
- v rámci specializovaných akcí (např. odborné konference, organizace praxí studentů)

Podmínky realizace

- věnovat dostatečnou pozornost souvisejícím odkazům na webových stránkách školy (např. „Akce školy“)
- sestavit seznam e-mailových adres vybraných zástupců daných organizací (důležité je zvolit vhodného zástupce organizace, pro kterého jsou dané informace zajímavé a který je zároveň schopen s informacemi náležitě nakládat a šířit je dál)
- vybraní zástupci musí být úvodním e-mailem informováni o záměru školy průběžně jim podávat informace o dění na škole (zde musí být tento záměr dostatečně vysvětlen, vhodné je nastínit i přínosy této akce pro danou organizaci)

Zodpovídá

p Znalec

Zástupci místních komunit a zřizovatele

Specifikace cílové skupiny

- radní Plzeňského kraje
- zastupitelé Plzeňského kraje
- vedoucí jednotlivých oddělení Odboru školství, mládeže a tělovýchovy, KÚ PK

- vybraní zástupci Města Pokrokovice

Zdůvodnění

- zástupci místních komunit a zřizovatele rozhodují o přidělování volných prostředků školám
- proto je nutné je průběžně informovat o aktivitách školy, které poukážou na vzdělávací i organizační kvality, přesahy činností školy a její celkový přínos pro rozvoj regionu (např. významem nabízených oborů pro ekonomický rozvoj)

Způsob komunikace

- jednou ročně informovat zástupce místních komunit o novinkách a zajímavostech na škole v daném školním roce
- důraz je kladen na spolupráci s místními komunitami, přínos aktivit školy pro širší veřejnost i inovativnost výuky a úspěchy studentů

Vhodné komunikační nástroje:

- záložka „Akce školy“ na webovém portálu
- pravidelný mailing vybraným zástupcům místních komunit (1krát ročně – ideálně na jaře)
- zprostředkování médií
- v rámci specializovaných akcí (jednání se zástupci místních komunit, konference, kulaté stoly apod.)

Podmínky realizace

- sestavit seznam e-mailových adres vybraných zástupců místních komunit
- představitelé místních komunit musí být úvodním e-mailem informováni o záměru školy průběžně jim podávat informace o dění na škole (záměr musí být dostatečně zdůvodněn)

Zodpovídá

pí. Průbojná

Média

Specifikace cílové skupiny

- jedná se o prostředníky komunikace s výše popsány cílovými skupinami

Zdůvodnění

- informace podávané médií mají plošnou působnost a mají efektivní dopad na cílové skupiny

Způsob komunikace

- úspěšná spolupráce s médií vyžaduje intenzivní komunikaci s nimi
- důležité je především vybrat vhodná témata (důležitá pro školu a zároveň zajímavá pro média)
- u jednotlivých médií lze za dostatečné považovat nabízet např. 1 zprávu měsíčně (ne vždy je nutné rozesílat informace plošně, své zprostředkovatele si vybírejte podle účelu předkládané zprávy)
- informace podávejte v co nejucelenější podobě

Vhodné komunikační nástroje:

- komunikace s médií nejčastěji probíhá formou tiskových zpráv rozesílaných e-maily

Podmínky realizace

- se zástupci médií navažte „přátelské“ vztahy

Zodpovídá

pí. Příjemná

3. Přehled komunikačních a motivačních akcí školy

Název	termín	zodpovídá
Webové stránky	průběžně	Zkušená
Den otevřených dveří	leden	Energická
Distribuce informačních letáčků	listopad až leden	Oblíbená
Mailingové informování rodičů, zaměstnavatelů a zástupců místních komunit	průběžně	Znalec