

Rola dyrektora w promocji i budowaniu wizerunku szkoły

Grupa docelowa: Dyrektorzy szkół i/lub przedszkoli

Temat spotkania i czas trwania	Najważniejsze problemy poruszane w czasie spotkania	Propozycje materiałów samokształceniowych	Planowane działania w sieci
<p>1. Spotkanie organizacyjne. Integracja grupy</p> <p>(4 godz. dydaktyczne)</p>	<p>1. Omówienie celów i założeń projektu sieciowego. Ustalenie planu działania sieci.</p> <p>2. Dyskusja na temat roli dyrektora w promocji szkoły, jak ja sobie wyobrażamy.</p> <p>3. Wprowadzenie do teorii. Spotkanie z ekspertem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • co to jest promocja i PR szkoły? • reputacja a wizerunek szkoły; • etyka działań PR; • wewnętrzny i zewnętrzny PR; • planowanie działań promocyjnych. <p>4. Warsztaty prowadzone przez eksperta (np. znanego w środowisku dziennikarza): przygotowywanie materiałów dla lokalnej prasy w celach promocyjnych, kontakty z dziennikarzami.</p>	<p>Scenariusz spotkania z koordynatorem</p> <p>Literatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • J. Fazlagic, Marketingowe zarządzanie szkołą, CODN, Warszawa 2003. • D. Doliński, Psychologiczne mechanizmy reklamy, GWP, Gdansk 2010. • D. Aslett, Jak przemawiać publicznie i nie wyjść na idiotę, Czytelnik, Warszawa 1994. • R. Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi, GWP, Gdansk 1996. • M. Podzielska, Nauczyciel – lider. Jak budować autorytet?, WSiP, Warszawa 2009. • P. Fortuna, M. Torój, Jak być lepszym szefem. Inspiracje psychologiczne, Difin, Warszawa 2009. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dyskusja na forum dotycząca wyboru tematu na kolejne zajęcia. • Dzielenie się pomysłami dotyczącymi promocji szkoły, ciekawa literatura, pomysłami związanymi z PR. • Wyszukiwanie w internecie ciekawych inspiracji do rozmowy na temat sposobów promocji szkoły. • Wspólne tworzenie netografii, czyli zbioru linków do zasobów internetowych związanych z promocją szkoły. • Dyskusja na temat nowych technologii w promowaniu szkoły. • Dyskusja po spotkaniu z ekspertem. • Wspólne ustalenie kto poprowadzi kolejny warsztat.

<p>2. Wizerunek dyrektora (4 godz. dydaktyczne)</p>	<p>1. Prezencja dyrektora – jak wyglądać, zachowywać się, aby najlepiej reprezentować placówkę? 2. Wystąpienia publiczne – jak się przygotować, jak przemawiać? (różnorodne techniki w zależności od rodzaju wystąpienia). 3. Krótkie warsztaty prowadzone przez eksperta na temat zasad precedencji.</p>	<p>Scenariusz spotkania z koordynatorem</p> <p>Literatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • M. Podzielska, Nauczyciel – lider. Jak budować autorytet?, WSiP, Warszawa 2009. • Przywództwo w szkole, red. J. Michalak, Impuls, Kraków 2007. • R. Guł, Cechy osobowe dyrektora szkoły a styl zarządzania, CODN, Warszawa 2009. • Propozycja ceremoniału szkolnego dla szkół i placówek oświatowych w województwie świętokrzyskim, Kielce 2006 (www.kuratorium.kielce.pl). <p>Czasopisma:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Dyrektor Szkoły” • „Sedno. Magazyn Dyrektora Szkoły” • „Miesięcznik Dyrektora Szkoły” 	<ul style="list-style-type: none"> • Wymiana plików i materiałów na temat wizerunku dyrektora, zasad precedencji, wystapień publicznych. • Dyskusja na temat spotkania z zaproszonym ekspertem. • Wspólne ustalenie kto poprowadzi kolejny warsztat.
<p>3. Media relations (4 godz. dydaktyczne)</p>	<p>1. Spotkanie z ekspertami: dziennikarzem i rzecznikiem prasowym. 2. Dyskusja panelowa z ekspertami, m.in. na następujące tematy:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zasad współpracy z dziennikarzami; • sposobów informowania o sytuacjach trudnych i kryzysowych; • kształtowania pozytywnego wizerunku szkoły w mediach; <p>3. Rozmowa uczestników sieci na temat szkolnej polityki medialnej. 4. Praca w grupach nad konkretnymi problemami, np. jak przygotować „dobry” komunikat prasowy?</p>	<p>Scenariusz spotkania z koordynatorem</p> <p>Pozycje podane przez ekspertów</p> <p>Ustawa: prawo prasowe</p> <p>Literatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • J. Leszczyńska, Zarządzanie sytuacją kryzysową w szkole, Raabe, Warszawa 2009. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dyskusja na forum o spotkaniu z ekspertami. • Dyskusja na forum o lokalnym rynku medialnym: czasopismach, telewizji lokalnej, internetowych serwisach i portalach informacyjnych. • Badania fokusowe: jaki obraz szkoły i nauczycieli wyłania się z lokalnych serwisów i portali informacyjnych.

<p>4. Współpraca szkoły ze środowiskiem lokalnym (4 godz. dydaktyczne)</p>	<p>1. Prezentacja „dobrych praktyk”: uczestnicy sieci przedstawiają sprawdzone formy współpracy ze środowiskiem lokalnym. 2. Praca w grupach nad konkretnymi problemami, np. jak współpracować z: rodzicami, samorządem lokalnym, ośrodkiem kultury? 3. Dyskusja: razem czy osobno? Na ile wspólne działania szkół i ich przedsięwzięcia mogą poprawić współpracę ze środowiskiem lokalnym? 4. Bank pomysłów: planowanie wspólnych działań szkół na rzecz środowiska lokalnego. 5. Spotkanie z wójtem, burmistrzem, prezydentem, innymi przedstawicielami środowiska lokalnego, w celu np. konsultacji pomysłów wypracowanych podczas sieciowych spotkań (np. wspólnych przedsięwzięć szkół na rzecz środowiska lokalnego).</p>	<p>Scenariusz spotkania z koordynatorem</p> <p>Literatura: • J. Fazlagić, Marketingowe zarządzanie szkołą, CODN, Warszawa 2003.</p> <p>Strony internetowe: www.otwartaszkoła.men.gov.pl</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wymiana opinii na temat spotkania z przedstawicielami środowiska lokalnego. • Dyskusja na forum na temat wspólnych przedsięwzięć czy ogólnie – współpracy ze środowiskiem lokalnym.
<p>5. Budowanie strategii promocyjnej szkoły (4 godz. dydaktyczne)</p>	<p>Praca w grupach nad problemami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zalety planowania strategicznego w kontekście promocji szkoły; • ocena efektywności elementów promocji szkoły dotychczas wykorzystywanych; • umiejętność wyboru elementów specyficznych, wyróżniających szkołę; • redefinicja czynników promocyjnych (szkolne uroczystości, spotkania, działania w środowisku lokalnym, materiały informacyjne, prezentacje, etc.). 	<p>Scenariusz spotkania z koordynatorem</p> <p>Literatura: • J. Fazlagić, Marketingowe zarządzanie szkołą, CODN, Warszawa 2003.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wyszukiwanie w internecie przykładów działań promocyjnych szkół, materiałów filmowych, filmów reklamowych, folderów itp. • Rozmowa o przyszłości i planowanie dalszych działań.