



ȘCOALA GIMNAZIALĂ „GHEORGHE ȚIȚEICA”
CRAIOVA, Calea București, Nr.93, cod poștal 200473
Telefon: 0351-807065 Fax: 0251-544765
E-mail: scoala21craiova@yahoo.com
Site: www.gheorghetiteica.ro
CUI 17107681



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

Școala Gimnazială

Nr. 2008 / 20.09.2019

„O imagine valorează cât o mie de cuvinte”

STRATEGIE DE MARKETING EDUCAȚIONAL PENTRU PROMOVAREA IMAGINII UNITĂȚII DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Teoria marketingului pleacă de la presupunerea că, o școală nu este bună prin ceea ce crede ea; o școală este bună dacă lumea crede asta și rezultatele elevilor sunt din ce în ce mai bune. Impresia despre o școală are la bază o mixtură de factori obiectivi, observabili și interpretările/așteptările subiective ale celor din afara școlii.

Imaginea școlii are o puternică influență asupra așteptărilor, iar aceste așteptări influențează alegerea părinților. Este important ca imaginea pe care o proiectează asupra comunității să fie aceeași cu ceea ce dorește școala să realizeze. Construirea și consolidarea unei imagini pozitive ia multe ore de muncă sistematică de comunicare și de calitate.

O strategie de marketing este o descriere a modului în care o școală va folosi avantajele unei oportunități de piață sau va reacționa în fața unei amenințări în vederea atingerii obiectivelor propuse prin misiunea și planurile ei strategice.

Strategia de marketing pentru Școala Gimnazială „Gheorghe Țițeica” Craiova include decizii cu privire la:

- Evaluarea ofertei curente.
- Programe viitoare și oportunități ale pieței.
- Analiza competitorilor
- Poziționarea față de concurență
- Selectarea țintelor

Marketingul aduce, în principal, patru mari beneficii:



ȘCOALA GIMNAZIALĂ „GHEORGHE ȚIȚECA”
CRAIOVA, Calea București, Nr.93, cod poștal 200473
Telefon: 0351-807065 Fax: 0251-544765
E-mail: scoala21craiova@yahoo.com
Site: www.gheorghetiteica.ro
CUI 17107681



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

Școala Europeană

- O eficiență mai mare în îndeplinirea misiunii instituției. Marketingul oferă instrumentele pentru a compara ceea ce instituția face actualmente cu misiunea și obiectivele stabilite. Analizele fundamentate științific, realizate în detaliu, sunt baza pentru programe care să se adreseze problemelor reale în parteneriatul școlii cu familiile elevilor. Marketingul contribuie la identificarea problemelor și la planificarea răspunsurilor care să ajute instituția în îndeplinirea misiunii asumate.
- Crește satisfacția publicului și a pieței servite. Dacă instituția eșuează în dezvoltarea de programe satisfăcătoare pentru nevoile elevilor, părinților, donatorilor, finanțatorilor și altor persoane implicate, impresiile negative și reducerea intrărilor de fonduri vor avea efecte negative. Instituțiile care sunt insensibile la nevoile pieței se confruntă cu mai multă apatie și cu o moralitate mai scăzută. Pentru astfel de instituții este dificilă atragerea de noi clienți și noi resurse financiare.
- Sporește atragerea resurselor de pe piață. În încercarea de a-și satisface clienții, instituțiile trebuie să atragă resurse variate: angajați, donatori, finanțatori, alți susținători. Iar nivelul de atragere a acestor resurse este direct proporțional cu satisfacția oferită în schimb.
- Eficientizarea acțiunii pe piață. Marketingul accentuează rolul managementului și coordonării dezvoltării programelor, formării prețurilor, comunicațiilor și distribuției. Multe instituții iau decizii fără a lua în considerare legăturile cu piața. Ba chiar se obține o îndepărtare a multora dintre cei care trebuiau atrași. Având în vedere că puține instituții educaționale își pot permite risipirea resurselor, ele trebuie să atingă un nivel ridicat de eficacitate în relațiile lor cu piața.

Relațiile publice reprezintă o latură foarte importantă a marketingului. Ele reprezintă un efort deliberat, planificat și susținut de stabilire și menținere a unei înțelegeri reciproc avantajoase dintre o organizație și publicul său. Pentru școală, relațiile publice implică un proces de comunicare și relaționare cu publicul pe care școala trebuie să-l servească. Școlile bune au avut de-a lungul timpului relații bune cu publicul, mai exact cu elevii și familiile lor, ca parte a succesului lor. A face cunoscut succesul cât mai mult posibil este mai important decât succesul în sine. Școlile bune fac eforturi să-și facă elevii mândri de faptul că studiază acolo, profesorii orgolioși pentru că sunt angajați acolo și părinții încrezători că nevoile copiilor lor sunt împlinite. Marketingul unei școli este foarte diferit de marketingul pentru cele multe produse. Un serviciu excelent pentru marketingul școlar îl face practica „din vorbă în vorbă”, practicat de cei care beneficiază de serviciile școlii sau muncesc în școală și în apropierea ei. Elemente ca ținuta sau ecusonul obligatorii ale școlii, imnul școlii joacă un rol important în creșterea prestigiului școlii și în consolidarea imaginii și încrederii elevilor și părinților în școala pe care o frecventează. Publicitatea în media nu este considerată esențială în promovarea unei școli. Discuțiile cu oamenii și contactul personal sunt esențiale. Sunt modalitatea prin care cât mai mulți oameni (elevi, părinți, prieteni, colegi, vecini ai părinților etc) vor fi implicați în promovarea școlii.



ȘCOALA GIMNAZIALĂ „GHEORGHE ȚIȚEICA”
CRAIOVA, Calea București, Nr.93, cod poștal 200473
Telefon: 0351-807065 Fax: 0251-544765
E-mail: scoala21craiova@yahoo.com
Site: www.gheorghetiteica.ro
CUI 17107681



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

În termeni de marketing, în promovare sau relații cu publicul, directorul este cea mai importantă persoană. El trasează direcția pe care dorește ca școala să meargă. El are rolul de a contura misiunea școlii ca expresie a intenției și locului în comunitate și pe scena educației, în general.

Directorul comunică viziunea sa personalului școlii. Comunicarea internă este unul din cele mai importante moduri de promovare a școlii. Viziunea directorului nu trebuie să fie împotriva nevoilor și dorințelor clienților, ci dimpotrivă, școala va fi pregătită pentru nevoile prezente și actuale ale pieței.

Directorul va avea nevoie de sprijinul echipei de management din școală și al unui specialist în marketing și promovare. Împreună cu acesta, managerul poate aprecia cât de bine a anticipat nevoile clienților – părinților și elevilor, comunității.

Politica de marketing derivă din obiectivele strategice ale școlii. Școala nu are întotdeauna obiectivul să aducă cât mai mulți elevi în școală. Ea poate avea ca obiectiv de marketing consolidarea unei poziții existente sau reducerea altora. Marketing educațional înseamnă atragerea oamenilor potriviți, în școala potrivită, la momentul potrivit. "Marketingul educațional poate fi definit astfel: descrierea, implementarea și evaluarea unui plan de învățământ, având în vedere relația de schimb între școală și clienții săi și realizarea obiectivelor educaționale și strategice ale școlii."

Înainte de a se deschide spre exterior, școala trebuie să își câștige de partea sa publicul intern: elevii, profesorii, secretariatul, personalul administrativ. Aceasta realizează cea mai mare parte a relațiilor cu publicul și promovează gratuit instituția. Toți cei care învață și lucrează în școală pot deveni cei mai buni purtători de mesaj ai ei, cu condiția să cunoască și să adere la aspirațiile și valorile școlii. Modalitățile prin care se pot realiza relații publice interne eficiente sunt diverse: reuniuni, ședințe, filme realizate de propriul personal, sistemul intranet, scrisori, broșuri, pliante, comunicarea personală etc.

Directorul școlii va găsi mijloace prin care să comunice direct cu elevii, nu doar prin intermediul site-ului și al diriginților, dezvoltarea abilităților de comunicare și interrelaționare fiind în acest sens un obiectiv important de atins. Alături de elevi, profesorii, personalul nedidactic, părinții și colaboratorii externi pot deveni purtători de cuvânt informali ai instituției școlare.

Adoptând o atitudine proactivă și acordând importanța cuvenită felului în care este privită de către cei din exteriorul ei, școala va avea de câștigat nu numai în privința imaginii pe care o proiectează în exterior, ci și din punctul de vedere al numărului elevilor ce o vor frecventa.



ȘCOALA GIMNAZIALĂ „GHEORGHE ȚIȚEICA”
CRAIOVA, Calea București, Nr. 93, cod poștal 200473
Telefon: 0351-807065 Fax: 0251-544765
E-mail: scoala21craiova@yahoo.com
Site: www.gheorghetiteica.ro
CUI 17107681



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

Școala și mediul

Publicul extern include parintii, membri ai comunității, persoane particulare sau juridice care pot, într-un fel sau altul, direct sau indirect, ajuta școala sau care pot deveni clienți ai școlii. Interesul acestora pentru școală poate fi stimulat prin găsirea mesajelor și mijloacelor media adecvate.

Pornind de la necesitatea perfecționării mijloacelor prin care sistemul de învățământ poate contribui la formarea, influențarea și dezvoltarea societății umane, marketingul educațional s-a structurat treptat ca o nouă concepție de abordare a activităților educaționale. Noua viziune a presupus trecerea de la abordarea tradițională a învățământului – livrarea unor servicii elaborate de instituții și profesori potrivit unor programe și imperative didactice – la o perspectivă orientată spre nevoile pieței și dorințele consumatorului, adică ale elevilor, familiei și comunității, de educare și înzestrare cu deprinderi și cunoștințe utile societății actuale.

Obiective generale :

- Crearea și promovarea unei imagini instituționale pozitive în comunitate.
- Personalizarea ofertei educaționale la nivel instituțional prin diversificarea și flexibilizarea acesteia în funcție de nevoile și interesele partenerilor și beneficiarilor procesului educațional.
- Colaborarea eficientă cu toți reprezentanții elevilor, părinților și ai partenerilor locali, ISJ DOLJ.
- Promovarea unor proiecte focalizate pe reducerea abandonului școlar, susținerea elevilor cu dezavantaj social și conduite de risc, susținerea elevilor în alte abilități .
- Armonizarea ofertei de servicii educaționale și formare permanentă cu nevoile specifice identificate în unitatea școlară și comunitatea locală

Nr. Crt.	Activitate	Termen	Responsabili	Resurse	Parteneri	Indicatori de evaluare
1.	Reactualizarea permanentă a paginii WEB Asigurarea funcționării site-ului . Eventual realizarea unui forum de discuții	Permanent	Director Informatician	Resurse interne	Coordonator de proiecte	Număr postări anuale



ȘCOALA GIMNAZIALĂ „GHEORGHE ȚIȚEICA”
 CRAIOVA, Calea București, Nr.93, cod poștal 200473
 Telefon: 0351-807065 Fax: 0251-544765
 E-mail: scoala21craiova@yahoo.com
 Site: www.gheorghetiteica.ro
 CUI 17107681



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

Școlii în prezent

2.	Asigurarea transparenței necesare participării responsabile a tuturor membrilor în structuri parteneriale, conducerea locală, părinții oamenii de afaceri în ceea ce privește adecvarea ofertei educaționale a școlii la specificul comunitar (întâlniri, ședințe cu caracter informativ, lucrativ, de analiză, de consultare)	Permanent	Director Responsabil comisie promovare imagine școală	Resurse interne	Reprezenți ai instituțiilor publice Reprezenți ai societății civile	Număr de activități organizate
3.	Monitorizarea activităților extracurriculare și participarea, pe cât posibil, a membrilor comisiei la desfășurarea acestora.	Permanent	Membrii Comisiei de promovare a Imaginii	- fotografii		Număr de activități organizate
4.	Diseminarea informațiilor cu privire la activitățile extracurriculare, proiectele, concursurile desfășurate în cadrul instituției pe forumul ISJ, către inspectorul de imagine și în presa locală.	Permanent	Membrii Comisiei de promovare a Imaginii	- redactarea comunicatelor de presă - redactarea și postarea pe site-ul școlii și ISJ a anunțurilor		Număr de comunicate de presă și activități organizate
5.	Inventarierea dovezilor (premi, diplome) participării elevilor instituției la diferite evenimente și manifestări.	Permanent	Membrii Comisiei de promovare a Imaginii	Resurse interne	Profesorii organizatori ai activităților, Consilierul educativ Elevii direct implicați	Centralizare anuală a premiilor
6.	Realizarea unei prezentări a școlii (10-15 minute)	Semestrial	Membrii Comisiei de promovare a	- imagini foto cu fașada și interiorul școlii, cu Săli de		Prezentarea școlii



ȘCOALA GIMNAZIALĂ „GHEORGHE ȚIȚEICA”
 CRAIOVA, Calea București, Nr. 93, cod poștal 200473
 Telefon: 0351-807065 Fax: 0251-544765
 E-mail: scoala21craiova@yahoo.com
 Site: www.gheorghetteica.ro
 CUI 17107681



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

Școală Europeană

			Imaginii	clasă, laboratoare; - imagini video din timpul diferitelor activități curente ale elevilor: jocuri de fotbal, ateliere de creație, serbări școlare, zilele școlii.		actualizată
7.	Organizarea și desfășurarea simulărilor la disciplinele specifice examenelor naționale	Semestrial	Directorii Profesorii de specialitate	Resurse interne	ISJ	Cel puțin 2 simulări organizate anual
8.	Identificarea de oportunități la nivelul comunității locale pentru sprijinirea copiilor și tinerilor proveniți din familii cu resurse financiare reduse	Permanent	Membrii Comisie pentru promovarea imaginii	Resurse interne	Comisia pentru proiecte si programe	
9.	Conlucrarea cu reprezentanții administrației publice locale în confirmarea rețelei școlare și a planului de școlarizare	Sept. - dec.	Director Comisia de proiecte și programe	Resurse interne	Reprezentanții administrației publice locale	Aprobare plan de școlarizare de către ISJ
10.	Identificarea nevoilor de educație ale comunității și posibilităților de realizare în cadrul legal existent și cu resurse disponibile	Noiembrie	Director Reprezentanți ai Administrației publice locale	Resurse interne		Număr de sponsorizări



ȘCOALA GIMNAZIALĂ „GHEORGHE ȚIȚEICA”
 CRAIOVA, Calea București, Nr.93, cod poștal 200473
 Telefon: 0351-807065 Fax: 0251-544765
 E-mail: scoala21craiova@yahoo.com
 Site: www.gheorghetiteica.ro
 CUI 17107681



MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE

Planul de activități

11.	Elaborarea planului de dezvoltare a unității școlare pentru satisfacerea nevoilor proprii și ale comunității locale	Noiembrie	Directori Reprezentanți ai Administrației publice locale	Resurse interne		Realizare PDI
12.	Armonizarea mesajelor și moderarea/medierea/prevenirea disfuncțiilor în relațiile dintre unitatea școlară și autoritățile locale	Permanent	Directori Reprezentanți ai Administrației publice locale	Resurse interne		
13.	Întreținerea și dezvoltarea patrimoniului școlar pentru crearea unui ambient favorizant procesului de învățământ	Permanent	Director Reprezentanți ai Administrației publice locale	Resurse interne		
14.	Revista școlii în format electronic și tipărit	Semestrial	Colectivul de redacție	Resurse interne	Profesori, Elevi Părinți	Continuarea apariției revistei școlii Constelații
15.	Prezentarea activităților din școală în mass media	Permanent	Director	Resurse interne	Edituri reviste Radio	Număr de articole
16.	Organizarea de activități de „loisir” pentru elevi (balul absolvenților, Ziua Școlii, etc.)	Semestrial	Directori	Resurse interne	Profesori Elevi Sponsori	

Director,
 Prof. ELENA CERASELA CREMENE



Responsabil Comisie promovare a Imaginii școlii,
 prof. Nuță Elena