PROMOVAREA ȘCOLII ȘI A IMAGINII EI PRIN CREȘTEREA GRADULUI DE SATISFACȚIE A BENEFICIARILOR EDUCAȚIEI ÎN CONTEXTUL SCĂDERII DRASTICE A NUMĂRULUI DE ELEVI

Silvestru-Grigore Steluța, director
Școala Gimnazială "Ing.Oprișan Iarca" Unguriu

Abstract

În contextul scăderii natalității și respectiv a reducerii drastice a numărului de elevi există o concurență puternică între scolile din mediul rural, astfel încât pentru atragerea de elevi este nevoie de o promovare a școlii în rândul beneficiarilor direcți ai educației, dar și ai celor indirecți – părinții. Unul dintre obiectivele strategiei instituționale trebuie să fie creșterea gradului de satisfactie a beneficiarilor educației. Strategia instituțională are caracter situațional, planurile strategice (instituțional, managerial) și operaționale trebuie să fie elaborate în funcție de analiza mediului intern și extern al instituției de învățământ, respectiv în funcție de nevoile diferitelor grupuri de interes (elevi, părinți, profesori).

Introducere

Strategia instituțională a unei școli este rezultanta nevoilor de educaţie a comunităţii locale cu standardele politicilor educaționale regionale, naționale și europene, fiind cunoscută interdependenţa dintre gradul de educaţie şi dezvoltarea unei comunităţi. Managementul educațional trebuie să fie centrat pe consolidarea eficienței și a calității sistemului educațional, pentru a putea oferi beneficiarilor educației, abilitățile și competențele necesare pentru a avea succes pe piața muncii. De asemenea, calitatea în educaţie trebuie să urmărească dezvoltarea şi valorificarea întregului potenţial al elevilor concretizat în sistemul de cunoştinţe şi de competenţe necesar integrării în viaţa socială.

1. Strategia instituțională

Elaborarea planului de dezvoltare a școlii, a planului managerial sau al celui operațional poartă amprenta creșterii autonomiei instituțiilor de învățământ cu privire la cele patru domenii funcționale: curriculum, resurse umane, resurse materiale și de dezvoltare a relațiilor cu comunitatea. Unul dintre obiectivele strategiei instituționale trebuie să fie creșterea gradului de satisfactie a beneficiarilor educației.

Planurile strategice (instituțional, managerial) și operaționale trebuie elaborate în funcție de analiza mediului intern și extern al instituției de învățământ, respectiv în funcție de nevoile elevilor, părinților sau ale profesorilor.

Pentru a realiza o bună promovare a organizaţiei şcolare, se evidențiază pe domeniile funcționale oportunitățile de creștere a gradului de satisfacție a beneficiarilor educației în contextul scăderii drastice a numărului de elevi prin exemple de bune practici.

2. Oportunități de creșterea gradului de satisfacție a benrficiarilor educației

2.1. Domeniul funcțional Curriculum

În proiectarea şi realizarea activităților instructiv-educative este necesară corelarea obiectivelor specifice şcolii cu cele de la nivel regional, naţional şi european. Ca oportunități s-a identificat valorificarea resurselor umane şi materiale existente la nivelul școlii în stabilirea CDŞ,

ţinând cont de opţiunile elevilor şi părinţilor. Ca exemple de bune practici se poate puncta satisfacerea dorinţei de informare şi cunoaştere a elevilor în diferite domenii de activitate prin implementarea diferitelor proiecte educative în cadrul curriculumului la decizia școlii.

Tot în cadrul domeniului funcțional Curriculum, la capitolul oportunități s-a identificat dezvoltarea unei culturi a calității activității didactice, prin schimburi de experiență cu specialiști din diverse domenii de activitate. Ca exemple se pot derula activități în cadrul unor proiecte educative în urma încheierii unor parteneriate cu diverse instituții: direcția silvică, ISU, cabinetul stomatologic, etc.

2.2. Domeniul funcțional Resurse umane

Școlile dispun de cadre didactice calificate, preocupate de pregătirea profesională continuă. Relaţiile interpersonale reprezintă oportunități care favorizează crearea unui climat educaţional deschis, stimulativ atât pentru cadre, cât și pentru elevi (Silvestru-Grigore, 2016). În același timp este nevoie de o strategie de comunicare atât în interiorul, cât și în afara organizației școlare.

Ca exemple de bune practici derulate la nivelul instituțiilor școlare ar fi identificarea de cursuri de formare a cadrelor didactice în domeniul comunicării și a relațiilor publice, precum și motivarea cadrelor didactice prin acordarea de granturi pentru formarea continuă.

2.3. Domeniul funcțional Resurse materiale și financiare

Spaţiile şcolare trebuie să se încadreze în normele de igienă, să aibă dotări corespunzătoare și sistem video de supraveghere, premise ca elevii să fie motivaţi şi stimulaţi de atmosfera de confort şi siguranţă a şcolii. Ca oportunități se pot identifica valorificarea tehnologiei informaţionale existente în şcoli, dar și existența sălilor de sport și dotarea catedrelor de educație fizică.

Exemplele de bune practici constau în utilizarea tehnologiei informaționale în cadrul activităţilor şcolare şi extracurriculare, precum și oferirea gratuită a sălii de sport în vederea derulării unor activități sportive cu elevii de către instructorii din diferite ramuri sportive: dans sportiv, arte marțiale, etc.

2.4. Domeniul funcțional Dezvoltarea relațiilor cu comunitatea

Se observă în ultima perioadă o apropiere mai mare a membrilor comunității către școală și invers, prin implicarea părinților, dar și a unor instituţii (Primărie, ONG-uri, Biserică, Poliţie, Romsilva, instituţii culturale, etc.) în viața școlii. Oportunitatea prin care școala relevă deschiderea ei către membrii comunității se realizează prin antrenarea părinţilor în activităţi instructiv-educative (Goia și al., 2014). Ca exemple de bune practici se pot menționa oferirea unor lecții de prim ajutor elevilor de către personalul medical al unor instituții, cu participarea părinților având în vedere utilitatea acestor lecții și pentru dumnealor. Promovarea imaginii școlii în comunitate se poate realiza și prin implicarea autorităților locale, dar și a părinților în acțiuni de voluntariat împreună cu elevii (Coman, 2000).

De asemenea, pentru a avea un procent ridicat dintre elevii claselor terminale care să treacă la un nivel superior de învățământ, este nevoie de o bună colaborare cu liceele în vederea realizării unei orientări profesionale adecvate.

O altă oportunitate identificată ar fi colaborarea cu mass-media şi alte instituţii, în vederea promovării școlii și a imaginii ei atât în presa locală, cât și pe grupurile rețelelor de socializare.

Concluzii

Creșterea gradului de autonomie pedagogică și organizațională a instituțiilor de învățământ din ultima perioadă exercitată prin participarea beneficiarilor educației în procesul decizional are rolul de a asigura o educație pentru toți copiii cu respectarea condițiilor de echitate și egalitate de șanse. Implicarea elevului, a profesorului, dar și a părintelui in cadrul procesului instructiv-educativ este esențială în vederea integrării cu succes a tinerilor în viața socială, fiind cunoscută interdependența celor trei factori.

Colaborarea dintre părinți și școală are succes dacă profesorii și părinții lucrează împreună, într-un spirit tolerat de respect al diferențelor, pentru atingerea obiectivelor comune fixate anterior, într-un spirit de egalitate, deschis, de încredere, respect și responsabilitate.

Bibliografie

1. Bush, Tony, *Leadership and Educational Management, Teorii și practici actuale*, Editura Polirom, Iași, 2015;
2. Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2000;
3. Cutlip, SCOTT, M. și colab., *Efective Public Relation*, Pretince Hall Inc., New Jersey, 1994;
4. Goia, Delia, Ţibu Speranţa, *Partnership school-family-community*, Editura Universitară, Bucureşti, 2014;
5. Silvestru-Grigore, Steluța, *Relații publice în școli*, Buzău, 2016;
6. http://www.edu.ro/