



Microsoft®  
REGIONALNE CENTRUM INNOWACJI

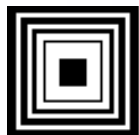
# Sesja

## Promocja szkoły na zakręcie – jak poprawić jej skuteczność

### REKOMENDACJE

30 STYCZNIA 2013 ROKU  
OŚRODEK KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO I USTAWICZNEGO -  
współpraca  
OBSERWATORIUM RYNKU PRACY DLA EDUKACJI  
OŚRODEK DORADZTWA ZAWODOWEGO

Organizator: Grażyna Adamiec i Anna Siennicka

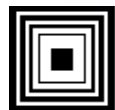


**Łódzkie Centrum Doskonalenia Nauczycieli  
i Kształcenia Praktycznego**

# Promocja szkoły na zakręcie – jak poprawić jej skuteczność

## Cele sesji

Wypracowanie modelu wspierającego promocję kształcenia zawodowego



**Łódzkie Centrum Doskonalenia Nauczycieli  
i Kształcenia Praktycznego**



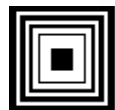
POLSKIE  
FORUM  
ISO 9000

Microsoft®  
REGIONALNE CENTRUM INNOWACJI



# PRZEBIEG

13.00	<p><b>Otwarcie i wprowadzenie w tematykę sesji</b></p> <p><b>Elementy wizerunku szkoły - prezentacja</b></p>	<p><b>J. Moos – dyrektor ŁCDNiKP</b></p> <p>Grażyna Adamiec</p>
13.30	<p><b>Kształtowanie wizerunku szkoły zawodowej</b></p> <p>1. Stworzenie docelowego, optymalnego wizerunku szkoły</p> <p>2. Modelowanie zachowań związanych z wykorzystaniem informacji i narzędzi dostarczanych przez Obserwatorium Rynku Pracy dla Edukacji i Instytucje Rynku Pracy</p> <p>3. Przeobrażanie, świadomości kandydatów i uczniów na temat ich kariery zawodowej</p>	<p>Grupa 1: Anna Siennicka, Grażyna Adamiec</p> <p>Grupa 2: Elżbieta Ciepucha – kierownik Obserwatorium Rynku Pracy dla Edukacji</p> <p>Grupa 3: Małgorzata Sienna – kierownik Ośrodka Doradztwa Zawodowego</p>
14.45	<p><b>Dyskusja „Nowe podejście do procesu promocji szkoły zawodowej”</b></p>	<p>Janusz Moos, Elżbieta Ciepucha, Barbara Kapruziak, Małgorzata Sienna</p>
15.30	<p><b>Prezentacja dobrych praktyk szkół</b></p>	<p>Grażyna Adamiec</p>
15.40	<p><b>Komunikaty</b></p>	<p>D. Urbaniak, A. Siennicka, J. Morawiec – konsultanci PEZ</p>
15.45	<p><b>Podsumowanie sesji</b></p>	<p>J. Moos</p>



# KSZTAŁTOWANIE WIZERUNKU SZKOŁY ZAWODOWEJ

## Grupa 1:

Stworzenie docelowego, optymalnego wizerunku szkoły

Moderator: Anna Siennicka, Grażyna Adamiec

## Grupa 2:

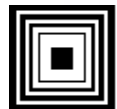
Modelowanie zachowań związanych z wykorzystaniem informacji i narzędzi dostarczanych przez Obserwatorium Rynku Pracy dla Edukacji i Instytucje Rynku Pracy

Moderator: Elżbieta Ciepucha

## Grupa 3:

Przeobrażanie świadomości kandydatów i uczniów na temat ich kariery zawodowej

Moderator: Małgorzata Sienna



# ROLA OBSERWATORIUM RYNKU PRACY DLA EDUKACJI I INSTYTUCJI RYNKU PRACY W KSZTAŁTOWANIU WIZERUNKU SZKOŁY ZAWODOWEJ

Modelowanie zachowań związanych z wykorzystaniem  
informacji i narzędzi dostarczanych przez

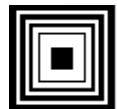
**Moderator: Elżbieta Ciepucha – kierownik ORPdE**

Współpraca: Publiczne Gimnazjum nr 3 w Łodzi

ŁCDNiKP: Leszek Kuras, Jarosław Tokarski, Danuta Urbaniak

Uczestnicy: ZSETH, ZSPS, ZSP 7, ZSPM, ZSP 15, ZSP 19, ZSP20,  
ZSP 22

**Gość: Halina Cyrulska WE UMŁ, Janusz Moos ŁCDNiKP**



**Łódzkie Centrum Doskonalenia Nauczycieli  
i Kształcenia Praktycznego**



POLSKIE  
FORUM  
ISO 9000

Microsoft®  
REGIONALNE CENTRUM INNOWACJI



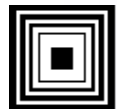
# ZAGADNIENIA DO DYSKUSJI

W jaki sposób działalność ORPdE i jego Partnerów Społecznych może przyczynić się do kształtowania docelowego pozytywnego wizerunku szkoły zawodowej?

Jakie są dostarczane narzędzia do reagowania samorządów oraz szkolnictwa na potrzeby rynku pracy?

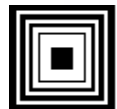
W jaki sposób informacje zawarte w rekomendacjach dla programistów kształcenia zawodowego, samorządów i szkolnictwa oraz dostarczane narzędzia wpływają na budowanie pozytywnego wizerunku szkoły? *(Co można zrobić, aby wzmocnić ich oddziaływanie? Jakie informacje są ważne i komu powinny być udostępniane?)*

Jaki jest wpływ pracodawców na kształtowanie wizerunku szkoły zawodowej i co można zrobić aby go zwiększyć?



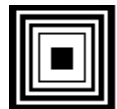
## Jakie działania Obserwatorium Rynku Pracy dla Edukacji, z punktu widzenia szkoły, są istotne dla kształtowania wizerunku szkoły zawodowej i jej promocji?

- **Prowadzenie badań i analiz dotyczących rozpoznania potrzeb kadrowych rynku pracy oraz publikowanie ich wyników (raporty z badań i analiz, ekspertyzy, artykuły itp.):**
  - prezentowanie szczegółowych informacji na temat zapotrzebowania rynku pracy na specjalistów z obszarów, w których kształcą szkoły zawodowe
  - prezentowanie prognoz dotyczących potrzeb rynku pracy w przyszłości
- **Pozyskiwanie i przetwarzanie danych dotyczących inwestycji realizowanych w regionie łódzkim w celu określania przewidywanego zapotrzebowania na pracowników z określonych branż**
- **Udostępnienie wyników badań nauczycielom i dyrektorom szkół, uczniom i rodzicom, władzom samorządowym**
- **Współpraca w prowadzeniu badań losów absolwentów (wsparcie szkół) – określanie gdzie występują braki, gdzie szkoła powinna reagować, aby budować sprzężenia zwrotne w układzie edukacja – rynek pracy**
- **Organizowanie konferencji i seminariów umożliwiających prezentowanie dobrych praktyk szkół zawodowych (w zakresie współpracy z pracodawcami, stosowania nowoczesnych metod kształcenia, odpowiadania na aktualne i przewidywane potrzeby rynku pracy)**
- **Prowadzenie przez pracowników ORPdE zajęć edukacyjnych dla uczniów gimnazjów dotyczących potrzeb rynku pracy, w celu dokonania prawidłowego wyboru dalszej ścieżki kształcenia**
- **Współpraca ORPdE z instytucjami edukacyjnymi, gospodarczymi i innymi instytucjami rynku pracy (ukazywanie wartości współpracy i jej znaczenia dla edukacji zawodowej) – jako przykład dobrej praktyki zorganizowania sieci partnerstwa na rzecz wsparcia edukacji regionalnej**



## W jaki sposób informacje i narzędzia dostarczane przez ORPdE oraz Instytucje Rynku Pracy mogą być wykorzystane przez dyrektorów szkół do budowania pozytywnego wizerunku szkoły i jej promocji?

- Powoływanie się w materiałach promujących szkołę (w zakresie oferowanych kierunków kształcenia) na badania Obserwatorium (raporty z badań i analiz, ekspertyzy, informacje kwartalne o rynku pracy, rekomendacje pokonferencyjne i poseminaryjne), wskazujące na występujące na rynku pracy zapotrzebowanie na dany zawód (układ kwalifikacji zawodowych)
- Powoływanie się na materiały, wypracowane przez ORPdE, dotyczące branż rozwojowych i zawodów przyszłości, zarówno w odniesieniu do Łodzi i regionu jak również gospodarki krajowej i globalnej
- Zlecenie Obserwatorium ekspertyz dotyczących rozpoznania określonych segmentów gospodarki i rynku pracy i wykorzystanie ich wyników do promocji szkoły
- Zapraszanie pracowników Obserwatorium do prowadzenia spotkań edukacyjnych z uczniami (oraz rodzicami) w celu ukazania zapotrzebowania rynku pracy na specjalistów w branżach i zawodach, w których kształci dana szkoła
- Uczestnictwo w konferencjach i seminariach tematycznych, prezentujących wyniki badań i analiz w zakresie aktualnego zapotrzebowania rynku pracy (prezentowanie dobrych praktyk poszczególnych szkół zawodowych w zakresie prowadzonego kształcenia zawodowego i podejmowanej współpracy z pracodawcami)



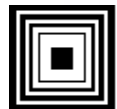


# **ROLA DORADZTWA ZAWODOWEGO W KREOWANIU WIZERUNKU SZKOŁY ZAWODOWEJ**

**Przeobrażanie świadomości kandydatów do szkoły zawodowej i  
uczniów na temat ich kariery zawodowej**

**Moderator: Małgorzata Sienna – kierownik Ośrodka Doradztwa  
Zawodowego**

Współpraca: Marzena Podsiedlik dyrektor Bursy dla Młodzieży Łódzkiego  
Stowarzyszenia Pomocy Szkole „Żak”  
ŁCDNiKP: Emilia Gralewska, Jadwiga Morawiec  
Krzysztof Makowski, Zdzisław Anglart  
Uczestnicy: ZSP 7, ZSP 15, ZSP 19, ZSP 22



**Łódzkie Centrum Doskonalenia Nauczycieli  
i Kształcenia Praktycznego**



**POLSKIE  
FORUM  
ISO 9000**

**Microsoft®**  
REGIONALNE CENTRUM INNOWACJI

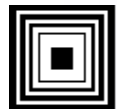


# ZAGADNIENIA DO DYSKUSJI

Co jest ważne dla uczniów gimnazjalistów, czego poszukują, z jakich źródeł korzystają?

Na jakich działaniach szkoły, pracodawcy, poradnie psychologiczno-pedagogiczne, samorządy, ŁCDNiKP-Ośrodek Doradztwa Zawodowego, Instytucje Rynku Pracy powinny skupić swoją uwagę, aby pomóc uczniom w podejmowaniu decyzji?

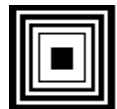
W jaki sposób poprzez prowadzenie szkolnego poradnictwa kariery można doprowadzić do sytuacji, by oczekiwania uczniów były realistyczne i przystosowane do struktury własnych i społecznych możliwości?



## ROLA DORADZTWA ZAWODOWEGO W KREOWANIU WIZERUNKU SZKOŁY ZAWODOWEJ

### Określenie aspektów doradztwa zawodowego:

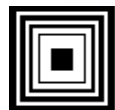
- samoświadomość, rozpoznawanie predyspozycji
- planowanie dalszej drogi zawodowej, kariery
- doradztwo ukierunkowane na poszukiwanie pracy



## Co jest ważne dla uczniów gimnazjalistów, czego poszukują, z jakich źródeł korzystają?\*

### Jeśli wiedzą już, jakiego zawodu chcą się uczyć i wybierają szkołę:

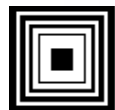
- kierują się opinią młodzieży uczęszczającej do danej szkoły (podczas nieformalnych spotkań koleżeńskich, Targów Edukacyjnych, Dni Otwartych w szkołach ponadgimnazjalnych)
- sugerują się wyglądem strony internetowej - nie podoba im się jednolita, ciemna szata graficzna strony internetowej, chaotyczny układ informacji - nieczytelny dla gimnazjalistów, chcą wiedzieć, jakie będą mieć przedmioty  
(niekiedy oglądają zdjęcia młodzieży uczącej się w danej szkole, niektórzy rezygnują, gdy widzą ogolone głowy uczniów ubranych w dresy - obawiają się o bezpieczeństwo)
- poszukują informacji na temat praktyk, zaplecza techniczno-dydaktycznego, języków obcych, niekiedy interesują się, czy jest możliwość wyjazdu za granicę
- istotny jest dla nich dobry dojazd do szkoły, wygląd budynku
- zwracają coraz częściej uwagę na współpracę z pracodawcami - szukają tych informacji na stronie szkoły
- sugerują się opiniami starszych kolegów na temat atmosfery w szkole, „przyjazności” nauczycieli, a także ich przygotowania
- próbują się dowiedzieć (czasami), ile osób zdało w poprzednim roku egzamin zawodowy, maturę



## Co jest ważne dla uczniów gimnazjalistów, czego poszukują, z jakich źródeł korzystają?\*

### Jeśli jeszcze nie są pewni swoich preferencji zawodowych, ale już mniej więcej znają branżę:

- istotny jest wygląd strony internetowej
- poszukują informacji na stronie szkoły na temat danego zawodu, możliwości przyszłego zatrudnienia, praktyk u pracodawców
- sugerują się opiniami starszych kolegów na temat atmosfery w szkole, „przyjazności” nauczycieli
- próbują się dowiedzieć, ile osób zdało w poprzednim roku egzamin zawodowy, maturę
- szukają informacji o języku obcym
- niekiedy poszukują informacji na temat, czy szkoła ma własną drużynę sportową
- chętnie korzystają z dni otwartych - zachęca ich, jeśli podczas takiego dnia mogą zobaczyć, jak wyglądają różne zadania zawodowe, samodzielnie się sprawdzić, albo popatrzeć jak koledzy coś wykonują. Oczekują, aby taki dzień obfitował w różnorodne wrażenia i wydarzenia, pozwalał sprawdzić możliwości



## Przeobrażanie świadomości uczących się na temat ich kariery zawodowej

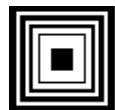
### Wspieranie w indywidualnym rozwoju zawodowym uczących się poprzez:

- uświadomienie cech, predyspozycji, zainteresowań uczącym się
- uświadomienie wymagań zawodowych na danym stanowisku, warunków pracy rodzicom i uczącym się
- przygotowanie i udostępnienie przez doradców pełnej informacji o szkołach
- prezentację aspektów zawodów

### Świadome wybory uczących się

### Organizacja spotkań:

- absolwentów szkół ponadgimnazjalnych w gimnazjach
- zawodoznawczych – prezentacje różnych aspektów danych zawodów. Proponowana forma: **TYDZIEŃ OTWARTY** dla danej szkoły zawodowej – odwiedziny gimnazjalistów z pracodawcami – regularne (proces, a nie jednostkowe działanie)



## Oczekiwania szkół ponadgimnazjalnych

### Przemyślana polityka władz odnośnie zawodów:

- posiadanie strategii rozwoju edukacji zawodowej
- poprawa dostępności do bieżących informacji oraz prognoz o zawodach

### Praca wszystkich pracowników szkoły na wizerunek:

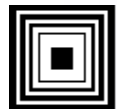
- przeszkolenie pracowników
- rozmowy na godzinach wychowawczych z uczącymi się odnośnie promocji szkoły
- cała społeczność szkolna i jej partnerzy dbają o jej wizerunek i angażują się w promocję szkoły

### Współpraca szkół zawodowych ze sobą – nie rywalizacja, nie konkurencja:

- uwzględnienie długofalowych prognoz dotyczących zatrudnienia na regionalnym i krajowym rynku pracy przy tworzeniu sieci szkół
- działalność szkół organizowana w oparciu o tworzone modele kształcenia dla przemysłu

### Współpraca z Ośrodkiem Doradztwa Zawodowego oparta na:

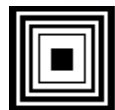
- dostępności informacji o doradcach zawodowych i podopiecznych gimnazjach
- bezpośrednim kontakcie z doradcą zawodowym



**Prowadzenie szkolnego poradnictwa zawodowego przyczynia się do kształtowania pozytywnego wizerunku szkoły zawodowej poprzez zmniejszenie rozbieżności między postępami kariery ucznia opartymi na jego aspiracjach i zdefiniowanymi przez otoczenie.**

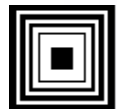
**Konieczna jest w tym względzie:**

- Przemysłana polityka władz oświatowych odnośnie zawodów w szkołach
- Kontynuacja wspierania uczących się w świadomym planowaniu przez doradców zawodowych:
  - Ośrodki doradztwa organizują spotkania z pracodawcami i przedstawicielami szkół
  - Szkoła ponadgimnazjalna może dostarcza materiały informacyjne o szkole doradcom. Doradcy pomagają upowszechnić je w szkołach (liderzy, pedagog, rodzice, uczniowie)
  - Szkoły przedstawiają swój wizerunek
  - Doradcy prezentują po kolei wszystkie zawody ze szkół zawodowych





- **KSZTAŁTOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU szkoły zawodowej** uwarunkowane jest dostępnością do informacji o zawodach, kształceniu w zawodzie, szkole.
- **Wsparciem dla doradztwa zawodowego gimnazjalistów są strony internetowe** szkół zawodowych, gdzie gimnazjaliści poszukują różnorodnych informacji, np. badają, a także interesują się miejscem danej szkoły w różnorodnych rankingach
- Wzrost świadomości młodzieży gimnazjalnej, celowość ich poszukiwań i planowanie własnej kariery zawodowej, zainteresowanie rynkiem pracy poprawi się pod wpływem prowadzonego doradztwa zawodowego, a **obraz szkoły zawodowej kształtowany będzie przez nową wiedzę o zawodach, kształceniu w zawodzie, szkole, sobie**



# ROLA OŚRODKA KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO I USTAWICZNEGO W KSZTAŁTOWANIU WIZERUNKU SZKOŁY ZAWODOWEJ

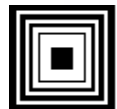
Stworzenie docelowego, optymalnego wizerunku szkoły

Moderatorzy: Anna Siennicka, Grażyna Adamiec, Barbara  
Kapruziak

Współpraca: Mariola Zajdlis – dyrektor Publicznego Gimnazjum nr 30 w  
Łodzi

ŁCDNiKP: Joanna Orda

Uczestnicy: ZSP 9, ZST-I, ZSPM, ZSP 15



**Łódzkie Centrum Doskonalenia Nauczycieli  
i Kształcenia Praktycznego**



POLSKIE  
FORUM  
ISO 9000

Microsoft®  
REGIONALNE CENTRUM INNOWACJI

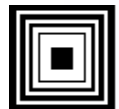


# ZAGADNIENIA DO DYSKUSJI

Jaki jest optymalny wizerunek szkoły zawodowej (możliwy do osiągnięcia)?

Jakie są zagrożenia związane z tym wizerunkiem?

Jakie kroki powinny być podjęte, aby osiągnąć wizerunek docelowy?



## ➤ WIZERUNEK WŁASNY

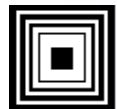
Rzeczywisty wizerunek szkoły zawodowej – to, co ja lubię, cenię w swojej szkole

## ➤ WIZERUNEK ZEWNĘTRZNY

Lustrzany wizerunek szkoły zawodowej – to, jak inni postrzegają moją szkołę zawodową, w tym inni pracownicy szkoły

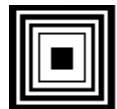
## ➤ OPTYMALNY WIZERUNEK

Docelowy (optimalny) wizerunek szkoły zawodowej – to, jaki jest pożądanym wizerunek szkoły zawodowej



## Na wizerunek szkoły zawodowej wpływają:

- udział w życiu szkoły przedstawicieli różnych środowisk: pracodawców, organizacji, innych szkół, władz miasta
- współpraca ze znaczącymi w branży pracodawcami, związkami branżowymi pracodawców
- duża dynamika kształcenia praktycznego
- dobre wykorzystanie czasu praktyk u pracodawcy, wykonywanie zadań w rzeczywistych warunkach pracy
- pokazywanie, upowszechnianie wiedzy o zmianach w kształceniu zawodowym. Kształcenie zawodowe wiąże się z osiąganiem kwalifikacji. Sprzyja to zwiększeniu mobilności ucznia na rynku pracy i ułatwia przekwalifikowywanie
- organizacja kursów kwalifikacyjnych zawodowych
- stworzenie przez szkołę możliwości uzyskiwania uprawnień branżowych, zawodowych, specjalistycznych
- dbałość o tradycje – ich budowanie i przekazywanie



## Atrybuty szkoły zawodowej wpływające na pozytywny obraz szkoły zawodowej

### „Fajna szkoła”, czyli:

- szkoła umożliwiająca zatrudnienie
- posiadająca wielu partnerów (w tym, np. naukowych)
  - przyjaźni nauczyciele, sprawiedliwi, wymagający
  - interesujące lekcje
  - nowoczesna baza techniczno-dydaktyczna
- otwarta dla uczniów przez cały dzień
- wrażliwa na potrzeby środowiska lokalnego, w otoczeniu którego funkcjonuje
- integrująca środowisko lokalne poprzez podejmowanie wspólnych działań
- szkoła z projektami: międzynarodowymi (wymiany), krajowymi, lokalnymi
- organizująca w różnych dziedzinach zajęcia, np.: wakacyjne, rekreacyjne, integrujące, kierunkowe
- szkoła zainteresowana prezentowaniem, upowszechnieniem, udostępnieniem wiedzy o szkole i jej działaniach, sukcesach uczniów i nauczycieli

