
La imatge del centre

Entre la difusió dels serveis educatius i el màrketing escolar

Joan Teixidó Saballs
GROC

1.- Justificació.

En els darrers temps, arran dels darrers canvis que han afectat d'una manera generalitzada els centres educatius: increment de l'escolarització obligatòria, connexió entre centres de primària i secundària, disminució de la natalitat, incorporació massiva d'alumnes immigrants, increment de l'oferta de formació ocupacional, implantació dels cicles formatius, etc. els centres han anat assumint la necessitat de donar a conèixer les característiques de l'educació que ofereixen.

Ara bé, no n'hi ha prou amb constatar-ne la necessitat; cal conèixer quines són les diverses eines i estratègies a l'abast; analitzar-ne els avantatges i inconvenients de cadascuna i, allò més important, analitzar al servei de què es troben, és a dir, per a què serveixen?

2.- Objectius

- 2.1. Considerar quin ha de ser el paper del centre a l'hora de donar a conèixer allò que s'hi fa.
- 2.2. Conèixer i analitzar les principals eines i estratègies de comunicació externa dels centre a partir d'exemples extrets del nostre entorn immediat.
- 2.3. Identificar de qui és la responsabilitat de promocionar la imatge del centre.
- 2.4. Valorar al servei de quines intencions es troben les diverses tècniques de promoció de la imatge del centre.
- 2.5. Elaborar un pla de promoció de la imatge del centre.

3. Continguts

- 1.- Per què és important la imatge del centre ?
- 2.- La comunicació, eina bàsica per donar-se a conèixer.
 - 2.1. Comunicació interna i comunicació externa
- 3.- De quina manera els centres projecten la seva imatge a l'exterior
 - 3.1. Informació a pares, alumnes, professors i societat en general
 - 3.2. Cura de la imatge física: entorn, serveis, etc.
 - 3.3. Estructura i serveis de promoció de la imatge
 - 3.4. Manifestacions externes del centre

- 3.5. Accions de promoció social
- 4.- Eines i estratègies de promoció institucional.
 - 4.1. Fulletons, videos, pàgines web, revistes
 - 4.2. Conferències, xerrades, exposicions de treballs, jornades
 - 4.3. Assistències a reunions i actes públics
 - 4.4. Jornades de portes obertes
 - 4.5. Foment d'associacions de voluntaris, ex-alumnes...
 - 4.6. Informe anual d'activitats
 - 4.7. Presència als mitjans de comunicació locals
- 5.- La millora de la imatge : una estratègia a llarg termini
 - 5.1. Vers l'establiment d'un pla de millora de la imatge del centre
- 6.- El màrketing escolar: de la tècnica de venda a l'estratègia de millora

Modalitat

Curs

Destinataris

Membres d'equips directius, responsables de comunicació i/o relacions externes i, en general, docents interessats per la millora de la imatge del centre

Nombre d'hores

20 h.

5 sessions de 4 h.

5 h. de treball pràctic

Horari

dimecres, de 17 a 21 h.

Calendari

Segon trimestre.

Inici del curs : dimecres, 12 de gener

Lloc de Realització

Per determinar

FCE de la UdG (Seminari) o bé CRP de Gironès

Professor

Joan Teixidó Saballs. UdG