

Materiał pomocniczy nr1- _PPP/ODN

Zastanów się w jaki sposób można wzmocnić współpracę z Poradnią Psychologiczno – Pedagogiczną i Ośrodkiem Doskonalenia Nauczycieli

Placówka	Działanie	Forma współpracy
ODN	Szkolenie Rady Pedagogicznej	Zaproszenie specjalistów z ODN do przeprowadzenia szkolenia

Materiał pomocniczy nr 2_szkoły

Zastanów się i opisz możliwe formy współpracy Twojej placówki z innymi szkołami (wszystkich etapów: podstawowymi, gimnazjalnymi i ponadgimnazjalnymi)

Placówka	Działanie	Forma współpracy
Szkoła Podstawowa	Pomoc słabszym uczniom	Uczniowie o wysokich zdolnościach stają się tutorami młodszych kolegów.

Materiał pomocniczy nr 3- uczelnie

Zastanów się i opisz możliwe formy współpracy Twojej placówki z uczelniami wyższymi (w tym: uniwersytety, politechniki, uniwersytety III wieku, Centra Kształcenia Ustawicznego, etc)

Placówka	Działanie	Forma współpracy
Uniwersytet III wieku	Organizacja zajęć	<ul style="list-style-type: none">• Udostępnienie pomieszczeń szkolnych• Zaproszenie ciekawych uczestników na spotkanie z uczniami• Zorganizowanie wspólnych warsztatów dla uczniów i słuchaczy uniwersytetu

Materiał pomocniczy nr 4. Partnerzy szkoły

Jednostki samorządu terytorialnego
Instytucje sytemu oświaty
Rodzice
Organy odpowiedzialne za ład oraz porządek publiczny
Instytucje pomocy społecznej
Przedsiębiorstwa/podmioty prywatne
Organizacje pozarządowe
Inne szkoły /placówki edukacyjne
Instytucje kulturalne oraz kulturalno oświatowe
Kościół i związki wyznaniowe
Partnerzy zagraniczni
Media



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Materiał pomocniczy nr 5

Studium przypadku 9: Sytuacje kryzysowe w szkole – zarządzanie wizerunkiem szkoły.

Obszar VII_SP9_materiał1

Tomasz w czasie ferii czyta notatkę prasową w lokalnym dodatku do ogólnopolskiej gazety. Ze zdziwieniem odkrywa, że w artykule opisano jego własną szkołę. Tomasz nic nie wiedział o zaistniałej sytuacji, gdyż na dwa dni przed rozpoczęciem ferii udał się na urlop – zmarł jego bliski krewny i musiał pojechać na pogrzeb do oddalonego o kilkaset kilometrów domu rodzinnego. Ze zdumieniem zagłębia się w lekturę tekstu:

Czy nasze dzieci są bezpieczne w takiej szkole?

Do bulwersującego zdarzenia doszło ostatniego dnia szkoły, tuż przed rozpoczęciem wiosennych ferii świątecznych. Kamil, 13-letni uczeń klasy szóstej Zespołu szkół w X został pobity. Niedługo po przegranym meczu inny uczeń tej szkoły zaczął się za budynkiem sali gimnastycznej i zaczął bić Kamila. Skopał go i wykręcił mu rękę. Chłopiec nie zgłosił się do pielęgniarki szkolnej, ani do nauczycieli, sam poszedł do domu. Matka uznała, że stan dziecka jest poważny i wezwała pogotowie. Chłopiec trafił do szpitala, w którym zdiagnozowano złamanie ręki i liczne urazy ciała. Do pobicia chłopca doszło na boisku szkolnym niedługo po przegranym meczu, który był eliminacją do turnieju piłki nożnej. Główną nagrodą w tym turnieju jest wyjazd do Barcelony połączony ze zwiedzaniem stadionu FC Barcelona. Sprawcą pobicia jest młodszy o rok od Kamila uczeń klasy V, 12-letni Sebastian. Chłopak pomimo młodego wieku ma na swoim koncie liczne czyny karalne, rozboje, pobicia, kradzieże, znieważenia nauczycieli i policjantów. Jest stałym bywalcem Policijnej Izby Dziecka. Teraz został zatrzymany po raz kolejny, a o jego losie zadecyduje Sąd dla Nieletnich. Zastanawiające dla nas jest jednak, czy opieka nad uczniami tej szkoły jest pełniona prawidłowo i czy właściwie sprawowany jest nadzór pedagogiczny? W chwili gdy piszemy tę informację, dyrektor szkoły jest nieuchwytny, gdyż przebywa na urlopie”.

KM

Dyrektor natychmiast kontaktuje się z sekretariatem swojej szkoły i pyta, czy wiedzą coś o pobiciu. Upewnia się też, że chodzi o konkretnego ucznia, bo Kamil to dość popularne imię, a w jego szkole uczy się ponad 500 dzieci. W sekretariacie nikt nie zgłaszał niczego oficjalną drogą. Anna, jego sekretarka, mówi mu jednak, że chwilę temu dzwoniła do niej jej córka, która chodzi do równoległej klasy z pobitym uczniem. Na Facebooku jej klasa dyskutuje o tym wydarzeniu. Córka powiedziała jej, że chłopiec po pechowym wydarzeniu pobiegł prosto do domu. Jego rodzice wezwali karetkę, a także skontaktowali się z prasą.

Tomasz jest oszołomiony sytuacją i tempem, jakiego ona nabiera.

Okazuje się, że tekst ukazał się nie tylko w prasie, ale został również zamieszczony na portalu gazety i na jej fanpage'u na Facebooku. Na internetowym forum rozgorzała słowna przepychanka pomiędzy obrońcami szkoły, a jej krytykami. Przeważają negatywne komentarze, w których pojawiają się nawiązania do przypadków zaistniałych w szkole

problemów, które miały miejsce w przeszłości. Oskarżenia są bez związku z bieżącą sprawą, ale sugerują niewystarczającą dbałość o bezpieczeństwo uczniów szkoły.

Po dwóch godzinach Tomasz widzi już około 100 wpisów pod tekstem o pobiciu ucznia. Pojawia się coraz więcej zarzutów wobec szkoły, z czego większość wydaje się być kompletnie nieuzasadniona. Narasta liczba agresywnych komentarzy, również pod adresem dyrektora, któremu internauci zarzucają, że „wozi się na wakacje, a w jego szkole szaleje przemoc i agresja”.

Materiał pomocniczy nr 6

Przykładowa procedura reagowania w sytuacji kryzysowej w szkole¹

1. W przypadku zaobserwowania przemocy (fizycznej, psychicznej czy słownej) osoba interweniująca przerywa to zdarzenie, identyfikuje uczniów biorących w nim udział (ofiara, agresor, świadek).
2. Zaistniałe zdarzenie zgłasza wychowawcy klasy.
3. Wychowawca ustala okoliczności zdarzenia, sporządza notatkę w zeszycie uwag, zaprasza rodziców uczniów uczestniczących w zdarzeniu tj. sprawcy (sprawców) i ofiary (ofiar).
4. W przypadku jednego incydentu przemocowego, sprawcy po rozmowie z wychowawcą i rodzicami, poniesieniu konsekwencji przewidzianych w Statucie szkoły, oraz umowie ustnej (pisemnej) o zaniechaniu działań o charakterze przemocy, procedura zostaje zawieszona.
5. Po każdej sytuacji mającej znamiona przemocy należy bezwzględnie otoczyć opieką ofiarę przemocy – rozmowy wspierające z wychowawcą, psychologiem/pedagogiem, rodzicami.
6. W przypadku ponownego wystąpienia zachowań agresywnych wychowawca powiadamia dyrekcję szkoły. Sprawca ponosi sankcje określone w Statucie. Ponadto uczestniczy w cyklicznych spotkaniach z pedagogiem/ psychologiem. Ustalony zostaje kontrakt podpisany w obecności dyrekcji, wychowawcy i rodziców. Wychowawca egzekwuje poszczególne punkty kontraktu.
7. Gdy ma miejsce zdarzenie o szczególnie drastycznym przebiegu (bójka, rozbój, uszkodzenie ciała) wychowawca informuje pedagoga lub dyrektora. Dyrektor szkoły powiadamia o zdarzeniu policję.

Polecana literatura

1. Anthonissen P.F. (red.), 2013, Komunikacja kryzysowa, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa.
2. Black S., 2001, Public Relations, Dom Wydawniczy ABC. Oficyna ekonomiczna Kraków.
3. <http://www.militis.pl/narodowe/istota-reagowania-kryzysowego-zrodla-i-charakter-sytuacji-kryzysowych>

Piotrowicz D., Szkoła w obliczu sytuacji kryzysowych, ORE http://www.ore.edu.pl/strona-ore/index.php?option=com_phocadownload&view=category&download=1163:szkoa-w-obliczu-incydentw-krytycznych-oraz-sytuacji-kryzysowych-przygotowanie-i-reagowanie&id=123:procedury-interwencyjne-w-szkole&Itemid=1148**Obszar VII_SP9_materiał2**

¹ Autor procedury: Beata Szynalska-Skarżyńska

Materiał pomocniczy nr 7

Przykładowe oświadczenie dla prasy

Szanowny Panie Redaktorze,

w dniu (godz.) w Szkole Podstawowej nr ... w doszło do przykrego zdarzenia. Jeden z uczniów naszej szkoły został pobity przez innego ucznia.

W chwili obecnej prowadzimy dochodzenie wewnętrzne mające ustalić przyczynę pobicia oraz wskazać okoliczności zajścia.

O sprawie została poinformowana Policja, organy nadzoru szkolnego, a o losie sprawcy pobicia zadecyduje Sąd dla Nieletnich.

Zgodnie z procedurami obowiązującymi w naszej szkole we wszystkich klasach w ramach godziny wychowawczej odbyły się rozmowy z uczniami na temat zajścia. Zorganizowano także spotkania z rodzicami, aby przedstawić procedury, które wdrożyliśmy, aby w przyszłości uniknąć podobnych zajść.

Chciałbym nadmienić, iż nasza szkoła zawsze przywiązywała należytą uwagę do kwestii bezpieczeństwa. Między innymi uczestniczymy w projektach podnoszących świadomość agresji, zarówno tej tradycyjnej, jak i elektronicznej. Organizujemy konkursy mające propagować bezpieczeństwo uczniów.

Zajście, które miało miejsce w dniu traktujemy jako incydent, który nigdy nie powinien mieć miejsca. Współczujemy uczniowi oraz jego Bliskim. Dołożymy starań, aby podczas nieobecności i po powrocie do zajęć szkolnych miał zapewnioną opiekę nauczyciela, który pomagać będzie w uzupełnieniu zaległości szkolnych.

W przypadku pojawienia się nowych informacji pozwolę sobie przekazać je Panu Redaktorowi.

Z poważaniem,

Tomasz

Dyrektor Szkoły

Materiał pomocniczy nr 8. Strategia wizerunkowa szkoły / placówki

Etap I : Diagnoza

1. Analiza wizerunku szkoły / placówki – określenie wizerunku bieżącego i pożądanego.

Wizerunek definiowany jest jako „wyobrażenie, jakie jedna lub wiele publiczności ma o osobie, przedsiębiorstwie lub instytucji; nie jest to obraz rzeczywisty, dokładnie i szczegółowo nakreślony, ale raczej mozaika wielu szczegółów, podchwyconych przypadkowo, fragmentarycznie, o nieostrych różnicach”².

Wizerunek będzie więc składową sumy wrażeń w trzech podstawowych obszarach życia organizacji, a mianowicie:

- Stanu organizacji w jego wszelkich aspektach i przejawach,
- Komunikowania o tym stanie przez podsystemy organizacji,
- Społecznym rezonansie (czynniki racjonalne, emocjonalne, społeczne).

W praktyce wizerunek szkoły / placówki będzie składową wielu czynników (Kaczmarek-Śliwińska, 2013a; s. 14-15):

- informacji na temat kondycji szkoły (dydaktyka, zajęcia pozalekcyjne, laureaci olimpiad różnych szczebli, szkolne wydarzenia kulturalne, sportowe itp. np. (Kaczmarek-Śliwińska, 2012, s. 249-265),
- wizerunku uczniów, nauczycieli, pracowników niepedagogicznych, dyrekcji, absolwentów,
- zaangażowania szkoły w życie społeczności lokalnej,
- kultury organizacyjnej placówki, systemu wartości,
- zaplecza technicznego, wyposażenia, infrastruktury,
- otwartości szkoły na zmiany,
- innowacyjnego zespołu,
- sposobów komunikowania o szkole, relacji z mediami, wykorzystania mediów własnych,
- umiejętności reagowania w sytuacjach trudnych lub podczas zarządzania sytuacją kryzysową.

² J. Grunig, *Two-way symmetrical public relations. Past, present and future*, [w:] R. L. Heath, *Handbook of public relations*, Sage 2001, [za:] (Wojcik, 2009, s. 41).

Analiza wizerunku szkoły / placówki powinna stanowić punkt wyjściowy tworzenia strategii wizerunkowej. Najczęściej wizerunek organizacji bada się za pomocą badań kwestionariuszowych (ilościowe i jakościowe). Przydatne też są badania wizerunku za pomocą par antonimów. Analiza wyników pozwala na określenie wizerunku bieżącego. Warto pamiętać, iż wizerunek uzyskany w wyniku badań otoczenia szkoły / placówki nie musi być zbieżny z jej wyobrażeniami o sobie (szkoła / placówka może myśleć o swoim wizerunku lepiej lub gorzej niż jej otoczenie).

Wizerunek pożądanym to wizerunek, który określany będzie w perspektywie celów szkoły / placówki. To wizerunek, który szkoła / placówka będzie chciała uzyskać poprzez realizację działań zapisanych w strategii.

Elementem koniecznym jest nawiązanie długotrwałych relacji z otoczeniem, inwestycja w tzw. media własne szkoły oraz współpracy z mediami, które będą sprzymierzeńcem w kolportażu informacji o działaniach szkoły. Idealną jest sytuacja, gdy wizerunek tworzony jest w oparciu o spójną strategię funkcjonowania szkoły. Wówczas działania ukierunkowane na tworzenie rozmaitych przedsięwzięć i komunikowanie o nich realizowane są poprzez zdefiniowane cele i określone sposoby ich realizacji (Kaczmarek-Śliwińska, 2013a; s. 17).

Etap II: **Planowanie**

1. Określanie celów strategii
2. Grupy otoczenia / publiczności
3. Metody i techniki
4. Koszty/budżet
5. Harmonogram działań

Istotnym aspektem, który będzie odgrywać niebagatelną rolę w kreowaniu wizerunku szkoły / placówki jest jej otoczenie, a zwłaszcza aspekt relacji wytwarzających się w toku życia organizacji. Biorąc pod uwagę specyfikę organizacji jaką jest szkoła, można w jej otoczeniu wyróżnić wiele grup otoczenia, z których najbardziej istotne to: uczniowie, rodzice uczniów, nauczyciele, dyrekcja szkoły, pracownicy niepedagogiczni szkoły / placówki (administracyjni i

techniczni szkoły i in.), kandydaci, absolwenci szkoły, media lokalne i ogólnopolskie, organy kontrolne, samorząd lokalny, lokalni przedsiębiorcy, organizacje kultury i in. (Kaczmarek-Śliwińska, 2013a; s. 15).

Strategia wizerunkowa szkoły / placówki w części Planowanie powinna udzielić odpowiedzi na kluczowe pytania określające kierunek działań (Kaczmarek-Śliwińska, 2013a; s. 17-18 oraz (Kaczmarek-Śliwińska, 2013; s. 47-60):

- Jaki jest cel strategii?, czyli określenie celów promocyjnych, które szkoła zamierza osiągnąć. Warto uwzględnić cele krótko- i długoterminowe. Przykładowe cele strategii promocji szkoły mogą być określone jako: uświadomienie istnienia szkoły w środowisku lokalnym, kształtowanie pozytywnego wizerunku szkoły, nawiązanie dialogu z potencjalnymi kandydatami do szkoły, kształtowanie wizerunku szkoły jako organizacji nowoczesnej/ekologicznej/prospołecznej/z tradycjami itp., kształtowanie indywidualnego charakteru szkoły poprzez podkreślenie cech indywidualnych oraz wyróżnienie się na tle konkurencji, kształtowanie wizerunku szkoły jako organizacji dbającej o rozwój naukowy podopiecznych poprzez różnorodne koła naukowe i wysoki wskaźnik laureatów i finalistów olimpiad tematycznych oraz inne. Warto pamiętać, iż cele, które szkoła / placówka zakłada w strategii powinny być realne, możliwe do uzyskania, sformułowane czytelnie i jasno sformułowane.
- Co? - co chcemy powiedzieć otoczeniu wewnętrznemu i zewnętrznemu organizacji. Jakie komunikaty mają dominować w prowadzonych kampaniach? Co jest kluczowym przesłaniem szkoły / placówki?
- Kto? – wskazanie osób/zespołu, który będzie wykonywać poszczególne zadania prowadzące do realizacji założonych celów.
- Jak? – określające techniki, narzędzia i instrumenty realizacji poszczególnych zadań i celów częściowych. Jak szkoła / placówka będzie komunikować się z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym? Jak wykorzystaną zostaną media instytucjonalne, a jak media własne?
- Kiedy? – dające odpowiedź dotyczącą terminu realizacji poszczególnych zadań. Szczególnie istotnym jest ustalenie czy strategia i zadania częściowe mogą być rozpoczęte i realizowane w dowolnych momentach, czy też potrzebne jest precyzyjne zaplanowanie terminarza działań.

Etap III: **Realizacja**

1. Wdrażanie
2. Monitoring

Posiadając już plan działania szkoła / placówka powinna realizować go z zachowaniem metod i technik określonych w strategii oraz dotrzymując terminów realizacji poszczególnych etapów.

Jeżeli zostały wyznaczone terminy pośrednie, istotnym jest, aby w tych terminach (zakończenie działań cząstkowych) przeprowadzić badania / ocenę stanu realizacji zadań ujętych w strategii wizerunkowej oraz ich wpływ na osiągnięcie celów.

Monitorując uzyskiwane efekty może okazać się, że działania ujęte w strategii nie przybliżają do założonych celów. Wówczas należy dokonać korekty strategii.

Etap IV: **Ewaluacja działań**

- Efekt? – odpowiedź jest najczęściej związana z zakończeniem poszczególnych etapów strategii lub też całości strategii. Powinna powstać w wyniku ewaluacji określających na ile udało się zrealizować zdefiniowane cele. W kwestiach wizerunkowych ewaluacja powinna określać na ile wizerunek pożądany, dla realizacji którego skonstruowana została strategia, został osiągnięty w relacji do wizerunku bieżącego.

Po zakończeniu realizacji strategii wizerunek należy przeprowadzić analizę skuteczności i efektywności działań, ponieważ etap końcowy strategii wizerunkowej założonej na określony przez szkołę / placówkę czas powinien być jednocześnie etapem początkowym i punktem wyjścia kolejnej strategii wizerunkowej.

Warto również pamiętać, iż każda organizacja, w tym szkoła / placówka, prowadząc swoją działalność narażona jest na ryzyko sytuacji mogących destabilizować jej funkcjonowanie. Dlatego w strategii wizerunkowej określając metody i techniki działań należy przewidzieć także czynności, które zostaną podjęte na wypadek niepożądanych i negatywnych zdarzeń (scenariusze kryzysowe / manual) (Kaczmarek-Śliwińska, 2013; s. 145-154).

Bibliografia:



1. Kaczmarek-Śliwińska, M. (2013). Public relations w przestrzeni mediów społecznościowych. Działania organizacji i jej pracowników. Koszalin: Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej.
2. Kaczmarek-Śliwińska, M. (2013a). Wizerunek szkoły w nowych mediach. W: R. Uździcki, V. Korim (red.), Szkoła w perspektywie jej realnych przeobrażeń. Zarządzanie – Kompetencje – Kreatywność, Toruń 2013.
3. Kaczmarek-Śliwińska, M. (2012). Możliwości edukacyjne instrumentów nowych mediów na przykładzie lip dub'a W: Studia Edukacyjne, nr 23, Wydawnictwo Naukowe UAM. Plik do pobrania: <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/handle/10593/5922>.

Wojcik, K. (2009). Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa: Placet.

Materiał pomocniczy nr 9. Strategia

Zad. 1.

Cele w zakresie strategii wizerunkowej naszej szkoły / placówki w perspektywie najbliższych 3 lat (3 cele).

1.

.....

2.

.....

3.

.....

Materiał pomocniczy nr 10. Strategia2_k

Zad. 2.

Strategia wizerunkowa szkoły / placówki - fragment	
Cel 1:	
Jakie zadania możemy wykonać w dążeniu do realizacji celu?	
Jakimi technikami, środkami, instrumentami będziemy	

realizować powyższe działania?	
Jakie media będą mogły wspierać nas w informowaniu o działaniach na każdym z jego etapów?	
Czy zadania mogą generować sytuacje kryzysowe? Jak możemy zabezpieczyć się?	
W jaki sposób będziemy badać efekty?	
Uwagi	
Cel 2:	
Jakie zadania możemy wykonać w dążeniu do realizacji celu?	

Jakimi technikami, środkami, instrumentami będziemy realizować powyższe działania?	
Jakie media będą mogły wspierać nas w informowaniu o działaniach na każdym z jego etapów?	
Czy zadania mogą generować sytuacje kryzysowe? Jak możemy zabezpieczyć się?	
W jaki sposób będziemy badać efekty?	
Uwagi	

Cel 3:	
Jakie zadania możemy wykonać w dążeniu do realizacji celu?	
Jakimi technikami, środkami, instrumentami będziemy realizować powyższe działania?	
Jakie media będą mogły wspierać nas w informowaniu o działaniach na każdym z jego etapów?	
Czy zadania mogą generować sytuacje kryzysowe? Jak możemy zabezpieczyć się?	

W jaki sposób będziemy badać efekty?	
Uwagi	