

# Promocja placówki oświatowej na przykładzie działań Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu.

## Wstęp

**Metody promocji bezpośredniej są skuteczne i tanie.**

**Najważniejsze z nich to wystąpienia publiczne, m. in.**

**Spotkania z rodzicami, komunikacja osobista nauczyciela z rodzicami,**

**Targi edukacyjne, wycieczki rodziców.**

Amir Jan Fazlagić – „Marketingowe zarządzanie szkołą”

Nowoczesna szkoła musi właściwie komunikować się z otoczeniem, aby pozyskiwać fundusze na realizację zadań oraz cieszyć się dobrą renomą w środowisku lokalnym. Uświadomienie korzyści płynących z właściwej promocji placówki oświatowej jest dla dyrektora gwarantowanym sukcesem kontaktów lokalnych. Promocja jest dla placówki szansą na realizację wszystkich działań wychowawczych, opiekuńczych i kształcących młodych podopiecznych. W swojej pracy udowodnię jak ważną rolę odgrywają działania skierowane na promocję placówki w środowisku lokalnym.

Przykładem dobrej praktyki działań promocyjnych będą działania Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu. Na początku mojej pracy przytoczę akty prawne i dokumenty pracy szkoły regulujące sprawy związane z promocją szkoły, wyjaśnię skąd wzięła się potrzeba promocji placówki oświatowej, przytoczę założenia i etapy, a także korzyści płynące z marketingu. Rozdział drugi opisywać będzie działania promocyjne realizowane w Zespole Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu.

***O tym, kim jesteśmy, decyduje jakość naszych związków z innymi.***

W. HRYNIEWICZ

## **Rozdział 1**

### **Akty prawne dotyczące promocji placówki oświatowej.**

Podstawowe akty prawne nakładające na szkołę współpracę ze środowiskiem, a także z rodzicami to:

- ustawa z dnia 7 września 1991 r. o systemie oświaty (Dz.U. z 2004 r. Nr 256 poz. 2572 z późn. zm.)- preambuła zaczyna się od słów: **„Oświata w Rzeczypospolitej Polskiej stanowi wspólne dobro całego społeczeństwa”**.

Oznacza to, że szkoła jest w pewnym sensie instytucją, za której funkcjonowanie odpowiedzialność ponoszą wszyscy obywatele naszego kraju. Prowadzenie szkół i ich finansowanie należy do zadań jednostek samorządu terytorialnego. O konieczności działań zmierzających do poprawy efektywności pracy szkoły mówi między innymi:

- artykuł 34 ustawy o systemie oświaty, który w ustępie 1. zakłada, że: *Jeżeli szkoła lub placówka albo organ prowadzący prowadzi swoją działalność z naruszeniem przepisów ustawy, organ sprawujący nadzór pedagogiczny może polecić, w drodze decyzji, usunięcie uchybień w wyznaczonym terminie.* Podobnie w ustępach 2 i 2a zostało zapisane, że: *W przypadku stwierdzenia niedostatecznych efektów kształcenia lub wychowania w szkole lub placówce, organ sprawujący nadzór pedagogiczny poleca dyrektorowi opracowanie, w uzgodnieniu z organem prowadzącym, programu i harmonogramu poprawy efektywności kształcenia lub wychowania. Wdrożenie programu następuje w terminach określonych w harmonogramie, zaakceptowanych przez organ sprawujący nadzór pedagogiczny. Program musi uwzględnić uwagi i wnioski zgłoszone przez organ*

*sprawujący nadzór pedagogiczny. Jeżeli dyrektor nie usunie w wyznaczonym terminie uchybień (...), nie opracuje lub nie wdroży w określonych w harmonogramie terminach programu poprawy efektywności kształcenia lub wychowania albo nie uwzględni w tym programie zgłoszonych uwag i wniosków, organ sprawujący nadzór pedagogiczny występuje do organu prowadzącego szkołę lub placówkę z wnioskiem o odwołanie dyrektora z końcem albo w czasie roku szkolnego bez wypowiedzenia. Wniosek złożony w tej sprawie przez organ sprawujący nadzór pedagogiczny jest wiążący dla organu prowadzącego szkołę lub placówkę. Brak odpowiedniej reakcji ze strony jednostki samorządu terytorialnego powoduje, że o omawianym fakcie organ sprawujący nadzór pedagogiczny zawiadamia wojewodę sprawującego nadzór nad działalnością komunalną, który ma odpowiedni zakres oddziaływania na władze samorządowe i w przypadku niewłaściwej postawy odpowiednich władz miasta czy gminy na wskazane uchybienia, może ich użyć.*

- rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 23 kwietnia 2004 r. w sprawie szczegółowych zasad sprawowania nadzoru pedagogicznego, wykazu stanowisk wymagających kwalifikacji pedagogicznych, kwalifikacji niezbędnych do sprawowania nadzoru pedagogicznego, a także kwalifikacji osób, którym można zlecać prowadzenie badań i opracowywanie ekspertyz. (Dz. U. z 2004r. Nr 89, poz. 845)

Zapisy tego dokumentu na wiele sposobów wspominają o tym, że rodzice powinni w sposób aktywny uczestniczyć w procesach planowania i oceny działań podejmowanych przez szkołę. Warto pamiętać, że cytowane rozporządzenie nakłada na szkołę obowiązek opracowywania rocznych i pięcioletnich programów rozwoju, a na dyrektora placówki - konieczność corocznej organizacji, a następnie raportowania wyników mierzenia jakości pracy szkoły. W każdej z tych form aktywności powinni uczestniczyć rodzice. Ustawodawca w zakresie prawa oświatowego zadbał o istotne umocowanie rodziców w strukturach oraz formach społecznego zarządzania oświatą. Również prawa rodzica zapisane są w rozdziale czwartym ustawy o systemie oświaty zatytułowany „Społeczne organy w systemie oświaty”. Rozdział powyższy zakłada różnorodne formy współzarządzania szkołą przez rodziców. Przede wszystkim

artykuł 53 zakłada, że w szkole może działać rada rodziców, stanowiąca reprezentację ogółu rodziców uczniów danej placówki. Wspomniana rada może występować z wnioskami i opiniami dotyczącymi wszystkich spraw danej placówki do organu prowadzącego szkołę, a także organu sprawującego nadzór pedagogiczny, dyrektora, rady pedagogicznej oraz rady szkoły. Ponadto, w celu wspierania działalności statutowej szkoły, rada rodziców może gromadzić fundusze z dobrowolnych składek rodziców oraz innych źródeł. Zgodnie z artykułem 50 rodzic może wchodzić w skład Rady Szkoły. Rada szkoły uczestniczy w rozwiązywaniu spraw wewnętrznych placówki, a także:

- uchwała jej statut;
- przedstawia wnioski w sprawie rocznego planu finansowego środków specjalnych szkoły oraz opiniuje projekt planu finansowego placówki;
- może występować do organu sprawującego nadzór pedagogiczny nad szkołą z wnioskami o zbadanie i dokonanie oceny jej działalności, podobnie jak działalności jej dyrektora i każdego innego nauczyciela zatrudnionego w danej placówce - co więcej, wnioski te mają charakter wiążący;
- opiniuje plan pracy szkoły, projekty innowacji i eksperymentów pedagogicznych oraz inne sprawy istotne dla placówki;
- z własnej inicjatywy ocenia sytuację oraz stan szkoły i występuje z wnioskami do dyrektora, rady pedagogicznej, organu prowadzącego szkołę oraz do wojewódzkiej rady oświatowej, w szczególności w sprawach organizacji zajęć pozalekcyjnych i przedmiotów nadobowiązkowych.

Powyższe akty prawne narzucają dyrektorowi określone działania współpracy ze środowiskiem lokalnym i rodzicami. Dookoła szkoły funkcjonuje wiele podmiotów, które mogą być wykorzystane do celów edukacyjnych. By tak się stało, trzeba sobie jednak odpowiedzieć na pytanie, czemu mają służyć te kontakty. Dobrze zaplanowana i we właściwy sposób realizowana współpraca z innymi nie tylko poszerza ofertę edukacyjną szkoły, ale również podnosi jej atrakcyjność i rolę w środowisku, w którym funkcjonuje.

## **Rozdział 1.1**

### **Promocja szkoły – potrzebą czasów.**

Reforma oświaty wprowadzona pod koniec lat 90 – tych XX wieku wymusiła na dyrektorach inne spojrzenie na placówkę oświatową. Stworzone Gimnazjum miało wyrównać szanse edukacyjne młodzieży z różnych środowisk i wymusiło duże zmiany w pozostałych typach szkół. Rozpoczęła się rywalizacja o ucznia, gdyż powstanie gimnazjów spowodowała utratę uczniów w szkołach podstawowych i ponadgimnazjalnych. Dyrektorzy musieli zająć się promocją placówki oświatowej.

Kolejnym przykładem rozwijającej się promocji placówki oświatowej w Polsce jest mniejszy przyrost naturalny. Władze gminy lub powiatu przyczyniły się do zamknięcia z tego powodu wielu szkół podstawowych i ponadgimnazjalnych. Przetrwały szkoły, które miały dobrą renomę w środowisku, czyli potrafiły nawiązać pozytywny dialog ze środowiskiem lokalnym.

Obserwować można dynamiczny rozwój szkolnictwa niepublicznego. Działania tych placówek są konkurencją dla szkolnictwa ogólnodostępnego. Przedszkola i szkoły takie oferują dla wychowanków szeroki wachlarz zajęć dodatkowych, który rozwija zainteresowania młodego człowieka. Rodzice, czy też sami uczniowie coraz częściej gotowi są na dojeżdżanie do placówki, gdyż mają świadomość, że w danej szkole czy przedszkolu spełnią się ich wymagania. Dlatego też konkurencja na rynku edukacyjnym zmusza dyrektorów do stworzenia dobrego planu promocji i rozwoju szkoły. To, jak dyrektor przedstawi szkołę w atrakcyjny i profesjonalny sposób, będzie miało wpływ na ilość i jakość kandydatów do placówki.

***Im lepiej cię znają, tym bardziej cię lubią,  
ale pod warunkiem, że na to zasługujesz.***

***Zadbaj najpierw o reputację, a potem ją upubliczniaj.***

EDWARD PENDRAY,

*Zasady Public Relations*

## **Rozdział 1.2**

### **Promocja jako zakres działań public relations.**

Termin „promocja” zaczerpnięty jest od łacińskiego słowa *promovere*, który oznacza działania zwiększające popularność czegoś lub kogoś oraz upowszechnienie czegoś.

**K. Wojcik**<sup>1</sup>: "PR jest świadomym, celowym, planowym, systematycznym i długoplanowym oddziaływaniem organizacji, władz, zrzeszeń na publiczność, zwaną otoczeniem, skierowanym na ukształtowanie z nią specyficznej jakości stosunków i układów przy użyciu komunikowania i pielęgnowania kontaktów jako jedynej, klasycznej metody, i podporządkowanie tych wpływów rygorom etycznym”

Dlatego też, public relations jest celowym działaniem propagandowym, informującym na dany temat i wywierającym wpływ na określone grupy społeczne. W ten sposób placówka oświatowa sama może kreować swój wizerunek i tworzyć pozytywne opinie o swojej działalności. Umiejętność promowania placówki, czyli tworzenia odpowiedniego wizerunku w środowisku nie może być rzeczą przypadkową i samoistną. Należy zatem podejmować świadome działania kreujące „dobre imię” placówki poprzez ukazywanie osiągnięć szkoły i jej sukcesów. Warto byłoby współpracować z Ośrodkiem Pomocy Społecznej, Stacją Opieki "Caritas", czynnie uczestnicząc w programach pomocy dzieciom i młodzieży, angażując uczniów wolontariuszy do pracy z dziećmi z rodzin niewydolnych wychowawczo, a także szukając sponsorów, którzy pomogą sfinansować przedsięwzięcia z tym zakresie.

---

<sup>1</sup> Wojcik, T.(1995), Encyklopedia biznesu, t. 2, Warszawa

## Rozdział 1.3

### Etapy i działania promocji.

Edukacja postrzegana jako usługa jest zjawiskiem nowym i trudno oceniać ją jako typowy produkt. Większość szkół poprzez swoją nazwę, czyli: nadanie patrona, numeru i umiejscowienia jest łatwo identyfikowana przez uczniów. Placówki zaczynają oferować zróżnicowane oferty edukacyjne dla ucznia, aby stać się tą najlepszą i najbardziej pożądaną szkołą czy przedszkolem.

Sergiusz Dzierzgowski w „Mierzenie jakości pracy szkoły”<sup>2</sup> i Joanna Semrau w „Mierzenie jakości programu rozwoju szkoły”<sup>3</sup> proponują wiele form i metod promocji. Najczęściej powtarzającymi się działaniami promocyjnymi były:

- kultywowanie tradycji szkolnych
- badanie losów absolwentów i organizacja ich zjazdów
- wysoka ocena pracy szkoły
- prezentacja działań szkoły na łamach lokalnej prasy
- organizacja imprez szkolnych i spotkań z ludźmi sztuki, kultury
- udział szkoły w imprezach środowiskowych (organizowanych przez instytucje pozaszkolne)
- właściwa reakcja szkoły na zapotrzebowanie środowiska w różnych dziedzinach: edukacyjnej, kulturalnej, rozrywkowej
- zaangażowanie i pomoc Rady Rodziców

Wpływ również na prestiż danej placówki mają kryteria różnicujące szkoły i wpływ działań promocyjnych:



- jakość kadry
- wyposażenie

- rodzaj działań
- wielkość wpływu

<sup>2</sup> Dzierzgowski, S. (2000), Mierzenie jakości pracy szkoły – Raport, Warszawa, CODN

<sup>3</sup> Semrau, J. (2001), Mierzenie jakości programu rozwoju szkoły – Propozycje dla dyrektorów i wizytatorów. Raport, Poznań, Oficyna Wydawnicza G&P

- programy autorskie(atrakcyjność nowatorstwo)
- kierunek wpływu
- tradycje
- podatność szkoły<sup>4</sup>
- utarta opinia

Zatem przy wyborze placówki młody człowiek bierze pod uwagę stopień wyposażenia szkoły, jej lokalizację i miejsce na liście rankingowej oraz dodatkową ofertę . Wpływ na podjęcie decyzji ma również renoma szkoły i jej dobry kontakt ze środowiskiem lokalnym. Każda placówka oświatowa musi opracować plan promocji szkoły.

„Typowymi działaniami wchodzącymi w zakres promowania placówki oświatowej jest:

- przekazywanie informacji prasie lokalnej i podtrzymywanie dobrych stosunków z mediami działającymi w regionie,
- inicjowanie przedsięwzięć promocyjnych w Internecie (strona WWW, adres e-mail),
- organizowanie działań wychodzących do lokalnej społeczności (akademie, imprezy rozrywkowe i sportowe, uroczystości kościelne itp.)
- opracowywanie środków identyfikacji firmy (logo szkoły, wizytówki, papier firmowy),
- wydawanie gazetki szkolnej,
- organizowanie spotkań z przedstawicielami społeczności lokalnej.”<sup>5</sup>

Zatem, aby dobrze zaplanować działania promocyjne należy szczegółowo zdefiniować potrzeby klientów, czyli rodziców i uczniów. Plan powinien uwzględniać charakter i specyfikę szkoły oraz musi być spójny z planem rozwoju szkoły. Dyrektor planując promocję placówki oświatowej musi podjąć następujące działania:

- informacyjne: logo, papier firmowy, foldery, ulotki, broszury, wizytówki, strona internetowa szkoły
- współpraca z mediami: reportaże w telewizji, artykuły w gazecie lokalnej i zapowiedzi radiowe ważnych przedsięwzięć szkolnych

---

<sup>4</sup> [www.gazetainnowacje.pl/innowacje12](http://www.gazetainnowacje.pl/innowacje12) Barbara Antczak, Doktorantka WSPiZ w Warszawie

<sup>5</sup> [www.literka.pl](http://www.literka.pl), Wojciech Maciej Jakubik, placówka oświatowa a środowisko lokalne



- współpraca ze społecznością lokalną i sąsiadującymi instytucjami: organizowanie wspólnych festynów, wystaw plastycznych
- stały kontakt z klientami szkoły: uwzględnianie wskazówek i sugestii dotyczących pracy szkoły
- ciągłe podnoszenie jakości pracy szkoły: wyniki z egzaminów

Wszystkie te działania doprowadzić mają do pozytywnego wizerunku placówki w środowisku lokalnym oraz pozyskania klientów, czyli przyszłych uczniów. Promowanie placówki powinno być przedsięwzięciem długofalowym i systematycznym.

## **Rozdział 1.4**

### **Korzyści płynące z promocji dla placówki oświatowej.**

Działania promocyjne zwiększają zainteresowanie szkołą, nie tylko rodziców i uczniów, ale także sponsorów. Jest to bardzo ważne, gdyż sponsoring pomaga doposążyć szkoły zgodnie z ich potrzebami. Są to zadania począwszy od malowania, szycia, drobnych remontów, jak i dofinansowania do posiłków, wyjazdów czy nagród dla uczniów na zakończenie roku szkolnego. Promocja placówki jest nieodzowna przy budowie lub rozbudowie szkoły, gdyż często środki pozyskane od sponsorów przewyższają nakłady organu prowadzącego.

Efektem dobrze przeprowadzonej promocji placówki będzie możliwość zaistnienia w mediach i środowisku lokalnym. Wykorzystać wówczas można wizerunek szkoły: logo, koszulki z nadrukiem szkoły, breloczki, naklejki, kalendarze, kubki i foldery. Jest to okazja do uatrakcyjnienia edukacji i wychowania podopiecznych oraz wciągnięcia całej społeczności do działań na rzecz rozwoju szkoły. Takie działania sprzyjają identyfikacji lokalnych mieszkańców z placówką oświatową. Organizowanie Dnia Sportu, czy Pikniku Lokalnego ze współudziałem uczniów, rodziców i społeczności lokalnej, sprzyja wytwarzaniu się specyficznej więzi pomiędzy mieszkańcami a szkołą. Osoby nawet nie związane bezpośrednio ze szkołą traktują ją jako integralny element swojego środowiska. Wszystkie działania w zakresie promocji owocują umocnieniem pozycji szkoły w lokalnym środowisku.

„Drzwi otwarte” szkoły dyrektor i pedagodzy z nauczycielami organizują również w celach promocyjnych placówkę. Zadaniem takich działań jest zaprezentowanie szkoły tak, by wielu z odwiedzających wyszło z przekonaniem, że jest to szkoła ich marzeń. Podczas takich spotkań dyrektor przedstawia ofertę wychowawczo – dydaktyczną szkoły, ze szczególnym uwzględnieniem oferty zajęć pozalekcyjnych.

Zatem z pozytywnym wizerunkiem wiąże się więc akceptacja działań szkoły przez podmioty działające w jej otoczeniu, co ułatwia np. uzyskanie aprobaty, wsparcia finansowego czy pomocy rzeczowej oraz i inne korzyści:

- placówka łatwiej uzyskuje wsparcie finansowe z projektów unijnych, gdyż może zaprezentować zaprzyjaźnionych partnerów lub sponsorów
- placówka z renomą łatwiej pozyskuje sponsorów i klientów
- pracownicy widząc efekty swojej pracy są lepiej zmotywowani i mają przekonanie, że pracują w placówce wzorowej i wyróżniającej się w środowisku
- dobra opinia o szkole wytwarza dumę w uczniach i absolwentach placówki

## **Rozdział 2**

### **Promocja szkoły na przykładzie działań Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu.**

Część teoretyczna niniejszej pracy ukazała ogromną potrzebę promocji placówek oświatowych. Pracuję w Zespole Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu już siódmy rok. Z roku na rok obserwuję i aktywnie uczestniczę w promowaniu szkoły. Działania z zakresu promocji placówki przynoszą ogromne rezultaty, od wysokiego prestiżu w społeczności lokalnej i ogólnopolskiej, dofinansowań zadań od sponsorów i projektów unijnych, do ogromnego zainteresowania szkołą uczniów i rodziców. W poniższym rozdziale opiszę wszystkie działania promocyjne Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu jako przykładu dobrych praktyk.

#### **Rozdział 2.1**

##### **Wizerunek zewnętrzny szkoły.**

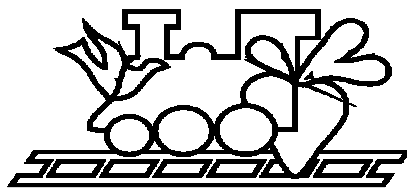


Zespół Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu mieści się na Śródce. Lokalizacja placówki jest szczególnie ważna dla uczniów i ich rodziców. Dzieci z upośledzeniem umysłowym w stopniu lekkim i umiarkowanym bardzo szybko

uczają się dojazdów komunikacją miejską ze względu na bardzo dobre połączenia komunikacyjne z różnymi dzielnicami Poznania. Szkoła posiada zabytek „Wzgórek Męki Pańskiej” oraz ogródek Jordanowski, w którym uczniowie dbają o porządek porządkując zieleni. Po wejściu do szkoły, każdy „gość” uzyskuje od portiera informację dokąd ma się udać. Szkoła jest na bieżąco remontowana. Na korytarzach zawsze są wiszące gazetki i stoją kolorowe parawany z aktualnymi pracami uczniowskimi co wprowadza wszystkich w miłą i domową atmosferę. Dowodem na to, że wizerunek i atmosfera szkoły jest bardzo ważna mogą być wypowiedzi rodziców na „drzwiach otwartych”, że w TEJ szkole czują się jak w domu, że jest sympatycznie i przyjemnie.

## Rozdział 2.2

### Wygląd pism w korespondencji.



Zespół Szkół Specjalnych nr 105

im. Juliana Tuwima

ul. Bydgoska 4

61-127 Poznań

tel. / fax. 877-22-94 NIP 782-22-15-842

e-mail: [sekretariat@zss105.neostrada.pl](mailto:sekretariat@zss105.neostrada.pl)

[www.zss105.neostrada.pl](http://www.zss105.neostrada.pl)

---

Szkoła posiada do korespondencji papier firmowy (zał. nr 1). Wykorzystane na nim jest logo szkoły: „lokomotywa”, nazwę szkoły, jej numer i patrona oraz adres, telefon i mail do sekretariatu. Posiadamy również stronę internetową szkoły, dlatego też na papierze firmowym dołączony jest jej adres. Każde pismo z powyższym nagłówkiem wywiera lepsze wrażenie niż pisma pisane na zwykłym papierze. Posiadamy dwa wzory papierów firmowych: na jednych ze względów ekonomicznych, tak jak powyżej, jest kontur lokomotywy, a na drugich lokomotywa jest wypełniona czarnym kolorem.

## **Rozdział 2.3**

### **Prezentacja oferty zajęć edukacyjnych i kół zainteresowań.**

Bardzo ważnym elementem promocji placówki oświatowej jest sposób prezentacji oferty zajęć edukacyjnych i kół zainteresowań. Podczas spotkań z potencjalnymi uczniami i ich rodzicami rozmowę o placówce wspieramy prezentacją multimedialną (zał. nr 2), folderami o szkole (zał. nr 3), broszurami zawierającymi ogólne informacje o prowadzonej działalności szkoły oraz o formach i metodach pracy (zał. nr 4). Nawiązując współpracę z przedszkolami i szkołami rozdajemy foldery i broszury w firmowych teczkach, ale i kalendarze oraz kartki z pracami uczniowskimi (zał. nr 5). Oferta szkoły dla uczniów przygotowana w taki sposób bardzo szybko zyskuje zainteresowanie. Rodzice i dzieci dopytują się o konkretne zajęcia i mają wielką motywację, aby w nich uczestniczyć. Ogromna motywacja do uczestnictwa w zajęciach przekłada się w sukcesy edukacyjne i sportowe moich wychowanków. O ofercie edukacyjnej i pozalekcyjnej napiszę przy okazji działań i zadań szkoły.

Informatory szkolne takie jak: foldery, broszury czy prezentacja multimedialna zawierają informację dotyczącą oferty edukacyjnej, kół zainteresowań, a także zdjęcie budynku szkolnego, sal lekcyjnych, logo szkoły, numery telefonów, adresem szkoły i strony internetowej. Wiadomości są rokrocznie aktualizowane.

## **Rozdział 2.4**

### **Reklama prasowa i internetowa.**

Kolejnym etapem promocji szkoły jest strona internetowa. Strona jest kolorowa, zawiera bardzo dużo zdjęć i informacji o szkole. Witryna szkolna posiada podstawowe dokumenty szkoły, informacje o szkole, o aktualnych działaniach uczniowskich i nauczycielskich. W folderze : galeria można obejrzeć prace plastyczne i techniczne wykonane przez uczniów. Klikając w ikonkę zajęcia terapeutyczne można dowiedzieć się o proponowanych rodzajach zajęć

rewalidacyjnych. Na stronie internetowej szkoły zobaczyć można zdjęcia z działalności kół zainteresowań i zajęć pozalekcyjnych. Osoba zainteresowana dowie się dużo ciekawych informacji na temat życia szkoły: konkursów, imprez szkolnych, sukcesów uczniów, poczyta krótkie sprawozdania z wycieczek i zawodów sportowych. O popularności strony internetowej może świadczyć ilość odwiedzin tej strony: przez trzy lata zanotowaliśmy 15800 wejść. Poniżej przedstawiam obrazek który się otwiera po wejściu na stronę internetową.



Następnym sposobem promocji szkoły jest prasa. Wielu nauczycieli publikuje swoje prace lub sprawozdania z uroczystości szkolnych i pozaszkolnych na łamach prasy lokalnej. Takie artykuły wpływają na wiarygodność Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu oraz zwiększają prestiż w środowisku i świadczą o dużej aktywności placówki. Nauczyciele współpracują z miesięcznikiem „Filantrop” i czasopismami „Otwarta szkoła” oraz „My”. Artykuły o działalności szkoły i sukcesach sportowych uczniów ukazują się w lokalnej prasie. Logopedzi opracowali poradnik logopedyczny „Mówimy na 105”. Znajdują się w nim porady dla rodziców, gotowe zestawy ćwiczeń i artykuły z zakresu korygowania wad wymowy. Nauczyciele opracowali również autorski „Program Kształcenia dla I

Etapu Edukacji Sześćioletniej Szkoły Podstawowej dla uczniów z upośledzeniem umysłowym w stopniu lekkim”, który uzyskał wysokie oceny merytoryczne i został dopuszczony do użytku szkolnego przez MEN.

Wysokie kwalifikacje nauczycieli promowane w publikacjach lokalnych i ogólnopolskich sprzyjają rozwojowi dobrego imienia o placówce.

## **Rozdział 2.5**

### **Reklama telewizyjna i radiowa.**

Do celów prezentacji szkoły na Targach Edukacyjnych został zmontowany film przedstawiający fragmenty zajęć na każdym etapie edukacyjnym. Oglądający mógł zapoznać się z wystrojem szkoły, wielkością grup ćwiczeniowych, ofertą zajęć pozalekcyjnych i kół zainteresowań. Na materiale filmowym uwzględniono również wyposażenie szkolne, takie jak: biblioteka, świetlica, pracownia komputerowa, salka korekcji wad postawy, sala korygowania wad wymowy, sala gimnastyczna, zajęcia na basenie i Malta -Ski w ramach wychowania fizycznego. Prezentacja cieszyła się dużym zainteresowaniem wśród młodzieży i dorosłych na Targach Edukacyjnych. Niektórzy żalowali, że oferta skierowana jest dla uczniów z upośledzeniem umysłowym. Uważam to za sukces działań promocyjnych. Materiał ten został również wykorzystany do promocji placówki na spotkaniu psychologów i pedagogów z Poradni Psychologiczno – Pedagogicznych.

Zespół Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu jest organizatorem Festiwalu Sztuki Naszych Dzieci. Impreza w środowisku zyskała uznanie i cieszy się dużą popularnością. O Festiwalu informuje IXS – miesięcznik kulturalny oraz zaprzyjaźnione radia. Patronat medialny nad Festiwalem objęła Telewizja Poznań. Z każdego roku opracowywane są materiały reportażowe o Festiwalu i emitowane na łamach Telewizji Poznań i WTK. Jest to kolejny przykład dobrej promocji placówki i zaistnienia w środkach masowego przekazu.

## **Rozdział 2.6**

### **Public relations szkoły.**

Szkoła prowadzi ścisłą współpracę ze Stowarzyszeniem na Rzecz Uczniów i Absolwentów Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu „Trwanie”, z Policją i Strażą Miejską, z Poradniami Psychologiczno – Pedagogicznymi, z MOPR – em, z Wielkopolską Stacją Sanitarno Epidemiologiczną, z Komendą Hufca Piast, Akademią Wychowania Fizycznego, Uniwersytetem im. A. Mickiewicza, Wielkopolską Szkołą Ratownictwa Medycznego, Radą Osiedla Śródka, z Centrum Kultury Zamek i Teatrem Animacji oraz z Centrum Wspierania Przedsiębiorczości. W ramach realizacji programu Szkoły Przystosobniającej do Pracy nr 3 uczniowie uczęszczają do Domów Pomocy Społecznej. Czynnie wspieramy najuboższych i rodziny niewydolne wychowawczo współpracując z Towarzystwem Przyjaciół Dzieci oddział Stare Miasto, a także szukając sponsorów , którzy pomogą sfinansować działania w tym zakresie.

Szkoła jest również miejscem organizacji wielu imprez i uroczystości szkolnych i pozaszkolnych. Przykładem może być tutaj coroczny „Piknik Rodzinny”, który jest okazją do spotkania się z rodzicami przy grach i zabawach sportowych, kawie i ciastku. Wspólna zabawa z rodzicami daje większą możliwość stworzenia więzi pomiędzy Nauczycielem i Rodzicem. Opiekunowie bardzo chętnie przychodzą na Piknik angażując się również w organizację.

Na wszystkie przedsięwzięcia zapraszani są rodzice, władze oświatowe, radni oraz zaprzyjaźnieni sponsorzy.

W ramach zajęć edukacyjnych zapraszane są znane osobistości: pisarze, muzycy, aktorzy, historycy. Ich nazwiska i prezentacje przyciągały zawsze uwagę i zainteresowanie społeczności szkolnej.

Dla pozytywnego wizerunku szkoły organizowany jest również wynajem pomieszczeń szkolnych na zajęcia sportowe i spotkania Rady Osiedla Śródka.

Pozytywny kontakt ze wszystkimi instytucjami wpływa na ogromne zainteresowanie placówką.



## **Rozdział 2.7**

### **Działania i zadania wpływające na sukces promocji**

#### **Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu.**

Zbierając informacje, na temat działań Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu wpływających na promocję placówki, nie miałam świadomości nad ich rozmiarem i zakresem. Abym mogła przedstawić wszystkie realizowane zadania postanowiłam skupić się na okresie od IX 2008 do IV 2009 i podzielić działalności na:

- przedsięwzięcia o zasięgu międzynarodowym, lokalnym, miejskim i wojewódzkim organizowane przez Zespół Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu
- uczestnictwo w imprezach międzynarodowych
- uczestnictwo w imprezach o zasięgu ogólnopolskim, wojewódzkim, miejskim oraz lokalnym
- uczestnictwo w imprezach międzyszkolnych
- realizacja projektów – wycieczki.

#### **Rozdział 2.7.1**

##### **Przedsięwzięcia o zasięgu międzynarodowym, lokalnym, miejskim i wojewódzkim organizowane przez Zespół Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu.**

- X Festiwal Sztuki Naszych Dzieci

Pierwszy festiwal, którego celem było zaprezentowanie działalności artystycznej dzieci i młodzieży ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi, odbył się w 1999 roku. Jego inicjatorem była Pani Elżbieta Konieczna – dyrektor Zespołu Szkół nr 105 w Poznaniu. Przygotowaniem i przeprowadzeniem festiwalu zajęła się grupa kilku nauczycieli, która dalej funkcjonowała jako Komitet Organizacyjny. Przegląd twórczości artystycznej odbywa się pod nazwą Festiwal Sztuki Naszych

Dzieci. Od 2007 roku w jego organizację zaangażowani są również członkowie działającego przy szkole stowarzyszenia „Trwanie”.

Organizatorzy byli przekonani, że dzieciom niepełnosprawnym potrzebne jest zarówno działanie stymulujące rozwój intelektualny jak i zaspokojenie potrzeby twórczej ekspresji. Festiwal Sztuki Naszych Dzieci daje radość tworzenia, możliwość bezpośredniego kontaktu ze sztuką i pozwala uwierzyć młodym artystom we własne siły. Stwarza także szansę integracji na wielu płaszczyznach.

W czasie dwóch festiwalowych dni odbywają się sceniczne prezentacje dokonań artystycznych poszczególnych zespołów. Stałym elementem jest także wystawa prac plastycznych dzieci i młodzieży z różnego rodzaju niepełnosprawnością. Do roku 2006 festiwalowi towarzyszyła również aukcja prac plastycznych, z których cały dochód przekazywany był tej placówce, której praca uzyskiwała na aukcji najwyższą cenę.

Staraniem organizatorów od 2006 roku Patronat Honorowy nad festiwalem objął Prezydent Miasta Poznania, a od 2009 roku patronat medialny objęła Telewizja Poznań .

W 2004 roku, podczas jubileuszowego, piątego festiwalu, organizatorzy przyznali tytuł Przyjaciela Festiwalu najbardziej zaangażowanym darczyńcom, którzy od pierwszej chwili wspierali finansowo przedsięwzięcie.

W tegorocznej dziesiątej edycji festiwalu również wręczone zostaną tytuły Przyjaciela Festiwalu kolejnym firmom, instytucjom i osobom prywatnym.

Przedstawione poniżej zestawienie daje możliwość obserwacji rozwoju przedsięwzięcia jakim jest organizowany przez nas przegląd. Pierwszy festiwal odbył się na małej scenie kina „Malta”. Okazało się jednak, że miejsce to nie będzie odpowiedzią na zainteresowanie festiwalem. Kolejne lata organizatorzy poszukiwali odpowiedniej sceny wraz z kulisami zapewniającymi optymalne warunki przygotowania i występu dla niepełnosprawnych artystów. Od roku 2004 przegląd gości w Sali Wielkiej Centrum Kultury ZAMEK. Miejsce to daje niezwykle poczucie komfortu organizatorom, a dla uczestników festiwalu stanowi wielką nobilitację poprzez występ na profesjonalnej scenie (nagłośnienie, oświetlenie, widownia licząca 600 miejsc). W minionych dziewięciu edycjach festiwalu gościliśmy na scenach 129 zespołów.

- I Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2000 r. - kino Malta.
- II Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2001 r. - kino Olimpia. **„Pozwólmę zakwitnąć marzeniom”**.
- III Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2002 r. - kino Olimpia. **„Podróż dookoła świata”**.
- IV Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2003 r. - kino Grunwald, **„W naszej szkole jest wesoło”**.
- V Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2004 r. - Centrum Kultury Zamek, **„Co kraj to obyczaj - z uśmiechem przez Europę”**.
- VI Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2005 r. - Centrum Kultury Zamek, **„Wiersze, bajki, opowieści - świat cudowny ważnych treści”**.
- VII Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2006 r.- Centrum Kultury Zamek. **„Życie z naturą – zawsze górą!”**
- VIII Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2007 r. – Centrum Kultury Zamek. **„Zła unikać! Dobra szukać! Oto cała życia sztuka!”**.
- IX Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2008 r. – Centrum Kultury Zamek. **„Piękny jest świat wokół nas!”**
- X Festiwal Sztuki Naszych Dzieci: 2009 r. – Centrum Kultury Zamek. **„Dziesiąty raz – witamy Was! Niech żyje sztuka!”**

Festiwal Sztuki Naszych Dzieci stał się od roku 2009 imprezą o charakterze międzynarodowym. Nawiązana została współpraca ze szkołą specjalną Sybil Elgar School London, która przysłała prace plastyczne na galerię, a także czworo uczniów z czterema opiekunami wystąpiło na scenie drugiego dnia Festiwalowego.

O rosnącym zainteresowaniu imprezą świadczyć może fakt zgłaszania się zespołów nie tylko z wielkopolski, ale i z całej Polski. W Festiwalu uczestniczą zaproszone placówki oświatowe, przedstawiciele władz miasta Poznań, władz oświatowych, sponsorzy i rodzice występujących artystów.

Festiwal Sztuki Naszych Dzieci jest wspaniałym przykładem dobrej praktyki działań promujących placówkę.

- II Śródeckie Spotkanie Artystyczne „Viva Ars !” – organizowane we współpracy z Poznańską Ogólnokształcącą Szkołą Muzyczną I stopnia nr 2

- Salon Multimedialny „Szymanowski na Śródce” – prezentacja przedstawienia przygotowanego przez szkolny Teatr Nie – Wielkiego Ruchu

Już po raz drugi uczniowie z Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu wraz z uczniami Poznańskiej Ogólnokształcącej Szkoły Muzycznej I stopnia nr 2 zaprezentowali przedstawienia teatralne i wykonania instrumentalne. Na uroczystość zostali zaproszeni dyrektorzy obu szkół, Rada Osiedla Śródka, władze oświatowe i rodzice. Spotkania Artystyczne dają możliwość wymiany doświadczeń z dziećmi uzdolnionymi i upośledzonymi umysłowo. Impreza sprzyja rozwijaniu dobrych kontaktów ze społecznością lokalną.

- Organizacja „Pikniku jesiennego” w Ośrodku Szkolno - Wychowawczym na ul. Rocha
- Udział w wystawie szopek bożonarodzeniowych w Hospicjum Palium
- Pomoc uczniów w Domach Pomocy Społecznych

W ramach współpracy ze środowiskiem lokalnym uczniowie mają możliwość niesienia pomocy osobom starszym, upośledzonym umysłowo w stopniu znacznym i głębokim, a także ciężko chorym. Wolontariat pokazuje uczniom, że nie tylko oni potrzebują pomocy, ale także tą pomoc mogą nieść innym osobom. Uczniowie stają się wrażliwsi i przestają myśleć o sobie w kategoriach: „upośledzony”, gdyż obserwują ważność swojej pracy. Osoby chore, starsze, dziękują im za pomoc i obecność. Takie działania wpływają również na asymilację ze środowiskiem.

- Wystawa prac uczniowskich – „Poznań tu warto żyć” w Centrum Edukacji Społecznej na Śródce
- Wystawa prac fotograficznych „Fotograficzne plenery” w Urzędzie Miasta
- Wystawa prac plastycznych „Motyle” w galerii TAK

Uczniowie wykonując prace związane z realizacją projektów mogą liczyć na to, że ich dzieła będą eksponowane w miejscach pozaszkolnych. Ekspozycja prac uczniowskich daje możliwość promocji placówki, co sprzyja wiarygodności i wzrostowi zainteresowania placówką.

- Integracyjne spotkanie Jasełkowe z uczniami British International School

- Integracyjne spotkanie „Jasełka” z uczniami SP. nr 18
- Integracyjne spotkanie na Koncercie Noworocznym z zaprzyjaźnionymi Przedszkolami i Szkołami

Działania o charakterze integracyjnym ze społecznością lokalną realizują wszyscy nauczyciele z Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu. Projekty integracyjne zakładają współpracę z Przedszkolami Specjalnymi i Integracyjnymi i Ogólnodostępnymi, a także ze Szkołą Brytyjską. Organizując spotkania teatralne, muzyczne i ruchowe – zaproszeni goście mają możliwość wspaniałej zabawy z uczniami ZSS nr 105 w Poznaniu. Integracja jest również wspaniałą okolicznością do wymiany doświadczeń pracy z dzieckiem upośledzonym, a także do rozwijania tolerancji w dzieciach z normą intelektualną. Szkoła Brytyjska i Podstawowa nr 18 obdarowuje uczniów wspaniałymi prezentami na Święta Bożego Narodzenia. Podsumowując, wszystkie działania integracyjne rozwijają placówkę oświatową i sprzyjają wyrobieniu dobrej marki w środowisku.

- Wyjazd sportowy do Karpacza –zawody w narciarstwie
- Wyjazd sportowy do Zakopanego – zawody w narciarstwie
- Jesienny Turniej Piłki Nożnej Szkolnictwa Specjalnego

Nauczyciele wychowania fizycznego organizują wyjazdy sportowe pozyskując fundusze z projektów i od zaprzyjaźnionych sponsorów. Obozy narciarskie, kajakarskie czy pływackie są dla uczniów z niepełnosprawnością intelektualną ogromną gratyfikacją za trud włożony w naukę. Realizacja aktywności fizycznej wzmacnia w wychowankach poczucie sukcesu, którego nie doznają za dużo.

## **Rozdział 2.7.2**

### **Uczestnictwo w imprezach międzynarodowych.**

- VI Europejski Przegląd Małych Form Teatralnych Osób Niepełnosprawnych w Solcu Kujawskim, prezentacja przedstawienia „Goście z nieba” Teatru Nie – Wielkiego Ruchu z ZSS nr 105 w Poznaniu

- Udział w międzynarodowym konkursie rysunkowym: „Pokój na całym świecie” zorganizowanym przez Leo Club Poznań

Chęć udziału w imprezach międzynarodowych wpływa na kształtowanie pozytywnego wizerunku szkoły.

### **Rozdział 2.7.3**

#### **Uczestnictwo w imprezach o zasięgu ogólnopolskim, wojewódzkim, miejskim oraz lokalnym.**

- IV Diecezjalny Przegląd Piosenki Religijnej Osób Niepełnosprawnych „Śpiewogranie 2008”
- Festiwal Aktywnych Społeczności Lokalnych – prezentacja wystawy prac uczniów „Śródka z dawnych lat”

### **Rozdział 2.7.4**

#### **Uczestnictwo w imprezach międzyszkolnych.**

Nauczyciele z Zespołu Szkół specjalnych nr 105 w Poznaniu bardzo chętnie biorą udział w przedsięwzięciach organizowanych dla dzieci z upośledzeniem umysłowym.

- Udział w projekcie edukacyjnym: „ Przyjazny klimat i zdrowe środowisko naszą przyszłością” przygotowanym przez Ośrodek Szkolno – Wychowawczy dla Dzieci Niestyszających w Poznaniu. Konkurs Plastyczny ( w ramach projektu) „Zwierzęta wokół nas” – I miejsce, dwa wyróżnienia
- Mistrzostwa Szkolnictwa Specjalnego w Unihokeju-I miejsce
- Udział w Świącie Pieczonego Ziemniaka organizowanego przez Szkołę Przystosabiającą do Pracy nr 1 w Poznaniu

- „AQUATIC” Zawody Pływackie „Mikołajki 2008” organizowane przez TKKF „Wielkopolanin” 4 - I miejsca, 4 – II miejsca, 4 – III miejsca oraz 2 – miejsca IV.
- Udział w Zawodach sportowych w Tenisie Stołowym

## **Rozdział 2.7.5**

### **Realizacja projektów , wycieczki.**

- Projekty związane z wychowaniem patriotycznym i regionalnym (wycieczka do Gniezna, po Wielkopolsce, do Muzeum Literackiego, do Cepelii, wyjazd do Dziewiczej Góry, zwiedzanie zabytków Poznania, wycieczki pod Pomnik Powstańców Wielkopolski) – 11 wycieczek
- Projekty religijno – filozoficzne (wyjścia na Cmentarze, śpiewanie kolęd przy żłóbku w kościele na Placu Bernardyńskim) – 10 wycieczek
- Projekty czytelnicze i medialne (wycieczka do Biblioteki, wycieczka do CK Zamek na Dni Muzyki, wycieczki do Teatru Animacji) – 6 wycieczek
- Wyjścia integrujące ze społecznością lokalną (zabawa Mikołajkowa ze społecznością szkolną „Zawsze Razem”, udział w Andrzejkach w Przedszkolu nr 53, inscenizacja wiersza J. Tuwima „Ptasie plotki” w Przedszkolu nr 116 w Poznaniu) – 6 spotkań
- Projekty o tematyce prozdrowotnej (wyjazd do Nadleśnictwa Łopuchówko, do warsztatu stolarskiego, do Starego ZOO, trening bowlingowi, udział w zawodach w Tenisie Stołowym organizowanym przez ZSS nr 102 w Poznaniu) – 12 wyjść
- Wyjścia nad Malte, do Parku Wilsona w celu wykonania zdjęć do projektu „Poznań, tu warto żyć” – 10 wyjść
- Wycieczka edukacyjna „Zielona Szkoła” do Jastrzębiej Góry na 10 dni
- Projekty ekologiczne (sprzątanie świata, jesienne prace porządkowe na terenie Malta Ski, wycieczka na Targi Poznańskie – Poleko, udział w happeningu „Przed prawami przyrody nigdzie się nie ukryjesz”) – 12 wycieczek

O atrakcyjności szkoły świadczyć mogą wszystkie powyższe działania. Ważne jest, aby każdy uczeń znalazł coś dla siebie, w czym może realizować swoje zainteresowania i pasje. Pracując w szkole specjalnej wiem, jak ważne jest wzmocnienie ucznia, aby mógł budować poczucie własnej wartości. Formy zajęć edukacyjnych i pozalekcyjnych wpływają na wszechstronny i optymalny rozwój ucznia. Sądząc po zaangażowaniu nauczycieli w pracę dydaktyczną i wychowawczą można wnioskować, że pracuje się lepiej w placówce , o której dobrze się mówi.



## Zakończenie

„Szkoła dba o kształtowanie pozytywnego wizerunku w środowisku oraz upowszechnia swoje osiągnięcia. Rozpoznaje oczekiwania edukacyjne środowiska i stosownie do nich kształtuje swoją ofertę edukacyjną. Ponadto szkoła potrafi pozyskać sojuszników wspierających jej działalność. Nauczyciele, uczniowie i rodzice podejmują działania służąceżytkowi lokalnej społeczności”.

rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 23 kwietnia 2004 r. w sprawie szczegółowych zasad sprawowania nadzoru pedagogicznego, wykazu stanowisk wymagających kwalifikacji pedagogicznych, kwalifikacji niezbędnych do sprawowania nadzoru pedagogicznego, a także kwalifikacji osób, którym można zlecać prowadzenie badań i opracowywanie ekspertyz (Dz. U. Nr 89, poz. 845)

W myśl rozporządzenia, stało się rzeczą oczywistą, że szkoła musi kształtować swój wizerunek. Obserwować można wzmożone działania kontaktów ze środowiskiem lokalnym, jako szansy na utrzymanie i pozyskanie większej liczby uczniów. Należy również pamiętać, że pozytywny wizerunek szkoły zdobywa się latami, a można go stracić bardzo szybko, jeżeli działania nie są planowane i wzmacniane sukcesami.

Moja praca udowodniła, że świadome i planowe działania z zakresu promocji placówki oświatowej są bardzo potrzebne. Poprzez integrację ze społecznością lokalną Zespół Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu stał się rozpoznawalny. Świadczy o tym zwiększająca się co roku liczba chętnych kandydatów do nauki i spędzania czasu wolnego w szkole. Wysoki prestiż placówki podnoszą również wszystkie zajęcia i wyjazdy oferowane dla uczniów. Wszyscy nauczyciele dążą do podnoszenia swoich kwalifikacji, aby stworzyć warunki optymalnego rozwoju dla każdego ucznia.

Dyrektor powinien szczegółowo zatem opracować plan promocji placówki oświatowej i realizować go z wszystkimi nauczycielami. Nauczyciele lubią być promotorami sukcesów w placówce.

Opracowała:  
mgr Sylwia Schulz



## Bibliografia

GAWRECKI Lechosław : *Kompetencje menedżera oświaty : poradnik dla dyrektorów szkół i innych placówek edukacyjnych oraz pracowników prowadzących i nadzorujących*. - Poznań : "eMPi2" 2003. - S. 185-202 : *Public relations czyli jak promować placówkę oświatową*.

MAZUR Kazimierz Piotr : *Marketing usług edukacyjnych*. - Warszawa : Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej, 2001

POLAK Krzysztof : *Nauczyciel, twórczość, promocja : wybrane uwarunkowania modernizacji oświaty*. - Kraków : Wydaw. Uniw. Jagiellońskiego, 1997

SCHULZ Roman : *Szkoła - instytucja - system - rozwój*. - Toruń : Wyd "Edytor", 1992. - S. 67-78 : *Poznawcze i praktyczne znaczenie systemowego obrazu szkoły*.

WOJCIK Krystyna : *Public Relations : wiarygodny dialog z otoczeniem*. - Wyd. 3 zm. i popr. - Warszawa : Wydaw. Placet, 2005

*VADEMECUM menedżera oświaty : praca zbiorowa* / red. Czesław Plewka, Henryk Bednarczyk. - Radom : Wydaw. i Zakł. Poligraf. Inst. Techn. Eksploat., 2000

### ARTYKUŁY Z CZASOPISM

*10 (Dziesięć) zasad promocji* // Głos Nauczycielski. - 1996, nr 13, dod. s. 1-3

ANTCZAK Barbara : *Marketing placówki oświatowej - teoria i praktyka* // Nowa Edukacja Zawodowa. - 2002, nr 1, s. 13-14

ATAMAŃCZUK Kazimiera : *Wizerunek współczesnego dyrektora : obserwowane i pożądane postawy* // Dyrektor Szkoły. - 1998, nr 7/8, s. 27-28

BORKOWSKA Anna : *Wizerunek dyrektora polskiej szkoły* // Dyrektor Szkoły. - 1998, nr 3, s. 10-24

DACKO Zdzisław : *Public relations w zarządzaniu oświatą* // Dyrektor Szkoły. - 2001, nr 9, s. 3-9

DOWGIERT Maria : *Współzawodnictwo i współpraca w szkole a rynek oświatowy* // Dyrektor Szkoły. - 2002, nr 10, s. 11-15 Marketing w szkole, kreowany wizerunek szkoły.

ELSNER Danuta : *Kreowanie wizerunku szkoły - czas zacząć* // Nowa Szkoła. - 1998, nr 9, s. 12-16

GNIAZDOWSKA Sylwia : *Zastosowanie instrumentów marketingu w promocji szkoły* // Przegląd Edukacyjny. - 2003, [nr] 5, s. 7-9

IWANICKA Irena : *Szkoła jako firma* // Nowa Szkoła. - 1998, nr 1, s. 10-12

KACZOR Teresa : *Wizerunek dyrektora : jak zjednać otoczenie i stworzyć dobrą opinię* // Dyrektor Szkoły. - 2000, nr 11, s. 29-30

SOBOTKA M. : *Wizja "Szkoły przyszłości" prezentowana przez uczniów I Liceum Ogólnokształcącego im. Stanisława Wyspiańskiego w Mławie* // Dyrektor Szkoły. - 2000, nr 7/8, s. 58-59

TALIK-ORŁOWSKA Anita : *Jak budować opinię szkoły?* // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 2, s. 19-21

TALIK-ORŁOWSKA Anita : *Szkolne public relations* // Dyrektor Szkoły. - 2004, nr 7/8, s. 56-58 Cele, narzędzia, kadra public relations.

TALIK-ORŁOWSKA Anita : *Wizerunek szkoły* // Dyrektor Szkoły. - 2003, nr 7/8, s. 8-10

TYRNA-ŁOJ Iwona : *Marketing - nowe spojrzenie na oświatę : teoria i praktyczne rozwiązania* // Dyrektor Szkoły. - 2000, nr 9, s. 19-23

## Spis załączników

Załącznik nr 1 – papier firmowy Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Poznaniu

Załącznik nr 2 – Prezentacja multimedialna szkoły

Załącznik nr 3 – folder szkoły

Załącznik nr 4 – broszury o szkole

Załącznik nr 5 – kalendarz i kartki