

NR. 168, 09.10.2025

## Planul de marketing educațional al Școlii Gimnaziale Hodac

### An școlar 2025-2026

O instituție de învățământ este considerată o organizație bine încheată, cu o misiune bine definită, aceea de furnizor de servicii educaționale. Prin infrastructura materială și umană instituțiile de învățământ au ca rol atragerea consumatorilor de educație (educabililor) și îndrumarea acestora în realizarea finalității studiilor.

Astfel, se urmărește cultivarea unui comportament adecvat în societate prin care consumatorul de educație să devină un membru activ în comunitate, dornic și capabil de integrare pe piața muncii.

Fiecare școală are mediul său, care se află uneori în plină evoluție. Școala are nevoie de informații despre cum este percepută de elevi, de personalul școlii, de părinți, de absolvenți pentru a ști ce profil are de realizat pe viitor.

Mediul unei școli poate fi evaluat după următoarele criterii (*adaptat după Scala de evaluare a colegiilor și universităților din SUA*):

1. Practic: gradul în care pregătirea practică și statutul personal sunt realizate în școală.
2. Comunitar: gradul în care campusul este primitiv, coeziv și încurajează activitățile de grup.
3. Formativ: gradul în care elevii sunt capabili să se autoevalueze, să reflecteze și să-și influențeze devenirea personală.
4. Socializare: gradul în care sunt însușite politețea, protocolul, considerarea celor din jur.
5. Studiul: gradul în care interesul pentru studiu și achiziții academice sunt evidente.

Marketingul în școlile românești pare să fie o noutate. Atragerea elevilor a constituit, pentru marketingul practicat în școlile din țările dezvoltate, obiectivul central pentru mult timp. Marketingul este util, mai ales pentru atragerea resurselor financiare, îmbunătățirea imaginii și relațiilor cu publicul interesat și comunitatea. Marketingul este o planificare strategică. Unele școli sunt preocupate să facă față nu numai competiției, ci și schimbărilor din economie, demografie, valori și alte zone care nu sunt sub directă influență a școlii. Aceste școli încep să înțeleagă conexiunile între modificările externe și imaginea școlii, poziționarea sa, programele sale, abilitatea de a atrage și a servi clienții. Aceste școli își extind efortul pentru a identifica tendințele și cum ar putea școala să facă față acestora. Școala își revede programele, procedurile și celelalte activități pentru a-și orienta eforturile spre aceste tendințe.

Marketing înseamnă cooptarea managementului. Este, *procesul de management responsabil pentru identificarea, anticiparea și satisfacerea cerințelor consumatorului într-un mod profitabil*. În topul școlii este directorul. În termeni de marketing, în promovare sau relații cu publicul, el este cea mai importantă persoană. Directorul este personificarea școlii, de fapt, și a direcției pe care dorește să meargă. El are rolul de a descrie misiunea școlii ca expresie a intenției și locului în comunitate și pe scena educației, în general.

Directorul își comunică viziunea sa personalului școlii. Comunicarea internă este unul din cele mai importante moduri de promovare a școlii. Este startul într-o strategie de promovare. Viziunea

directorului trebuie să corespundă nevoilor și dorințelor clienților, iar școala va fi pregătită pentru nevoile prezente și actuale ale pieței.

Educația de succes este cel mai bun marketing. În ceea ce privește marketingul întregii școli, acest proces mai întâi identifică și apoi satisfac nevoile consumatorilor care, în sens larg, include nu numai elevul, dar și părinții și comunitatea locală.

Instituțiile educaționale au nevoie de resurse pentru a putea să ofere servicii altora. Școlile, liceele, ca și universitățile depind de banii de la bugetul statului, de taxele de școlarizare, de donații și granturi ca suport financiar, de elevi și de alți clienți, ca beneficiari ai serviciilor educaționale. Fără abilitatea de a atrage elevi, profesori, specialiști, facilități, echipamente, școlile vor înceta să mai existe. Obținerea resurselor se face prin schimb. Instituțiile educaționale oferă cursuri, programe educaționale, pregătire pentru cariera și alte servicii pe piața educației. În schimb, ele primesc resursele necesare: taxe școlare, donații, timp, energie, bani de la bugetul statului. Conceptul de schimb este central în **marketing**.

Marketingul aduce, în principal, patru mari beneficii:

- Un succes mai mare în îndeplinirea misiunii instituției. Marketingul oferă instrumentele pentru a compara ceea ce instituția face actualmente cu misiunea și obiectivele stabilite. Analize atente, detaliate sunt baza pentru programe care să se adreseze problemelor reale. Marketingul contribuie la identificarea problemelor și la planificarea răspunsurilor care să ajute instituția în îndeplinirea misiunii sale.
- Crește satisfacția publicului și a pieței servite.
- Îmbunătățește atragerea resurselor de pe piață.
- Marketingul accentuează creșterea eficienței, rolul managementului și coordonării dezvoltării programelor. Instituțiile trebuie să atingă un nivel ridicat de eficacitate în relațiile lor cu piața.

A fi **orientat spre marketing** înseamnă ca *principala sarcină a instituției este să determine nevoile și dorințele pieței țintă și să le satisfacă prin structura, comunicarea, prețurile și livrarea de programe și servicii viabile, competitive și adecvate*. O instituție cu orientare de marketing se concentrează pe cunoașterea și satisfacerea nevoilor beneficiarilor săi. Orientarea către marketingul social înseamnă că sarcina instituției este să determine nevoile, dorințele și interesele consumatorilor de educație și să se adapteze pentru a oferi programe care să mențină sau să îmbunătățească bunăstarea și satisfacerea intereselor pe termen lung ale consumatorilor de educație și ale societății. Instituțiile care înțeleg și aplică principiile marketingului își ating adesea mai eficient obiectivele. Ele trebuie să atragă resurse, să-și motiveze angajații și să atragă consumatorii de educație.

Promovarea unei școli se poate face prin relații publice, tipărituri de promovare (broșura, cărticica, prospecte etc.) și reclama. Relațiile publice sunt o modalitate prin care școala comunică cu mediul nu doar spre a oferi informații asupra serviciilor și produselor sale ci pentru a se face cunoscută și a-și consolida poziția în cadrul comunității locale. Cu ajutorul relațiilor publice școala își informează publicul țintă intern sau extern asupra obiectivelor, misiunii, activităților și intereselor sale.

Relațiile publice înseamnă, în esență, comunicare. Aceasta comunicare îmbracă diverse forme, mai mult sau mai puțin formale, în funcție de obiectivele urmărite de către instituția educațională și de publicul căruia i se adresează. În general, obiectivele în comunicare pe care și le urmărește o școală sunt:

- menținerea sau îmbunătățirea imaginii
- atragerea sprijinului și loialității foștilor elevi
- atragerea donatorilor
- popularizarea ofertei școlii
- atragerea de noi elevi
- corectarea sau completarea informațiilor despre școală
- atragerea de fonduri din surse locale
- recrutarea de profesori
- relaționarea cu părinții.



## PROFESORUL MARKETER



## Scopul

**Scopul Școlii Gimnaziale Hodac** este de a crea un mediu educațional stimulativ, caracterizat prin profesionalism, echitate, integrare, eficiență, deschidere către nou și progres, un mediu în care fiecare să se simtă valorizat, astfel încât să contribuie atât la dezvoltarea sa personală, la dezvoltarea celorlalți, cât și a organizației în ansamblu.

În viziunea noastră, **Școala Gimnazială Hodac** va deveni o școală europeană apreciată de elevi, părinți și comunitatea locală pentru capacitatea de a funcționa eficient pentru toate categoriile de copii, capabilă să asigure un climat stimulativ, de cooperare și siguranță, să promoveze permanent un dialog deschis cu toți partenerii sociali și educaționali.

Întregul proces de instrucție și educație al școlii noastre va fi centrat pe un set de valori care să definească profilul moral și acțional al absolvenților nostri.

## Obiective:

- Crearea și promovarea unei imagini instituționale pozitive în comunitate;
- Elaborarea unor proiecte locale care să vizeze multiplicarea experienței pozitive și a exemplurilor de bună practică în managementul instituțional;
- Personalizarea ofertei educaționale la nivel instituțional prin diversificarea și flexibilizarea acestora în funcție de nevoile și interesele partenerilor și beneficiarilor procesului educațional;
- Promovarea unor proiecte focalizate pe reducerea abandonului școlar, susținerea elevilor cu dezavantaj social și conduite de risc;
- Armonizarea ofertei de servicii educaționale și formare permanentă cu nevoile specifice identificate în unitatea școlară și comunitatea locală;
- Promovarea imaginii instituției și factorilor ce își asumă responsabilitățile în procesele de descentralizare și asigurare a calității în educație.

## Valori promovate în Școala Gimnazială Hodac

**Profesionalismul** - a fi cel mai bun în domeniul său de activitate.

**Integritatea** – a avea puterea interioară de a spune adevărul.

**Cooperarea**– a arăta grijă și compasiune, prietenie și generozitate față de ceilalți, a te implica în proiecte de echipă, conștientizându-ți locul și rolul în cadrul acestora..

**Respectul** – a arăta considerație față de oameni, față de autorități, față de proprietate și, nu în ultimul rând, față de propria persoană.

**Responsabilitatea** – a duce la îndeplinire cu consecvență obligațiile care revin fiecăruia, asumarea răspunderii pentru propriile acțiuni.

**Autodisciplină** – a avea control asupra propriilor acțiuni, cuvinte, dorințe impulsuri și a avea un comportament adecvat oricărei situații; a da tot ce ai mai bun în orice împrejurare.

**Inovație** – a fi pro-activ, a identifica situațiile problematice și a concepe strategii personalizate de abordare și soluționare a acestora.

**Implicare** – a asigura realizarea proiectelor prin cointeresarea tuturor membrilor organizației școlare.

**Exelență** – a obține cel mai înalt nivel de eficiență prin profesionalism, responsabilitate și conduită profesională bazată pe standarde morale autentice.

### **Servicii educaționale care pot fi oferite în instituția școlară:**

- ✓ cursuri;
- ✓ schimb de experiență;
- ✓ spectacole;
- ✓ activități culturale;
- ✓ activități extrașcolare și în afara clasei etc.

În toate aceste cazuri există o relație de complementaritate între aceste servicii și de stimulare reciprocă. Toate însă oferă informații, cunoștințe, valori, simboluri, modele și idealuri menite să satisfacă o diversitate de nevoi umane ca: nevoia de cunoaștere și informare, de acțiune și participare, de relevare a propriei identități, de afirmare și prestigiu în societate, nevoia de justiție, nevoia de imaginar, de evaluare din mediul cotidian etc.

### **Modalități de promovare**

- popularizarea activităților extrașcolare reprezentative desfășurate de elevii și profesorii școlii;
- organizarea Zilei Porților Deschise;
- popularizarea în presa locală și județeană a ofertei educaționale a școlii, cât și pe siteul școlii;
- participarea la activități de voluntariat în cadrul comunității și popularizarea acestora în media locală/județeană
- derularea unor proiecte educaționale: Erasmus+;
- pliante, afise, bannere, roll-up-uri etc
- susținerea unor spectacole de teatru, dans și muzică în cadrul activităților festive desfășurate.

| <b>Nr.crt.</b> | <b>Acțiuni/ Măsur</b>                                                                                    | <b>Termen</b>                                      | <b>Responsabili</b>             |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------|
| 1.             | Postări pe pagina de Facebook a școlii                                                                   | permanent                                          | directori<br>consilier educativ |
| 2.             | Participarea la activități diverse inclusiv la programul artistic în cadrul Programului "Școala altfel " | Săptămâna –<br>"Școala altfel "<br>Săptămâna verde | directori<br>cadre didactice    |
| 3.             | Participarea la activitățile desfășurate în cadrul proiectului                                           | permanent                                          | Director, cadre didactice       |

|     |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                |                                                                                                                                     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | PNRAS                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                |                                                                                                                                     |
| 4.  | „Ziua Porților Deschise ”                                                                                                                                                                                             | Mai                                                                                                                            | directori<br>consilier educativ<br>consilier imagine<br>diriginți<br>educatori                                                      |
| 5.  | Mediatizarea activităților desfășurate în școală în mass-media                                                                                                                                                        | permanent                                                                                                                      | directori,<br>media                                                                                                                 |
| 6.  | Activități de marketing educațional prin promovarea ofertei educaționale a școlii inclusiv prin distribuirea de pliante                                                                                               | permanent                                                                                                                      | directori,<br>consilier educativ                                                                                                    |
| 7.  | Participarea la concursuri școlare și alte activități extracurriculare și monitorizarea acestora                                                                                                                      | Conform<br>calendarului<br>anual al<br>concursurilor<br>școlare și al<br>activităților<br>extracurriculare                     | directori<br>diriginți<br>educatori<br>consilier educativ                                                                           |
| 8.  | Participarea elevilor la proiecte în beneficiul comunității ( proiecte privind protecția mediului inclusiv prin colectarea de baterii și pet-uri )                                                                    | Conform<br>calendarului<br>activităților<br>(activitatea de<br>ecologizare din<br>cadrul proiectului<br>Lets do it<br>România) | directori<br>coordonatorii diferitelor proiecte<br>responsabil programe –proiecte<br>consilier educativ<br>cadre didactice și elevi |
| 9.  | Realizarea unor planuri operaționale vizând relația școală-părinți ca factor determinant în realizarea obiectivelor comune : ședințe cu părinții, întâlniri periodice pentru discutarea situației ”elevilor problemă” | permanent                                                                                                                      | Directori,<br>consilier educativ,<br>diriginți                                                                                      |
| 10. | Elaborarea planului managerial în scopul satisfacerii nevoilor proprii și ale comunității                                                                                                                             | octombrie                                                                                                                      | Directori,<br>Consiliul de Administrație                                                                                            |
| 11. | Inițierea acțiunilor în vederea accesării finanțărilor din fonduri europene                                                                                                                                           | conform Planului Operațional propriu                                                                                           | directori<br>Consiliul de Administrație<br>responsabil Programe - Proiecte                                                          |

Director:

Iacob Elena

*Iacob*

