**Bajai SZC Kossuth Zsuzsanna Technikum**

OM azonosító: 203028

www.kossuth-kalocsa.hu

6300 Kalocsa, Tomori P. u. 10.

+36 78 461 185

info@kossuth-kalocsa.hu

# BAJAI SZC

# KOSSUTH ZSUZSANNA TECHNIKUM

# PÁLYAORIENTÁCIÓS TERV

## 2021/2022. tanév

# BEISKOLÁZÁSI, PÁLYAORIENTÁCIÓS TERV

**Beiskolázás, ágazat - szakma kínálat kilencedik évfolyamra**

## Pályaorientáció

A szakképző iskolánk által meghatározott értékek befolyásolhatják, hogy a tanuló mennyire elégedett saját életével, ez pedig kijelöli individuális céljait.

A pályaorientáció célja, hogy a tanulók saját életpályájuk megalapozásához ismereteket kapjanak mind önmagukról, mind munkaerő-piaci környezetükről, és kellően megalapozzák a pályaválasztási döntésüket.

**Célunk:** A tanulók határozzák meg saját helyzetüket és céljaikat, alakuljon ki bennük a szakmai szocializáció, a szakmatanulás igénye, fogadják el a távlatos életpálya-építés szükségességét.

**A pályaorientáció általános célja,** hogy segítse a tanulók pályaválasztását. Összetevői: az egyéni adottságok, képességek megismerésén alapuló önismeret fejlesztése; a legfontosabb pályák, foglalkozási ágak tartalmának, követelményeinek és a hozzájuk vezető utaknak, lehetőségeknek, alternatíváknak tevékenységek és tapasztalatok útján történő megismerése; a lehetőségek és a valóság, a vágyak és a realitások összehangolása. Tudatosítani kell a tanulókban, hogy életpályájuk során többször pályamódosításra kényszerülhetnek.

Az intézményünknek – a tanulók életkorának és a lehetőségekhez képest – átfogó képet kell nyújtania a munka világáról. Ennek érdekében olyan feltételek, tevékenységek biztosítására van szükség, amelyek elősegíthetik, hogy a tanulók kipróbálhassák képességeiket, elmélyedhessenek az érdeklődéseiknek megfelelő területeken, ezzel is fejlesztve önismeretüket és pályaismereteiket. A pályaorientáció csak hosszabb folyamat során lehet eredményes és csak akkor, ha a különböző tantárgyak, órán és iskolán kívüli területek, tevékenységek összehangolásán alapul.

**Példakép-jövőkép / Pályaorientáció, életpálya építés** összeállított dimenziói:

1.Középfokú beiskolázás: leendő kilencedik évfolyam

- az általános iskolai tanulók pályaválasztási szándékának feltérképezése
- a tanulók pályaválasztási tanácstalanságának általunk kínált megoldása
- az iskola képzési kínálatának megismertetése, népszerűsítése
- tanulmányi területek, ágazati oktatás, szakma kínálat; felvételi eljárási rend közzététele (honlap, facebook, szóróanyagok)
- szakmai rendezvényeken keresztül láthatatlan orientálás (Kossuth szimbólumok)

**Beiskolázási marketing anyagaink:**

**Szórólapjaink:** A5 formátumban, élénk zöld, kék, rózsaszín lapra nyomtatott tájékoztató anyag négyoldalas, tartalmában a lényeges, közérthető, a továbbtanuláshoz szükséges információkat írja le. A technikumi és szakképző iskolai képzéseken kívül, iskolánk választása mellett szóló érvek, előnyök, a továbbtanulási kínálatunk is olvasható a szórólapon.

A technikumi képzéseinkről ágazatonként, illetve a szakképző iskolai képzéseinkről készítettünk nagyméretű (A2) plakátokat.

A beiskolázási tájékoztató anyagon kívül a pályaorientációs programjainkra könyvjelzőt is készítünk, mely korosztálytól függően más tartalommal bír. Az alsó tagozatosok a könyvjelző egyik oldalát színezőként is használhatják, ami nagy sikert arat a gyerekek körében, a felső tagozatosok pedig hasznos információkat találnak rajta.

Az intézmény Nyílt Napjára, illetve a pályaorientációs rendezvényeinkre színes, látványos, figyelemfelhívó PowerPoint előadásokkal készülünk, előadásanyagot állítottunk össze, a képzéskínálat, az iskolai élet bemutatása témákban.

Tanévenként az iskolát népszerűsítő reklámspotot szerkesztünk - a helyi Korona Rádióban hangzik el.

A Bács-Kiskun Megyei Kormányhivatal Foglalkoztatási Főosztálya által szervezett „Jövőd a tét!” Pályaválasztási Kiállításon veszünk részt minden évben.

**Intézményen belül, a kilencedik évfolyamon:**

- a beérkező kilencedik évfolyamos tanulók pályaképének feltérképezése
- kérdőívek kitöltése
- a tanulási szokások feltérképezése;
- a tanulás során szükséges motiváció erősítése;
- új tanulási módszerek megismertetése;
- pályaválasztás és továbbtanulás kérdéskörében segítségnyújtás egyéni és csoportos formákban; tanácsadás szülőknek;
- osztályfőnökök és az oktatói testület együttműködése

**Intézményen kívül:**

- részvétel a pályaorientációs rendezvényeken;
- az iskola által oktatott ágazatok, szakmák bemutatása és népszerűsítése az általános iskolákban; pályaorientációs napok kitelepüléssel

## 4. Végzős középiskolásaink pályaorientációja

A végzős tanulóink pályaorientációjának három kiemelt területe: önismeret, pályaismeret, munkaerő - piaci ismeretek.

- Önismeret: Az a kép, amelyet tanulóink önmagunkról alkotunk. Ennek része az is, hogy mire tartják képesnek magunkat, mi érdekel igazán és mit tartunk értéknek, azaz mi fontos számunkra.
- Pályaismeret: A munka világában való jártasság fontos része a pályaismeret, amely a foglalkozások, szakmák közötti eligazodást segíti. Fontos, hogy információkkal rendelkezzenek a számukra vonzó szakmákról, foglalkozásokról. Többek között, hogy milyen tevékenységeket, feladatokat látnak el az adott foglalkozást végzők, milyen eszközökkel vagy milyen körülmények között dolgoznak.
- Munkaerő-piaci ismeretek
- Pályaválasztást segítő internetes felületek, oldalak (önismeret és pályaismeret fejlesztése): Nemzeti Pályaorientációs Portál, FELVI pályaorientációs és életpálya-tervezési szolgáltatás
- Pályaválasztást támogató rendezvények
    - Nyílt napok: A felsőoktatási intézmények minden évben nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy oktatási, képzési programjaikat minél szélesebb körben nyílt napok vagy szakmai kiállítások keretében megismertessék. Az egyes intézmények által meghirdetett nyílt napokról az intézményi honlapokon vagy a FELVI keresőjében tájékozódhatnak.
    - Educatio Nemzetközi Oktatási Szakkiállítás*:* Minden év januárjában kerül megrendezésre az Educatio Nemzetközi Oktatási Szakkiállítás, amelyen nem csak a hazai felsőoktatási intézmények mutatkoznak be, hanem nemzetközi intézmények képzéskínálatáról, külföldi tanulási és ösztöndíj lehetőségekről is tájékozódhatnak a továbbtanulók.
    - Szakképzési centrumok elsősorban a hozzájuk tartozó intézmények szakképzési, felnőttoktatási és felnőttképzési kínálatáról rendelkeznek naprakész információkkal, honlapjaikról tájékozódhatunk a intézmények által szervezett nyílt napokról, bemutató órákról és más egyéb pályaválasztási rendezvényekről.
- Továbbtanulás jelentkezés felsőoktatásba - FELVI honlap kezelése
- Továbbtanulás az EU-ban: Erasmus+ a szakképzésben

  - a szakképzés minőségének javítása
  - az oktatásban, képzésben dolgozók szakmai fejlődésének támogatása
  - a tanulók elhelyezkedési esélyeinek növelése és a sikeres élethez szükséges készségeik fejlesztése
  - az európai együttműködés megerősítése a szakképzésben
- Munkavállalás az EU-ban
- Pályaorientációs nap (felsőoktatási intézmények, helyi és regionális munkahelyek képviselete, szakmai előadások)
- Az egyes ágazatokhoz kapcsolódó életpályák, szakmák, munkakörök, szakképesítések
- Volt diákok karrierépítése
  - egészségügy ágazat: mentős, gyógytornász, gyógymasszőr, védőnő, dietetikus, gyermekorvos, sebész, műtős, ápoló
  - turisztika ágazat: szállodai recepciós, szállodavezető, utazási iroda képviselője – utazás szervező, idegenvezető
  - vendéglátóipar ágazat: sztár-séf, hajópincér, hajószakács, mixer, dietetikus, barista, étterem tulajdonos

**Pályaorientációt erősítő tevékenységek:**

- **Választott szakma, ágazat bemutatása:** A 9. évfolyamos tanulók megismerkednek az iskolai tankabinetekkel, demonstrációs teremmel, a teremhasználati renddel. A pályaorientáció elősegítése érdekében az oktatók ismertetik, bemutatják az egyes szakmákhoz tartozó tevékenységeket. A szakma egy bizonyos tevékenységi kör betöltéséhez szükséges ismeretek, készségek, képességek, tapasztalatok (álláshirdetések, álláspályázatok, önéletrajzok, újsághirdetések, internetes hirdetések, állásportálok, közösségi oldalak, a munkaerő-közvetítő irodák ajánlatai - személyzeti tanácsadó cégek, fejvadász cégek - állásbörzék, munkaügyi központok, szórólapok, falragaszok, hirdetőtáblák) kerültek a középpontba. A munka jellegének, a munka világának bemutatása.
- **Pályaorientáció a végzős osztályokban**: külső előadók mutatják be a szakmájuk szépségét, hivatásuk nehézségeit.
- Beiskolázás elősegítése érdekében: **pályaorientációs foglalkozásokat, pályaválasztási kiállítás részvétel: iskolai marketing, reklámkiadványok összeállítása, beiskolázási tájékoztató, iskolai képzési kínálat népszerűsítése;**

**életviteli projektnap– szakképzés, felnőttoktatás népszerűsítése, Kossuth képzés bemutatása; nyílt nap, szakmai börze, pályaválasztási szülői értekezletek.**

- **Pályaorientációs foglalkozások:** A következő programelemek révén ismerkedhettek a diákok a turisztika - vendéglátás, egészségügy ágazat sajátosságaival, az iskola képzéseivel
- **Szakmai nap:** a szakmai rendezvény célja a Kalocsa és környékének duális partnereinek, vendéglátó egységeinek bemutatkozása, az összefüggő szakmai nyári gyakorlat előkészítése.
- **Szakmai kirándulások**: szakmai orientáció, tapasztalatszerzés céljából.
- **Pályaorientációs tanácsadás, tutorálási műhelymunka** - A felnőttoktatásban történő továbbtanulás motiválásának lehetőségei. Életpálya - tervezés, jövőkép.
- **Pályaorientációs műhelymunka –** Az intézményi pályaorientációért, életpálya építésért felelős munkacsoport tagjainak centrum szintű megbeszélésén áttekintik a pályaválasztást segítő munkaformákat, a tapasztalatok szerint bevált módszereket, egységes irányelveket. A pályaorientációs műhelyprogram célja a pályaorientációs feladatok segítése, tapasztalatok, jó gyakorlatok megosztása, közös tanulás, az együttműködések megerősítése volt.
- **Minibörze** a Szakmák Éjszakája előtt általános iskolásokkal**,** Szakmák Éjszakája napján – elő rendezvény a Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara közreműködésével.
- **Életvitel projektnap** keretében a Kalocsai Szent István Gimnázium vendégeként iskolánk érettségi után választható képzéseiről tájékoztatjuk az érettségi előtt álló, végzős gimnáziumi tanulókat. A beiskolázási tájékoztató anyag mintájára az intézményünkben, felnőttoktatás formájában indítandó képzésekről készítünk szóróanyagot, külön megszólítva a célcsoportokat. Az indítandó képzések függvényében külön összeállításra került egy szóróanyag a keresztfélévre vonatkozólag.
- **Szakmavilág roadshow**. Próbáld ki magad a virtuális valóságban! Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara tavaszi turnéja, a Szakmavilág roadshow hatalmas kamionja, mely minden egyes állomásán izgalmas, kifejezetten a tizenévesek érdeklődési körére szabott aktivitásokkal támogatja a diákokat abban, hogy minél több szakmát ismerjenek meg. A roadshow célja, hogy megismertessük a fiatalokkal a széleskörű továbbtanulási lehetőségeket, és azokat a szakmákat, amelyek érdeklődési körükhöz közel állhatnak és tehetségesnek bizonyulhatnak benne.

- **Életpálya- építés –** Szakmai kiránduláson vesznek részt a végzős vendéglátóipar ágazatos, valamint a pincér, szakács tanulóink.
    - Látogatás: Mátyás Pálinkaház (Kiskőrös), Font Pincészet (Soltvadkert), Four Points by Sheraton Hotel (Kecskemét), Fürtös Vendéglő (Kecel), Izsáki HázitésztaKft.-nél, Corso Hotel (Pécs), Kalocsai Szent Kereszt Kórház, Kalocsai Utazási Iroda
    - Szakmai rendezvények: OMÉK (Budapest), Utazás Kiállítás (Budapest), Szakma Sztár Fesztivál, EUROSKILLS (Budapest),

**Pályaorientáció várható eredményei**
A pályaorientáció során a tanuló:

- megismeri saját erősségeit és gyengeségeit,
- reális önértékelés,
- fogalmazzon meg önmaga számara közeli és távoli célokat,
- ismerjen meg a lehetőségek szerint minél több pályát, szakmát, foglalkozást,
- segítséggel tudjon tájékozódni a továbbtanulási lehetőségekről,
- legyen képes egyéni pályaterv kialakítására.

Napjainkra teljesen nyilvánvaló, hogy az iskolapadból kikerülve, tanulóink számára egy szakma megszerzésével a szakmai képzés nem fejeződik be. Különböző módszerekkel, irányultsággal, folytatódik az ismeretszerzés, a készség- és kompetenciafejlesztés.
A piacgazdasági innováció, a gyors technológiai változás következtében a szakmák sokkal gyorsabban elavulnak, mint a korábbi évtizedekben. Ez azt jelenti, hogy felértékelődnek az alternatív tanulói jövőképek, a korrektül definiált személyes fejlődési programok. Ez – a korábbi évtizedek gyakorlatához képest – már az általános iskolások/iskolák számára is új megközelítéseket igényelnek.

# MARKETING STRATÉGIA

**♣AZ INTÉZMÉNYI MARKETINGÜNK LÉNYEGE:**

Az intézményünkkel szembeni igények és elvárások alaposan megváltoztak az elmúlt időszakban.
Az oktatási piacon a versenyképesség megőrzése érdekében kiemelt feladat a tudatosan tervezett stratégiai gondolkodás az iskola egészét áthassa, sokoldalú kapcsolatok ápolása, menedzselése, a marketingkommunikáció alkalmazása.
Verseny folyik:

- a jó munkaerőért,
- a pályázati forrásokért,
- a támogatókért és szponzorokért,
- a jobb tanulmányi eredményeket és sikereket felmutató diákokért.

Az intézményi siker kulcsa a felhasználók igényeinek kielégítése. Ha az intézmény ezt nem képes teljesíteni, az igénybe vevők csökkenő száma, a negatív szájreklám veszélyes helyzetet teremthet.

Az iskola állandó napi társadalmi (megrendelői) kontroll alatt van a családba hazamenő diákokon keresztül. Éppen ezért „a tanulók kulcsfontosságú „nagykövetek" mivel ők viszik a legtöbb közvetett és közvetlen üzenetet a külső közönséghez. Így nagyon fontos, hogy ismerjék az iskola céljait és eredményeit, amelyekről tájékoztatják környezetüket. Visznek olyan üzeneteket is, amelyek az őket ért hatásokról, benyomásokról szólnak. Ezek az üzenetek döntőek az intézményről formált vélemény kialakulásában.

**♣ MARKETINGESZKÖZÖK**

- Kínálattervezés
- Hatékonyságelemzés és optimalizálás - az elégedettségi kérdőívek, jelenléti ívek alapján
- PR - a marketingkommunikációs folyamat tervezése, a célközönség azonosítása, a várható reakcióik, az üzenet kialakítása, a kommunikációs csatorna (média) megválasztása, a visszacsatolás
- Reklám

Az intézmény képzéskínálatának, a minőségi szakképzés létjogosultságának népszerűsítése, a tanulói létszám növelése.

Marketing kommunikációs eszközök használata (nyomtatott reklámeszközök, rádióreklámok a helyi rádióban, tv-riportok, újságcikkek az iskolai rendezvényekről, eseményekről a helyi televízióban, sajtóban, e-mailek a körzetben található általános iskoláknak), a szakképzés nyújtotta lehetőségekről, változásokról azonnali tájékoztatás szakmai és közismereti tanároknak, új, belépő kollégáknak (belső marketing tevékenység), szülőknek szülői értekezlet formájában

A célcsoport (potenciális jelentkezők) nehezen motiválhatók, a szülők érdektelensége egyre jellemzőbb.

**Az írott anyagok.**

Ezek lehetnek plakátok, szórólapok, jelentések, hírlevelek stb. Ezek elkészítésekor egyaránt figyelni kell a funkcióra, az esztétikumra és a költségre.

**Audiovizuális anyagok.**

Ilyen például egy film vagy prezentáció az iskoláról. Ezt eljuttathatjuk CD-n, vagy interneten keresztül. (Pl. iskolai honlapon.)

**Intézményazonosító médiumok, arculat**.

Ilyenek az iskola logója, emblémája, amely megjelenik a kiküldött levelekben, formanyomtatványokon, névjegykártyákon, az épületen, az egyenruhákon stb. Ezzel beazonosítható az intézmény, és megkülönbözteti másoktól. Jó grafikus tervező kell hozzá, aki meg tudja ragadni a logóban az intézmény lényegét.

**A hírek**.

Az intézményről jó, ha nagyon sok kedvező hír jelenik meg a médiumokban. Ez „ingyen reklám" az intézmény számára. Szükség van hozzá egy jó szakemberre, aki megírja a híreket, és egy olyanra, aki eljuttatja ezeket a sajtóhoz.

**Az események.**

Az intézmény szervezzen minél több eseményt, ami felkelti a nagyközönség érdeklődését. Ilyenek lehetnek például konferenciák szervezése, előadók és közéleti szereplők meghívása stb. Iskolai évfordulók, ünnepek városi szinten történő méltó megünneplése – intézményi promóció

**A beszédek.**

Az intézménynek találnia kell egy jó szóvivőt, aki megszólal a rádió- és TV-adásokban, nagyobb összejöveteleken. Az igazgatónak keresni kell az alkalmakat, hogy a szóvivő minél többször meg tudjon szólalni a nyilvánosság előtt.

**Információs szolgáltatások telefonon.**

Ki lehet alakítani egy olyan csatornát az iskola és a külvilág között, hogy a nagyközönség egy adott szám tárcsázásával felvilágosítást kaphasson az intézménnyel kapcsolatban.

**Személyes kapcsolat.** Az iskola minden dolgozója részt vesz a PR tevékenységben, aki egy külső személlyel bármilyen okból felveszi a kapcsolatot. Ez a kapcsolat minden esetben hatást gyakorol az ismeretlen személyre az intézmény megítélésében. A hatékony kommunikációs program magában foglalja a marketing és a PR tevékenység gondosan megtervezett keverékét.

**A szervezeti magatartás is az arculat formálója.**

Ez azt foglalja magában, hogy mit és hogyan tesz az intézmény. Például ide tartozik az évnyitók és évzárók, iskolai rendezvények, vetélkedők megszervezése, lebonyolítása és tulajdonképpen az iskola minden megmozdulása.

## ♣ AZ ISKOLA BEMUTATÁSÁT CÉLZÓ TÁJÉKOZTATÁSI UTAK ÉS TECHNIKÁK (MARKETING-MIX)

Az érintettek (a célcsoport tagjai) elsődlegesen az iskola honlapjáról, iskolai Facebookról tájékozódnak. A legfontosabb információforrásként kezelik. Fontos szerepet tölt be a jelenlegi diákok, a már végzettek és az idejelentkezők tájékoztatásában az iskolában folyó munkáról. Az iskolaválasztás szempontjából is jelentőséggel bír. Az általános iskolások megfelelő tájékoztatására külön figyelmet kell fordítani! Fontos a folyamatos karbantartása, frissítése és a megfelelő dizájn. Minden fontos dolog, amit az iskoláról tudatni szeretnénk, annak a honlapon a helye. Ugyanilyen fontos az évenként megrendezendő nyílt nap az idejelentkezők tájékoztatásában.

Az iskolában folyó fontosabb programokról folyamatosan tájékoztatni kell a médiát. Ezek elsősorban a helyi újság (Kalocsai Néplap), a helyi internetes hírportálja (Kalohírek), helyi rádió (Koronarádió), tévé (Kalocsa Tv). Pár nappal a közelgő esemény előtt néhány soros hírben informálni kell őket. Ha nem reagálnak a beharangozó hírre, az esemény lezajlása után is rövid beszámolót, híradást kell küldeni. Ha lehetséges, fotókat kell mellékelni az eseményről.

Ugyanígy informálni kell a médiát, ha olyan fontosabb eredmény születik az iskolában, amire büszke az iskola, és a sajtó magától nem reagál rá. (Tanulmányi vagy sporteredmény, kimagasló egyéni teljesítmény.) Ennek a tájékoztatási mechanizmusnak gördülékenyen kell folynia, ezért a tevékenységért felelős igazgatónak szorgalmazni kell a hírek megírására a programot szervezőket. A kész híranyagot továbbítania kell az illetékesek felé.

Hírt adhat az iskola magáról és az itt folyó munkáról, programokról a minden évben elkészítendő évkönyvében is, mely elsősorban az itt tanulók számára készül, de eljuthat mások kezébe is.

A „kövess minket a Facebookon” szlogent a lehető legtöbb, külvilág számára készült anyagban meg kell jelentetni, és természetesen e mellett az iskola Facebook oldalát gondozni kell, hírekkel, információkkal, fényképekkel, kell ellátni. Az iskoláról szóló filmet ide is érdemes föltenni.

A személyes tájékoztatást is fontosnak értékelik az idejelentkezők. Ebből legfontosabb a nyílt napon történő tájékoztatás.

A már nálunk tanuló diák visszamehet a saját általános iskolájába, és elmondhatja a tapasztalatait a még ott tanuló diáktársainak. Ehhez lehet készíteni egy egységes prezentációt vagy filmet, mely az iskolában folyó képzésformákról, munkáról, hagyományokról, programokról, lehetőségekről, eredményekről szól. Ezt egészítheti ki a diák a saját

tapasztalataival, élményeivel. Ennek akkor van értelme, ha a gyerek szívesen megy vissza, elégedett a középiskolával és kellő módon elő is tudja adni a véleményét, élményeit.
A rendezvények minél többjére meg kell invitálni a honlapon az általános iskolásokat! Ha olyan jellegű a rendezvény, a fontosabb célcsoportoknak meghívót kell szétküldeni! Kifejezetten általános iskolásoknak szóló vetélkedőket, tanulmányi versenyeket is célszerű szervezni.

A végzett diákokat meg kell hívni az intézmény Facebook oldalára, hogy tudják követni az iskolában folyó munkát, tájékozódjanak a programokról és eredményekről. Azokra a programokra, melyeken ők is részt vehetnek, előre föl kell hívni a figyelmet.

A szülők olvassák, figyelik az iskola pedagógiai programját, ezért az iskola a leírtaknak megfelelően kell, hogy működjön! (Ez marketing szempontból is kívánatos.) Folyamatosan mérni kell a diákok és a szülők elégedettségét, és az elégedettségi vizsgálat eredményéhez igazodva kell korrigálni a tájékoztatást, illetve az oktatási-nevelési tevékenységet. A mérések lehetséges időpontja lehet minden év áprilisa-májusa.

**Minden marketing tevékenység alapja a magas szintű oktató-nevelő munka. Az elégedett szülő és diák a legjobb reklám**.

## ♣EREDMÉNYESSÉGÜNK MÉRÉSE ÉRDEKÉBEN VÉGZETT TEVÉKENYSÉGEK, MARKETINGSTRATÉGIÁNK FŐ VONÁSAI

1. Kérdőíves felmérés (szóbeli, írásbeli, online) keretében (Szülői értekezleteken, rendezvényeken)
2. A felmérés összegzése - "kutatási jelentés" készítése, kiértékelése a tantestületi értekezleteken, munkaközösségi értekezleteken a további cselekvési terv elkészítése érdekében, SWOT- analízis készítése
3. Újabb online kérdőívek, a célcsoport "megfigyelése" Nyílt napokon, személyes beszélgetések, találkozások, "workshopok" a kollégák részvételével
4. Termékfejlesztés stratégiája nappali képzésben, piacfejlesztés stratégiája a felnőttképzésben
5. Tanév elején szakmai munkaközösségi, tantestületi értekezleten, a tanév során a teljesítés folyamatos ellenőrzése
6. Kossuth Zsuzsanna - "minden, ami egészségügy", KERO (régi szakmunkásképző iskolánk - "minden, ami vendéglátás", "minden, ami turizmus", "minden, ami szakképzés", logó, használt (fejléces) nyomtatványok, színek (kék és lilás bordó),

szórólap, iskolai öltözet (póló, nyakkendő, bordó hímzett munkaruha), megjelenés, viselkedés, a tanárok szakképzettsége, családias légkör, diákcentrikus magatartás

7. Szórólapok, plakátok, üdvözlő kártyák, naptár
8. Molinók, laminált nagyméretű fényképek, könyvjelzők, tollak, bögrék, kulcstartók, iskolai életet bemutató plakátok, élő és művirágok az iskola színeiben, logóval ellátott léggömbök, az oktatott szakmákhoz kapcsolódó eszközök
9. Honlap, online iskolaújság
10. Helyi rádió, televízió, újság, szaklapokban való megjelenés
11. Nemzeti ünnepeken való megjelenés tanárok, diákok részéről iskolai öltözet, viselkedés által
12. Nyílt napok, Szakmák éjszakája, szakmai versenyek, szakmai kirándulás (szakmaorientáltság elmélyítése - belső marketing), gyakorlati helyekkel való folyamatos kapcsolattartás, munkájuk segítése, a városi, régiós rendezvényeken való állandó jelenlétünk (tanulóink, szakmai oktatóink részvételével - gyakorlati munkájukkal, megjelenésükkel, szakmai tudásukkal közvetve marketing tevékenységet is végeznek.
13. Tv-interjú, sajtóban való megjelenés, beszámoló
14. Magyar Diáksport Napjához kapcsolódás, Nagy Sportágválasztó rendezvényen való részvétel, sportversenyeken való aktív részvétel (helyi, megyei, regionális, országos, egyéni és csapatszintű) diákokkal, tanárokkal (szervezőként is) - állandó részvétel, iskolai öltözet, megjelenés, viselkedés, Tv-interjú, sajtóban való megjelenés, beszámoló
15. Diákönkormányzati munkában való aktív részvétel városi szinten (képviselők révén), a városi diákönkormányzati feladatokba való bekapcsolódás (szervezés, segítő munka) "PR munka" PL.: Sárkányhajó Kupa megszervezésének segítése
16. Demonstrátori tevékenység - oktató és diák, iskolai öltözet, megjelenés, viselkedés, Tv-interjú, sajtóban való megjelenés, beszámoló
17. Közismereti versenyeken való részvétel, iskolánk állandóan jelen van a helyi kiírású közismereti versenyeken, tanulói és szervezői, zsűrizői tevékenység által, kulturális rendezvényeken szakmai segítők, hosstesek - szakmai munka, iskolai öltözet, megjelenés, viselkedés, Tv-interjú, sajtóban való megjelenés, beszámoló Pl.: Francia Napok Kalocsán
18. Gálavacsora (végzős diákok szüleinek a végzős diákok által készített és felszolgált ételek elfogyasztása ünnepi műsor kíséretében)

## ♣ BEISKOLÁZÁS - BEISKOLÁZÁSI TEVÉKENYSÉG

1. Az intézmény vonzáskörzetének demográfiai áttekintése
2. .Minden munkaközösség feladata a beiskolázás folyamatos fejlesztése, kezelése.
3. Minden osztályfőnök két tanulót delegál a munkacsoportba, akik megismerik az iskolai beiskolázási stratégiát, annak kommunikálását. A tanulók felveszik a kapcsolatot anyaiskolájukkal, bejelentkeznek szülői értekezletekre, osztályfőnöki órákra, melyekre elkísérik őket egy felnőtt is. *–„ KOSSUTH NAGYKÖVETEK”*
4. Igazgatói egyeztetés alapján, a jelentősebb számú tanulót küldő általános iskolákba a beiskolázási csoport tagjai (oktatók) felkészítést követően, kiscsoportban saját tanulóink népszerűsítik iskolánkat. Ehhez az intézmény hagyományos megjelenését megőrző nyomdai anyagot, iskolai logóval ellátott pólót, továbbá egy rövid prezentációt készítünk. A meglátogatandó iskolákról adatbázissal rendelkezünk. Terveink szerint a népszerűsítés ezen módjával talán közelebb kerülhetünk a célcsoportunkhoz, hitelesebbek lehetünk. Az idei beiskolázási periódusban min. 20 általános iskolát tervezünk meglátogatni.
5. A nyílt napunkat, szakmai börzénket idén is izgalmas, vonzó, de a valóságot tükröző programokkal kívánjuk megtölteni.
6. A hagyományos beiskolázási rendezvényeken, pályaválasztási kiállításokon, szakképzési centrum szintű beiskolázási szakmai börzén továbbra is tervezzük a megjelenést.
7. Szakmai rendezvényeken standdal való megjelenés formájában népszerűsítjük intézményi kínálatunkat: Szent István Napok, Paprika Fesztivál, Vállalkozók Napja, Te is lehetnél…fogyatékkal élők fesztiválja, Turisztikai Szezonnyitó.
8. Az általános iskolák megkeresése: iskolavezetés, tantestület tájékoztatása a szakképzés aktuális változásairól, az intézmény képzési kínálatáról. „Nyitott iskola” címen egyéni óralátogatási lehetőség biztosítás előre egyeztetett időpontban a potenciális érdeklődők számára.
9. Látogatás szervezése partnercégeknél, vállalkozásoknál, gazdasági szervezeteknél.
10. Felnőttoktatás, felnőttképzés propagálása a gimnáziumi végzős tanulók körében – személyes megkeresés osztályfőnöki órákon.
11. A nálunk végzett tanulók szakmai életútja, életpályája: a továbbtanulási tapasztalataik megosztása a továbbtanulás, pályaválasztás előtt álló tanulók, szüleik számára. (kiemelt célcsoport: nyolcadik osztályosok, tizenkettedik osztályosok).