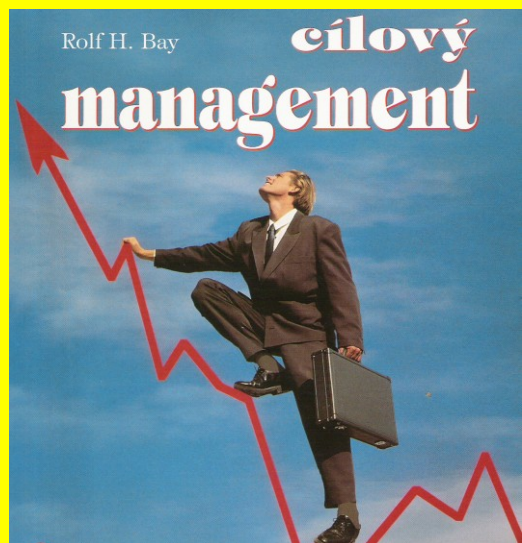


ÚSPĚŠNÝ





PROBLEMATIKA ŘÍZENÍ ŠKOLY

V PRAXI

STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ



LITERATURA:

RAABE , Sciencia,s. r. o. ,Praha .1997. IBSN 80-902189-0-3

Světlík, J.: *Marketing školy*. Zlín: EKKA, 1996. ISBN 80-902200-8-8.

Lauermann, M.: *Školský management*. Brno: Pedagogické centrum. 2003

Pavelka, K.: *Racionální rozhodování v řízení*. Praha: Svoboda,1977.

Gold, A.: *Řízení současné školy*. Žďár nad Sázavou: FAKTA, 1998.ISBN 80-902614-0-X

Mc Laganová,P.,Krembs, P.: *Komunikace na úrovni*. Praha: Management Press, 1998. ISBN 80-85943-75-1

Truneček, J.: *Management I*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1995. ISBN 80-7079-929-3

Plamínek, J.: Řešení konfliktů a umění vyjednávat. Praha: Agro 1994. ISBN 80-85794-14-4

Coleman, R., Barrie, G.: *525 způsobů, jak se stát lepším manažerem*. Praha: Management press. ISBN 80-85603-91-8

Havlíková, M.: *Jak měnit rozvíjet vlastní školu*.Praha: NEMES, 1994. ISBN 80-901662-2-9

Donelly, J., Gibson, J., Ivancevich, J.: Management. Praha : GRADA Publishing, 1997. ISBN 80-7169-422-3

Fischer, W. A., Schratz, M.: Vedení a rozvoj školy. Brno : Paido, 1997. ISBN 80-85931-34-6

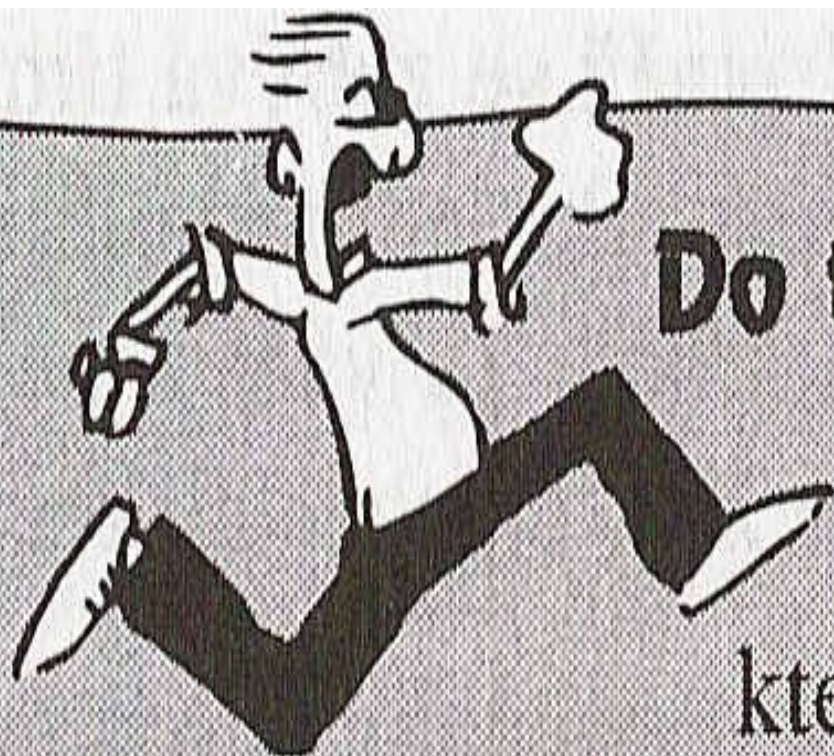
Bay, R., H.: Úspěšný cílový management. Praha : GRADA Publishing, 1997. ISBN 80-7169-360-X



TO JE
FAKT

Vytesáno do kamene

Toto jsou pravdy
a skutečnosti,
na které se můžete
spolehnout.

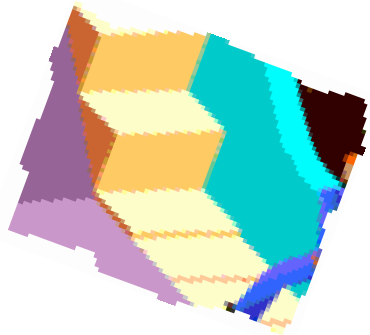


Do toho!

Sem patří
činnosti,
které máte za-
čít dělat hned v okamžič-
ku, kdy na ně začnete myslet.

Organizace,

- která umožní vypracovat lepší program,
 - získat spolehlivou zpětnou vazbu,
 - jak postupovat,
 - změnit věci, které nefungují,
- má perspektivu.*



Přednáška

- a jak nejlépe dosáhnout stanovených cílů.

potenciálu činnosti školy,

jasně vytyčené cíle

a plné využití lidských zdrojů,



Strategické plánování nabízí



jsou řešeny managementem.



Přednáška se bude zabývat těmito problémy

- Ø *Identifikace vize a poslání školy*
- Ø *Analýza vnějšího prostředí s vyhodnocením rizik a příležitostí*
- Ø *Analýza vnitřního prostředí s identifikací silných a slabých stránek školy*
 - Ø *Stanovení strategických cílů*
 - Ø *Tvorba a výběr strategie školy*
- Ø *Formulace plánu na základě zvolené strategie*



Mocné slovo

Toto jsou nová slova a termíny, které vám pomohou poznat to, co hledáte.



JAK MAPOVAT A STRATEGICKY ROZVÍJET SVOU ŠKOLU?

- vaše vstupy

- vaše cíle

-- vaše ukazatele úspěšnosti

- vaše aktivity

- konkrétní výstupy

- jak jste pokročili?

- monitorování

-- sebehodnocení

Strategické plánování odpovídá na tři základní otázky



1. Kde jsme?



2. Kam jdeme, jaký je náš cíl?

3. Jak se do zvoleného cíle dostaneme?



ZÁVĚR I. :

Změna je a bude jedinou konstantou dalšího vývoje.

Trvale probíhající změny jsou pro školy nejen novou příležitostí, ale mnohdy znamenají i její ohrožení.

- Škola, která se změnám pouze brání - je pasivní - nemůže dlouhodobě existovat



Přínos strategického systému plánování



- a) Popsat
- b) Zaměřit
- c) Porozumět
- d) Analyzovat
- e) Identifikovat
- g) Definovat
- h) Připravit
- i) Ustanovit
- j) Zmapovat
- k) Monitorovat

Strategické plánování je vyvoláno:

- 1. obrannými, defenzivními důvody;*
- 2. ofenzivními důvody, či udržením konkurenční výhody;*
- 3. transformací systému.*

System strategického plánování je často zaváděn za těchto podmínek:

- a) Změna ve směřování školy a zavádění nového vzdělávacího programu.**
- b) Podpora jednání založená na faktech týkajících se politicky citlivých otázek**
- c) Vytvoření společného rámce rozhodovacího procesu ve škole**
- d) Nastavení řádného prostředí pro rozhodování o rozpočtu a provádění ohodnocení.**
- e) Školení učitelů z pohledu zabezpečení informací pro lepší rozhodování.**
- f) Potřeba zvýšit důvěru ve vedení školy.**

Charakteristické znaky strategického plánování

delší období

na celek

otevřeným systémem záměrů a cílů.

Cíle stanovuje globálně

trvalé výhody

spolupráci vedení školy a zástupců rodičů a zřizovatele.

Etapy strategického plánování

1. Identifikace vize a poslání školy.

2. Analýza vnějšího prostředí s vyhodnocením rizik a příležitostí

3. Analýza vnitřního prostředí s identifikací silných a slabých stránek školy

4. Stanovení strategických cílů.

5. Tvorba a výběr vzdělávacího programu.

6. Formulace plánu na základě zvolené strategie.

Identifikace *poslání* a vize školy

sjednocující filosofii

managementu školy

zřizovatele a rodičů

o budoucnosti školy

Poslání se vyznačuje:

- orientací na budoucnost
- orientací na cílovou skupinu (žáci, rodiče, veřejnost);
 - orientací na zaměstnance;
 - orientací na konkurenci.

Vizi

definovat

orientace na budoucnost

sdělitelnost a komunikace

ZÁVĚR II.



Poslání

*je hlavním důvodem
existence školy.*

Příklady cílů, které představitelé často uvádějí:

./' služba

./' rozvoj

./' vychovávat

./' nestresující prostředí

./' neohrožující prostředí

./' prezentovat

./' reagovat na nové podmínky

./' zájem

./' žáci chtějí

./' rodiče a učitelé jsou spojenci

../' motivovat žáky

./' teorii i praxi ve vyvážené

./' zkvalitňování a zvyšování prestiže

Analýza *vnějšího prostředí* s vyhodnocením rizik (hrozeb) a příležitostí

Analýza *vnějšího prostředí* :

- Jaké vnější *faktory ovlivňují činnost školy?*
- Které z těchto faktorů *jsou dominantní v současnosti?*
- Jak se budou tyto jednotlivé faktory či jejich skupiny *vyvíjet v budoucím období*, které z nich

ZÁSADA (je tomu vždy tak ?)

Analýza vnějšího prostředí je

zpravidla

prováděna v rovině

analýzy obecného prostředí

Analýza vnějšího prostředí s vyhodnocením rizik (hrozeb) a příležitostí

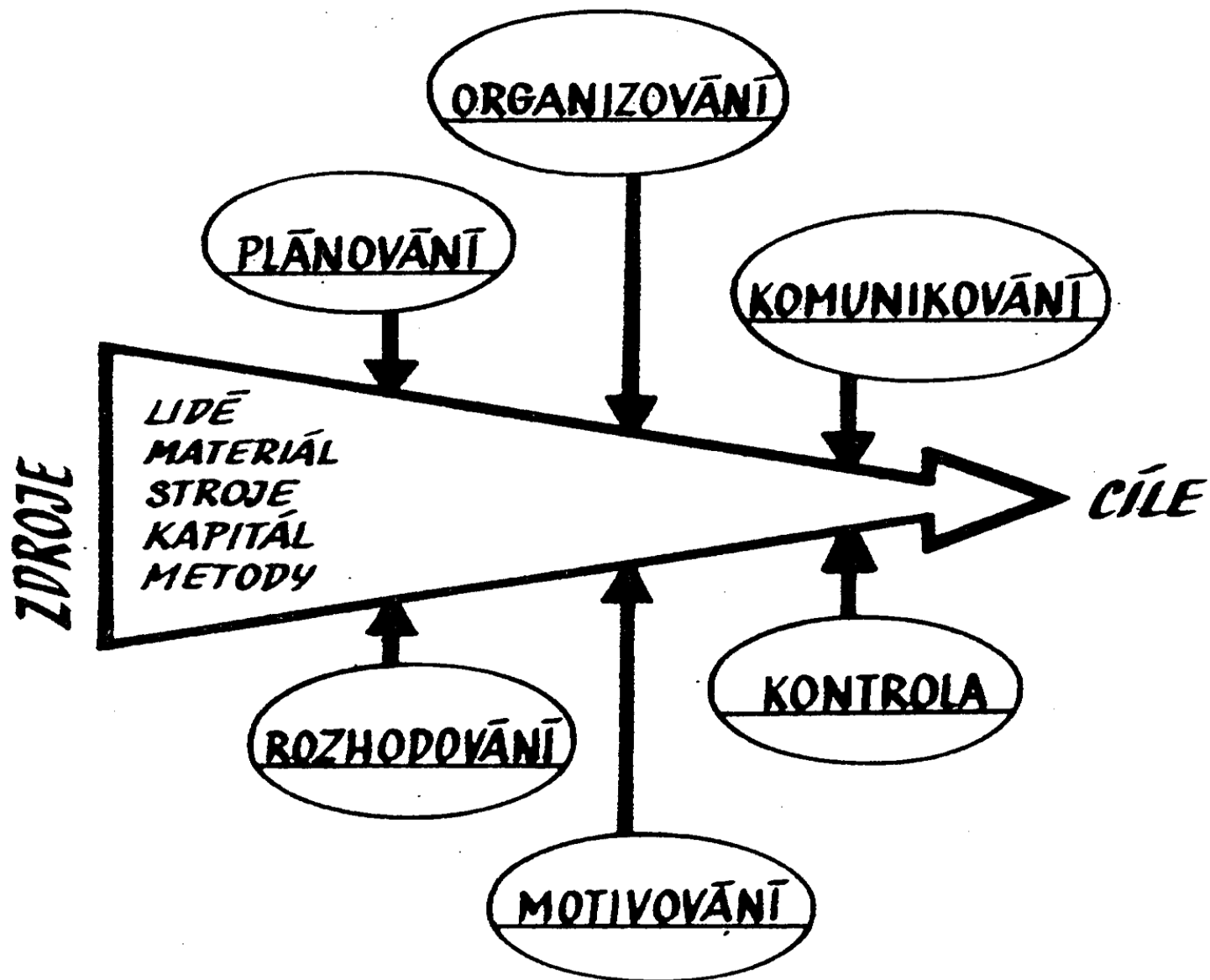
Analýza obecného prostředí - STEEP analýza

STEPP analýza hodnotí kontext - popisuje faktory, které ovlivňují naši činnost

K hodnocení používá pěti hledisek:

- S** . → sociální a demografické
- T** . → technické a technologické
- E** . → ekonomické
- E** . → ekologické
- P** . → politické

Management jako proces



Analýza vnitřního prostředí s identifikací vlastních silných a slabých stránek

Vnitřní analýza školy zahrnuje:

- a) analýzu *lidských zdrojů* školy
- b) analýzu *finančních zdrojů* školy
- c) analýzu *hmotných aktiv* školy
- d) analýzu *nehmotných aktiv* (informační technologie, ,
apod.)
- e) *marketingový audit*

Vztah mezi příležitostmi a hrozbami je
vždy relativní

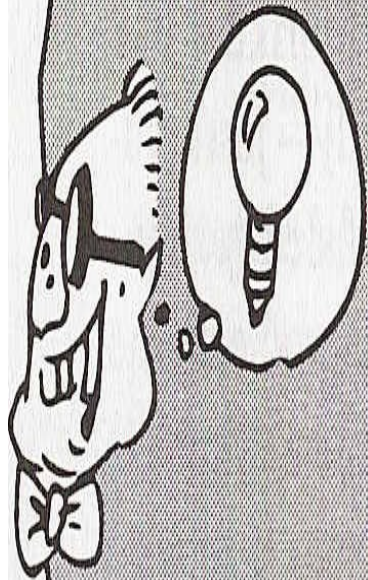
Stanovení strategických cílů

Charakteristické znaky cílů - atributy SMART:

- S .** *specifické* - konkrétní jednoznačné vymezení žádoucích stavů;
- M .** *měřitelné* - cíle mají být měřitelné kvantitativními či kvalitativními ukazateli, neměřitelnost cíle vede k tomu, že je obtížné s konečnou platností konstatovat splnění či nesplnění cíle;
- A .** *akceptovatelné* - ve strategických cílech se obvykle odrážejí a kompromisně slad'ují rozdílné zájmy interních a externích skupin (zřizovatel, rodiče, žáci, aj.), které musí brát management v rozdílné míře a podle mocenského významu v úvahu;
- R .** *reálné cíle* mají být splnitelné a pokud možno optimistické nesplnitelnost cílů působí demotivačně
- T .** *časové* vymezená soustava cílů vedoucích k žádoucím stavům, musí být nutně doplněna časovým harmonogramem jejich plnění.

ZÁVĚR III.

I dílčí strategie musí mít zdrojové zabezpečení a definované přínosy.



Jaká skvělá myšlenka!

Toto představuje nový pohled na známé problémy (aby se uvedla do pohybu vaše šedá kůra mozková).