AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESTUDO DE CASO: A ESCOLA CHAMADA “MAIS EDUCAÇÃO”

AUTOR: EDENA CRISTINA BROCH

Introdução

No meio empresarial a competitividade está se intensificando em vários aspectos principalmente quando falamos de globalização que permite empresas de diferentes partes do mundo concorram entre si, aumentando o pool de concorrentes e elevando o nível de competitividade.

As organizações, instituições foram surgindo para conseguir satisfazer adequadamente as necessidades da humanidade, a partir de um trabalho coletivo. E para tanto, traçam seus objetivos e os modificam na medida em que vão sendo alterados seus processos e inovando seus produtos e serviços. As mudanças pelas quais as organizações passam ao longo do tempo, podem vir a contribuir e influenciar no resultado de seus objetivos. (CHIAVENATO, 2000)

Com o avanço tecnológico permite que empresas adotem novas tecnologias para melhorar a eficiência, reduzir custos e oferecer produtos e serviços inovadores, o que intensifica a competição no mercado.

As mudanças nas preferências dos consumidores, o surgimento de novas tendências e a entrada de novos concorrentes no mercado contribuem para aumentar a competitividade, à medida que as empresas lutam para se destacar e conquistar a preferência dos clientes.

Por isso o ato de planejamejar é crucial em todos os aspectos da vida, inclusive na educação. Planejar, estabelecer metas, colocá-las em prática, motivando todos os colaboradores para fazer a Instituição crescer é um enorme desafio.

Quando pensarmos em planejamento como instrumento de gestão, nos deparamos com a consolidação de uma cultura de uso de planejamento ainda desafiadora. Mattos (2010) afirma não ser tão fácil garantir se houve ou não planejamento para o desenvolvimento de uma dada ação, visto que o planejamento pode ser apenas uma forma conveniente de apresentação da referida ação (racionalização da ação). O planejamento registrado não necessariamente encaminhará a ação, uma vez que pode se limitar a uma exigência formal, mas não representar exatamente a intencionalidade do agente.

No planejamento deve conter metas e objetivos claros, fornecendo uma direção clara para alcançar o sucesso. O planejamento deve ser elaborado antecipadamente, pois assim será possível identificar os recursos necessários e utilizá-los de forma eficiente, evitando desperdícios de tempo e energia.

O planejamento ajuda a antecipar possíveis obstáculos e a desenvolver estratégias para superá-los, reduzindo a incerteza e aumentando as chances de sucesso, também promove a organização e a coordenação de atividades, garantindo que todos os envolvidos estejam alinhados e trabalhando em direção aos mesmos objetivos, permitindo acompanhar o progresso em relação às metas estabelecidas, facilitando a identificação de áreas que precisam de ajustes e melhorias, incentiva a criatividade e a inovação, permitindo que sejam exploradas novas ideias e abordagens para alcançar os objetivos definidos.

O presente trabalho tem como objetivo apresentar proposta para desenvolvimento de plano estratégico para superar os desafios atuais e posicionar a escola em estudo para crescimento futuro.

Justificativa

Um plano estratégico é fundamental para enfrentar desafios e impulsionar o crescimento futuro de uma escola. Isso pode incluir objetivos claros, análise de dados, desenvolvimento de liderança, melhoria da qualidade do ensino e envolvimento da comunidade escolar.

Elaborar estratégias de competitividade também faz parte de planejar estrategicamente de acordo com Porter (1999), é imprescindível para sobrevivência das empresas, analisar o mercado como um todo e implementar estratégias voltadas para a competitividade entre as empresas. Através de um planejamento bem elaborado é possível alcançar vantagem competitiva frente as demais empresas do mercado.

Elaborar um plano de superação de desafios e pôr em prática nos dias atuais na escola é fundamental, pois permite à escola identificar e priorizar os desafios que enfrenta atualmente, seja relacionado à qualidade do ensino, infraestrutura, gestão financeira, ou outros aspectos, a escola pode também desenvolver ações específicas para abordar cada desafio identificado, estabelecendo metas claras e prazos para sua realização.

Quando se trata de recursos financeiros, a escola pode alocar seus recursos de forma mais eficiente, direcionando investimentos para áreas prioritárias e maximizando o impacto das intervenções realizadas.

Um plano estratégico envolve a participação de diversos membros da comunidade escolar, como professores, funcionários, pais e alunos, promovendo o engajamento e o trabalho colaborativo na busca por soluções. Esse plano serve como um guia para monitorar e avaliar o progresso na superação dos desafios, permitindo ajustes ao longo do tempo conforme necessário para garantir que a escola esteja no caminho certo.

Ao desenvolver planejamento de superação de desafios, a escola fortalece sua capacidade de enfrentar adversidades de forma proativa e adaptar-se às mudanças no ambiente educacional.

Planejar é essencial para orientar as ações da instituição, promover o engajamento da comunidade escolar e garantir sua resiliência e sucesso da escola.

SUGESTÃO DE ESTRATÉGIAS QUE PODEM SEREM DESENVOLVIDAS :

Para aumento de estudantes:

Desenvolver uma estratégia de marketing eficaz, utilizando canais como redes sociais, publicidade online, folhetos impressos e eventos comunitários para promover a escola e destacar seus pontos fortes. Oferecendo programas de bolsas de estudo ou descontos para alunos talentosos ou com necessidades financeiras, atraindo assim um grupo diversificado de estudantes.

Estabelecer parcerias com creches, escolas primárias e outras organizações educacionais para encaminhar alunos em potencial para a escola e promover uma transição suave entre os diferentes níveis de ensino. Organizar eventos de portas abertas, dias de visitação ou sessões de orientação para que os pais e alunos possam conhecer as instalações, conversar com professores e entender a visão e valores da escola. Implementar um sistema de feedback regular e construtivo, proporcionando oportunidades para os funcionários e professores compartilharem suas opiniões, receberem orientação e contribuírem para melhorias contínuas na escola.

Implementar programas de fidelidade ou incentivos para alunos que indicarem novos estudantes para a escola, oferecendo descontos em mensalidades ou outros benefícios.

Criar programas educacionais inovadores, como cursos extracurriculares, aulas de enriquecimento ou parcerias com empresas locais para oferecer experiências práticas aos alunos. Priorizar a experiência do aluno e coletar feedback regularmente para entender suas necessidades e expectativas, adaptando os serviços da escola para atendê-las da melhor forma possível.

Investir na qualidade do ensino, na formação de professores e na infraestrutura da escola para garantir excelentes resultados acadêmicos e construir uma reputação de excelência.

Para retenção de talentos (professores e funcionários)

Investir no desenvolvimento profissional dos funcionários e professores, oferecendo cursos de capacitação, workshops, palestras e outras oportunidades de aprendizado que os ajudem a aprimorar suas habilidades e avançar em suas carreiras. Promover uma cultura organizacional que valorize o respeito, a colaboração e a comunicação aberta, proporcionando um ambiente de trabalho positivo e acolhedor onde os funcionários se sintam valorizados e motivados.

Implementar programas de reconhecimento e premiação para destacar o desempenho excepcional dos funcionários e professores, seja por meio de elogios públicos, prêmios monetários, promoções ou outras formas de reconhecimento. Proporcionar benefícios adicionais, como plano de saúde, seguro de vida, auxílio-creche, vale-refeição, entre outros, e criar programas de incentivos que recompensem o desempenho e a dedicação dos funcionários.

Identificar e desenvolver talentos internos, oferecendo oportunidades de liderança e crescimento na carreira para funcionários e professores que demonstrem habilidades e potencial de liderança.

Melhoria da marca da escola

Desenvolver uma identidade visual consistente e profissional, incluindo um logotipo, paleta de cores e padrões de design que reflitam os valores e a personalidade da escola.

Criar um website moderno, responsivo e fácil de navegar, que forneça informações detalhadas sobre os programas educacionais, equipe, instalações e eventos da escola.

Utilizar as redes sociais de forma ativa e estratégica para se envolver com a comunidade escolar, compartilhar notícias, fotos e vídeos de eventos, e promover os pontos fortes da escola.

Coletar e compartilhar testemunhos e histórias de sucesso de alunos, ex-alunos, pais e professores que destacam os benefícios e o impacto positivo da educação oferecida pela escola.

Organizar eventos e atividades abertas à comunidade, como feiras, palestras, workshops e programas de voluntariado, para promover a escola e estabelecer conexões com potenciais alunos e suas famílias.

Estabelecer parcerias estratégicas com empresas locais, organizações sem fins lucrativos e outras instituições educacionais para promover a escola e expandir sua rede de contatos.

Implementar campanhas de marketing digital direcionadas, como anúncios online segmentados, e-mails informativos e otimização de mecanismos de busca, para aumentar a visibilidade da escola e atrair novos alunos.

Buscar participar de rankings e avaliações educacionais reconhecidos, que podem ajudar a aumentar a credibilidade e a reputação da escola entre os pais e alunos em potencia

Revisão bibliográfica

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 6. Ed – Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DEREK, A.F. Duplo planejamento. HSM Management, São Paulo: n.16, 1999

HREBINIAK, L. Fazendo a estratégia funcionar: o caminho para uma execução bem-sucedida. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MATTOS, R. A. (Re)visitando alguns elementos do enfoque situacional: um exame crítico de algumas das contribuições de Carlos Matus. Ciênc. Saúde Colet., Rio de Janeiro, v. 15, n. 5, p. 2327-2336, ago. 2010.

PEREIRA, M.F. Planejamento estratégico: teorias, modelos e processos. São Paulo: Atlas, 2010.

PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para a análise da indústria e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1999.