

AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESTUDO DE CASO: ESCOLA MAIS EDUCAÇÃO

AUTOR: MAYSA MARA DUARTE LIMA

Como Diretor(a) do grupo educacional, é essencial desenvolver um plano estratégico sólido para superar os desafios atuais e garantir o crescimento futuro da escola. Para atender a esse objetivo, propomos as seguintes estratégias:

1. Aumento do número de estudantes:

- Estratégia: Implementação de Programas de Bolsas e Descontos.
- Descrição: Oferecer bolsas de estudo e descontos atrativos para novos alunos, especialmente para famílias de baixa renda ou com mais de um filho matriculado na escola. Isso pode aumentar a acessibilidade financeira e atrair um número maior de alunos para a escola. Além disso, programas de indicação de alunos, onde os alunos atuais são incentivados a recomendar a escola para amigos e familiares, também podem ser implementados para aumentar a base de alunos.

Descobriu-se que os programas de bolsas de estudo e descontos são eficazes no aumento das taxas de matrícula entre novos alunos. Um estudo realizado em uma grande universidade pública 1 mostrou que o uso de classificadores de aprendizado de máquina e algoritmos genéticos para otimizar o desembolso de bolsas resultou em um aumento de 23,3% no rendimento de matrículas 2. Outro estudo analisou programas de bolsas de estudo não necessários e baseados no mérito e descobriu que eles tiveram um impacto significativo nas matrículas nas faculdades, dependendo da implementação do programa, da elegibilidade e do montante da ajuda concedida 3.

Uma avaliação aleatória de um programa de bolsas de estudo com financiamento privado para estudantes universitários públicos de Nebraska descobriu que as ofertas de bolsas de

estudo aumentaram a matrícula e a persistência na faculdade, especialmente para grupos historicamente sub-representados 4. No entanto, em um estudo sobre o Programa de Bolsas de Oportunidades de Washington, DC descobriu que a oferta de bolsas de estudo para escolas privadas não teve impacto significativo nas taxas de matrícula em faculdades 5. No geral, os programas de bolsas de estudo e descontos têm demonstrado níveis variados de eficácia no aumento das taxas de matrícula entre novos estudantes.

2. Retenção de talentos (professores e funcionários):

- Estratégia: Desenvolvimento Profissional Contínuo e Reconhecimento.
- Descrição: Investir em programas de desenvolvimento profissional para professores e funcionários, oferecendo oportunidades de treinamento, workshops e cursos que os ajudem a aprimorar suas habilidades e avançar em suas carreiras. Além disso, reconhecer e recompensar o desempenho excepcional por meio de incentivos financeiros, prêmios ou promoções pode aumentar a motivação e o engajamento dos colaboradores, reduzindo a rotatividade de talentos.

Investir em programas de desenvolvimento profissional para professores e colaboradores traz diversos benefícios em termos de retenção de talentos. Esses programas podem ter um impacto positivo significativo na retenção de professores, independentemente dos anos de ensino, dos fatores do nível da escola e da autonomia da sala de aula 6 . Também apoiam a integração de material na sala de aula, aumentam o orgulho pela profissão e melhoram a eficácia dos professores 6 . Os programas de desenvolvimento profissional oferecem oportunidades para os professores estabelecerem redes e construir relacionamentos com outros profissionais em sua área 7 .

Para organizações de serviços humanos, oferecer oportunidades de desenvolvimento profissional pode ajudar os funcionários a atender aos requisitos de certificação de licença e contribuir para seus objetivos de desenvolvimento profissional. Além disso, estes programas podem melhorar os resultados de aprendizagem dos alunos e reduzir a disparidade de desempenho, especialmente quando incluem oportunidades de aprendizagem colaborativa 8 . De modo geral, investir em programas de desenvolvimento profissional pode ajudar a reter professores e funcionários talentosos, melhorando as suas competências, a satisfação no trabalho e o sentido de crescimento profissional.

3. Melhoria da imagem e marca da escola:

- Estratégia: Fortalecimento da Presença Online e Engajamento da Comunidade.
- Descrição: Desenvolver uma presença online robusta, incluindo um site moderno e ativo nas redes sociais, para compartilhar as conquistas da escola, eventos, atividades extracurriculares e testemunhos de alunos e pais satisfeitos. Além disso, envolver ativamente a comunidade local por meio de parcerias com empresas, organizações sem fins lucrativos e eventos comunitários pode melhorar a visibilidade da escola e sua reputação como uma instituição educacional comprometida e envolvida com a comunidade.

Criar uma presença moderna e ativa nas redes sociais para as escolas partilharem as suas conquistas e eventos envolve várias práticas recomendadas. Em primeiro lugar, é crucial selecionar plataformas apropriadas e desenvolver uma estratégia de conteúdo consistente. Envolver-se com seguidores e colegas, utilizar hashtags e aproveitar a análise de mídias sociais também são estratégias importantes ⁹ . Além disso, apresentar o trabalho dos alunos, utilizar transmissões ao vivo e webinars e compartilhar recursos educacionais pode aumentar a influência das mídias sociais na educação ¹⁰ .

As fotografias escolares podem ser utilizadas como um poderoso estímulo mnemónico visual para evocar memórias partilhadas e construir ligações entre pessoas ¹¹ . A utilização eficaz das ferramentas das redes sociais está a migrar gradualmente para as instituições educativas, e o estudo das melhores práticas seguidas pelas principais instituições de ensino superior pode fornecer informações para o sucesso ¹². Por último, a adoção das redes sociais pode ser benéfica para a promoção das escolas junto da comunidade local.

Essas estratégias podem ajudar a escola a enfrentar os desafios atuais e estabelecer uma base sólida para o crescimento futuro, ao atrair mais alunos, reter talentos valiosos e fortalecer sua imagem e marca no mercado educacional.

REFERÊNCIAS

1 AULCK, Lovenoor; NAMBI, Dev; WEST, Jevin. Increasing Enrollment by Optimizing Scholarship Allocations Using Machine Learning and Genetic Algorithms. International Educational Data Mining Society, 2020.

2 CATMA, Serkan. The management of scholarship programs at universities: a cost-benefit analysis. International Journal of Management, v. 29, n. 4, p. 519, 2012.

3 FARRELL, Patricia L.; KIENZL, Gregory S. Are state non-need, merit-based scholarship programs impacting college enrollment?. Education Finance and Policy, v. 4, n. 2, p. 150-174, 2009.

4 ANGRIST, Joshua et al. Evaluating post-secondary aid: Enrollment, persistence, and projected completion effects. National Bureau of Economic Research, 2017.

5 CHINGOS, Matthew M.; KISIDA, Brian. School Vouchers and College Enrollment: Experimental Evidence From Washington, DC. Educational Evaluation and Policy Analysis, v. 45, n. 3, p. 422-436, 2023.

6 LUESSE, Hiershenee B. et al. The academy for teachers professional development program. A model to support teacher retention. Cogent Education, v. 9, n. 1, p. 2140540, 2022.

7 FOLASHADE, Aliu Juwerat. When Teachers Speak: Seniors School Teachers Perception Of Professional Development Programs In Ilorin, Nigeria. *European Journal of Education Studies*, v. 10, n. 4, 2023.

8 AMIRPUR, Katajun. The changing approach to the text: Iranian scholars and the Quran. *Middle Eastern Studies*, v. 41, n. 3, p. 337-350, 2005.

9 BRUNELLI, Marta. Snapshots from the Past: School Images on the Web and the Construction of the Collective Memory of Schools. In: *School Memories: new trends in the history of education*. Springer International Publishing, 2017. p. 47-64.

10 SALEEM, Muhammad et al. Digital Marketing Through Social Media Best Practices: A Case Study of HEIs in the GCC Region. In: *Global Applications of the Internet of Things in Digital Marketing*. IGI Global, 2023. p. 17-30.

11 JIMBO, Yosuke; KOHANA, Masaki; OKAMOTO, Shusuke. A Twitter Service for School Event. In: *2011 Second International Conference on Networking and Computing*. IEEE, 2011. p. 266-270.

12 BLAKE, Dean. Schools on social media. **Seced**, v. 2012, n. 2, 2012