

AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESTUDO DE CASO: ESTRATÉGIAS PARA UM ENSINO: MAIS EDUCAÇÃO

AUTOR: RONIVALDO RIBEIRO MORAES

A escola Mais Educação é uma instituição de ensino privado que oferta a escolarização do ensino Infantil e ensino fundamental, do nível 1 ao 9º ano. Apesar de pertencer ao grupo Educação XBr e de seu crescimento nos últimos 5 anos neste momento, a Instituição vem enfrentando sua primeira crise devido ao aumento da concorrência, perda de alunos, professores e funcionários; a falta de visibilidade no mercado em comparação as escolas concorrentes.

Assim, para superar tais desafios a instituição de ensino precisou criar um plano extratético para atacar suas principais fraquezas atuais, isto é, a diminuição de alunos, de funcionários talentosos como professores e funcionários e invisibilidade no mercado.

Desse modo, o primeiro passo foi buscar referência de trabalho através de uma articulação coletiva com os membros das 4 escolas que também, pertencem ao grupo Educação XBr para avaliar como o grupo vem sendo aceito pelo mercado em outras cidades e como vem conseguindo se manter aceitas no mercado local. Assim como, trazer bons exemplos de estratégias que vem sendo pródigas a essas instituições de ensino. Logo, a partir dessas trocas de experiências com as demais escolas do mesmo grupo pretende-se avaliar os possíveis erros e acertos que vem ocorrendo na instituição em questão para posteriormente tentar saná-los.

O segundo passo, foi reunir com a gestão escolar, isto é, Diretor, coordenadores pedagógicos, secretariado escolar e professores para apresentar a situação atual da instituição em relação a avaliação realizada dando ciência da situação escolar atual. E assim, retirar alguns membros afim de construir um plano de ação extratético para potencializar as dificuldades encontradas atualmente na escola.

Feito isso os responsáveis pela construção do Plano foram o diretor escolar e coordenação pedagógica da educação infantil, ensino fundamental 1 e 2. e três professores um de cada nível de ensino.

Após várias reuniões de discussão no grupo algumas estratégias foram pontuais afim de: 1. Aumentar o número de alunos da instituição de ensino, 2. Promover a retenção de professores e funcionários talentosos e 3. melhorar a imagem e marca da escola.

Em relação ao tópico 1: Aumentar o número de alunos:

Para isso, foi necessário pensar como estratégia a Ampliação da Educação Infantil (Alunos de 2 a 5 anos), investindo-se em Market e publicidade para esse público alvo, visto que, na cidade em questão tem apenas uma creche municipal e poucas escolas privadas que recebem alunos de 2 anos de idade geralmente ofertam apenas a pré-escola (5 e 6 anos). Logo, investir na educação infantil para captar aluno foi uma ação importante.

Para tanto, foi preciso se investir na ampliação do prédio escolar para três andares já que possuía apenas 2, deixando o térreo destinado apenas as turmas da educação infantil com 4 turmas de 2 anos, 4 turmas de 3 anos, 4 turmas de 4 anos, 4 de 5 anos. Ou seja, a ampliação passou de 2 turmas de educação infantil para 20 turmas de educação infantil distribuídas em turnos de manhã e tarde. Também, foi construído um pequeno parque no meio da escola numa Área livre com grama artificial destinado as turmas com conograma de uso. Outra estratégia foi investir em tecnologia, as turmas de educação infantil receberam data show em todas as salas de aula e sistema de audio, sistema de wifi na escola toda e também foi feito um convênio com uma escola Bilingue na oferta de um ensino Bilingue se atacando no market na aquisição do ingl/ês desde a infância. Todas essas estratégias garantiram uma visibilidade maior sobre a marca da escola na captação de crianças desde os dois anos de idade num ensino tecnológico, lúdico e experencial.

Também, para captar talentos foi criado o “Programa Professores Recém – Formados”: abrindo vagas após entrevista e uma análise curricular a contratação de professores de apoio ou ajudantes através da oferta de vagas de professores recém-formados em diversas licenciaturas, observando seu desempenho em que futuramente pudessem ser incorporados no corpo docente escolar. Se tornando além de uma mão de obra mais barata, um incentivo aos

professores que já estão na escola a manterem um bom trabalho e aos que são recém chegados ou ajudantes a se dedicarem a possibilidade de terem suas próprias turmas.

Portanto, todas essas estratégias destinadas primeiramente a educação infantil, seriam ampliadas aos demais níveis de ensino pois, com a ampliação de oferta de vaga desde a infância o número de alunos aumentaria e prosseguiria os estudos até o 9º ano.

Em relação ao tópico 2: Promover a retenção de professores e funcionários talentosos.

Como acabamos mencionando anteriormente a estratégia inicial seria o “Programa Professores Recém Formados”. Este programa através de uma mão de obra mais barata, contrataria o professor ajudante ou auxiliar que não seria responsável pelas turmas, mas auxiliaria os professores da educação infantil ao ensino fundamental 1 e seria estimulado a prosseguir seus estudos nas diversas áreas do conhecimento ou nas diversas áreas de atuação; seria um leque de opções a Instituição Mais Educação de ensino. Também, através do reconhecimento de seus talentos poderia ter várias oportunidades dentro do colégio.

No ensino fundamental, a estratégia de se investir em tecnologia e uma nova forma de ensinar com metodologias de ensino experienciais, dando vida, isto é, reformando o laboratório de informática e criando espaços de leitura através do programa “Contos e contas” em que os alunos por meio de jogos e espaços de leitura fariam gincanas, debates, passeios escolares etc.

Também, uma outra estratégia seria a realização de um evento anual chamado “Café Literário” em que todas as turmas iriam através de danças, apresentação de estandes, Assinatura do primeiro livro das turmas do 1º ano; apresentar o que foi desenvolvido durante todo o ano no espaço escolar. Assim, várias áreas iriam se comunicar: a linguagem, o Teatro, A dança, A música, a Ciência e Tecnologia etc. O evento daria visibilidade a escola como resultado de todo um trabalho anual garantindo que pais, alunos e profissionais de múltiplas áreas se interessassem em fazer parte da instituição escolar.

O último Tópico: Melhorar a imagem e marca da escola.

A criação de um setor de publicidade escolar: A contratação de um profissional que trabalhasse na marca da escola com enfoque nos seguintes

itens: “Seja um aluno Mais educação”, “Faça parte do colégio Mais educação”, “Mais educação baby”, “Café literário Mais Educação”, “Passeio Ciclistico Mais Educação”. Esse profissional não apenas registraria todos os momentos da escola como seria responsável em criar e alimentar as páginas da escola nas redes sociais como Instagram, Facebook etc.

A escola também, abriria para postagem dos pais em suas redes sociais, isso daria visibilidade a ela e sua marca além de, divulgar todo trabalho que estaria sendo realizado na instituição como uma proposta de ensino dinâmico, tecnológico, experiencial, lúdico e moderno.

Outra extratégia, seria a aquisição de uma “Agenda Online” de contato direto dos alunos, pais de alunos com os professores e gestão escolar. Esse contato permitiria os pais acompanharem tudo o que está sendo ensinado na escola diariamente, eventos escolares e comunicados importantes, bem como, permitiria aos alunos falarem com os professores a fim de tirarem dúvidas possíveis relacionadas as atividades escolares.

Portanto, com todas essas extratégias. sem dúvida alguma, a Instituição Mais Educação não só aumentaria consideravelmente seu número de alunos; garantiria a produtividade de seus funcionários e equipe em geral, bem como, a adaptação de novos talentos; aumentaria sua aceitação no mercado. Como também, se tornaria referência em Ensino Baby e Fundamental. Porque atrairia uma clientela diferenciada que não apenas quer ver seu filho aprendendo a ler e escrever e contar, mas, quer ver seu filho tendo oportunidade de conhecer as artes, a tecnologia, a ciência, o Inglês experimentando na prática cada um desses elementos através de um ensino lúdico e experiencial. Ou seja, um público alvo que aposta em educação, não como uma despesa a mais, de seus filhos, mas como uma oportunidade e investimento de seu futuro.