

Promocija poklicnega in
strokovnega izobraževanja

ZBORNIK

strokovnih člankov
in izdelkov Munus 2




REPUBLIKA SLOVENIJA

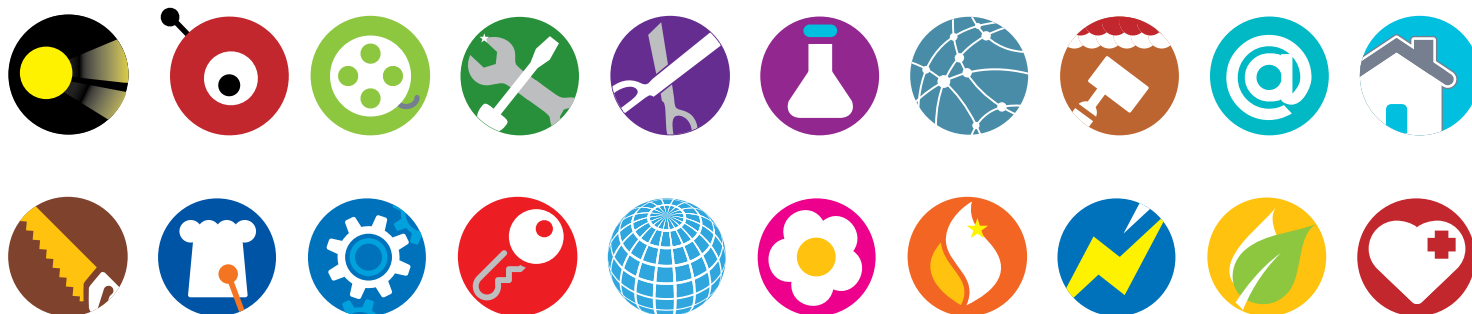
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



KONZORCIJ ŠOLSkih CENTROV



Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad



Uvajanje novih izobraževalnih programov v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju s področja tehnike za obdobje 2008-2012.
Operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo za šolstvo in šport.

Imprésum

Izdaja: Konzorcij šolskih centrov Slovenije v okviru projekta MUNUS 2

Glavni in odgovorni urednik: Denis Kač, Šolski center Celje

Uredniški odbor: projektna skupina za promocijo poklicnega in strokovnega izobraževanja, MUNUS 2:

Mirjana Erlih Košnik, Tehniški šolski center Kranj
Vanesa Frančeškin, Tehniški šolski center Nova Gorica
Marjetka Pajk, Šolski center Ljubljana
Davorka Polič Jošt, Šolski center Celje
Marjeta Primožič, Šolski center Velenje
Metka Ritonja, Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor
Zdenka Selinšek, Šolski center Ptuj
Mojca Stubelj, Tehniški šolski center Nova Gorica
Andrej Tomc, Šolski center Novo Mesto

Lektorica: Milena Ilič, Tehniški šolski center Kranj

Oblikovanje: Sovré, Ljubljana

Tisk in prelom: Tiskarna Golc, Žalec

Naklada: 200 izvodov

Slovenija, november 2010

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

377:659.44(082)

PROMOCIJA poklicnega in strokovnega izobraževanja : zbornik
strokovnih člankov in izdelkov Munus 2 / [glavni urednik Denis
Kač]. - Slovenija : Konzorcij šolskih centrov Slovenije v okviru
projekta MUNUS 2, 2010

ISBN 978-961-269-359-6

1. Kač, Denis
253489920

Publikacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo za šolstvo in šport RS. Stališča, izražena v tej publikaciji, odražajo mnenja avtorjev, in ni nujno, da so skladna s stališči Evropske komisije.

UVODNE MISLI

Projekt Munus 2 - Uvajanje novih izobraževalnih programov v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju s področja tehnike - se preveša v drugo polovico. Eno od pomembnih področij je tudi Promocija poklicnega in strokovnega izobraževanja (PIU).

Področje promocije je najpogosteje prepuščeno motiviranosti in iznajdljivosti šol ter njenim zaposlenim.

Čeprav je promocija pomembna za zagotavljanje dijakov na vsaki šoli, pa z izvedenimi aktivnostmi posredno pomembno vplivamo tudi na stanje na trgu dela, delovanje gospodarstva in blaginjo celotne države, ki jo lahko iz recesije rešijo samo inovativni ljudje v produktivnih poklicih.

Ekipa Promocije PIU v projektu Munus 2 je odkrivala skrivnosti, priložnosti in nove možnosti promocije.

Svoje dosedanje ugotovitve in rezultate vam predstavljamo v zborniku.

Denis Kač,

vodja področja Promocija PIU, Munus 2

Šolski center Celje

KAZALO VSEBINE

KAKOVOST PROMOCIJE POKLICNEGA IN STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA TER USPOSABLJANJA	1
OLIMPIJADA POKLICEV	7
POMEN TEHNIŠKIH DNI ZA PROMOCIJO PIU	15
PROMOCIJA POKLICEV V GOSTINSTVU IN TURIZMU V EUROPARKU	21
BAZAR PRILOŽNOSTI – PRILOŽNOST ZA PROMOCIJO POKLICEV	30
ROBOTI - SODOBNI SPREMLJEVALCI MLADIH V SVET TEHNIKE	36
Z DOBRO INFORMACIJO DO PRAVE POKLICNE ODLOČITVE	42
ANALIZA UČINKOVITOSTI PROMOCIJSKIH AKTIVNOSTI NA ŠOLSLEM CENTRU CELJE	52
IZBERI POKLIC	64
LETAKI ZA PROMOCIJO POKLICEV	71
PORTAL WWW.BODIPROFI.SI	74

KAKOVOST PROMOCIJE POKLICNEGA IN STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA TER USPOSABLJANJA

Izvleček:

Promocija poklicnega in strokovnega izobraževanja ter usposabljanja (PIU) je storitev. Zagotavljanje kakovosti promocije ima določene specifike. Potrebno je ugotoviti zahteve in pričakovanja odjemalcev (bodoči dijaki, starši, širša javnost) in jih vgraditi v procese in sistem promocije. Z merjenjem vrzeli med pričakovanji odjemalcev in dejansko izvedbo promocije ocenjujemo kakovost opravljene promocije in jo po potrebi tudi izboljšamo.

Ključne besede: promocija, poklic, storitev, kakovost.

Abstract:

Promotion of Vocational Education and Training (VET) is a service. Managing service quality has its own specific. It is necessary to determine the requirements and expectations of consumers (including prospective students, parents, general public) and build them into the processes and promotion system.

By measuring the gap between consumer's expectations and the actual execution of promotions assess quality of promotion and, if necessary, improved.

Key words: promotion, profession, service, quality.

Promocija poklicnega in strokovnega izobraževanja ter usposabljanja (PIU) je tehnično gledano storitev. Izraz storitev izhaja iz latinskega izraza »servio«, ki pomeni tudi: delati za nekoga, streči, skrbeti zanj, pomagati komu oziroma narediti nekaj zanj, ustrezati, ravnati se po čem, odslužiti, skrbeti, izvajati, posluževati, oskrbovati, ponujati, delovati, zadovoljevati, vesti se. Storitve lahko opredelimo kot procese, ki jih za druge opravljajo ljudje, in kot ponudnikovo izvajanje aktivnosti, ki odjemalcu daje korist. Včasih so nujno zahtevale osebni stik med odjemalci in izvajalci storitev, danes pa se lahko izvajajo tudi preko spleta ali drugih medijev komunikacije na daljavo, pri čemer je ta lahko celo učinkovitejša.

Zagotavljanje kakovosti storitev se razlikuje od zagotavljanja kakovosti izdelkov, saj imajo le-te mnogo dimenzij, ki jih ločijo od izdelkov.

- Storitve so tipično neotipljive. Pogosto je malo ali nič otipljivih fizičnih sledi po izvedbi storitve.
- Storitev ni mogoče uskladiščiti, nehajo obstajati, ko so izvedene. Uskladiščene so lahko le v obliki izkušnje odjemalca. Učinki storitev so lahko kljub njihovi minljivosti prav zaradi tega dolgotrajni in pomembni. Organizacije morajo razviti sistem za pravočasno zadovoljevanje zahtev in potreb odjemalcev, brez »zaloga«. Storitve so neuporabne, če niso porabljene, ko so na razpolago.
- Produkcija in poraba večine storitev sta simultani. Storitve ni mogoče ločiti od izvajalca ali prodajalca, odjemalec je najpogosteje del storitvenega procesa.
- Variabilnost kot funkcija storitvenega osebja in pogosto osebnega stika je visoka, zato je uporaba klasičnih standardov kakovosti še toliko težja. Prav tako tudi ugotavljanje in zagotavljanje njene kakovosti.
- Največkrat v nasprotju s fizičnimi izdelki storitve ne moremo videti, okusiti, potipati, slišati ali povonjati, preden jo kupimo oz. porabimo. Da bi odjemalci zmanjšali svojo negotovost glede svojih pričakovanj, iščejo dokaze o kakovosti storitve. Po prostoru, opremi, osebju, promocijskem gradivu in ceni sklepajo, kakšna bo kakovost storitve.

Storitev promocije PIU ima še dodatne specifične, predstavljene nadaljevanju, ki jo ločijo od »povprečnih« storitev.

- Storitev promocije ni plačljiva. Cena tako ne deluje kot faktor konkurenčnosti storitve.
- Promocija PIU je lokalnega značaja. Večina mladih se za izobraževanje in usposabljanje še vedno praviloma odloča pri ponudnikih znotraj regije. Zato medregionalna in globalna konkurenčnost nima motivacijskega vpliva na izboljšanje kakovosti te storitve.
- Promocija PIU ni sistemsko urejena, v glavnem poteka kot posledica notranje motivacije zaposlenih v izobraževalnih institucijah in združenjih delodajalcev, za zagotavljanje priliva »odjemalcev« izobraževalnih institucij, pokrivanja potreb na trgu dela in sledenje strateškim usmeritvam gospodarstva in države.
- Slaba kakovost izvedene promocije PIU pomeni izgubljeno priložnost. Reklamacij praktično ni, tudi če so, je njihovo reševanje zelo težko.
- Kakovostna izvedba promocije PIU lahko pomemben in dolgoročen vpliv na kakovost življenja mladih, gospodarstvo in blaginjo celotne države.

Prav zaradi zadnje specifične je kakovost promocije PIU še toliko pomembnejša.

Kako torej definirati kakovost storitve in kakovost promocije PIU? Kako jo meriti? Zaradi vseh specifik storitev je edini pravi »meter« kakovosti odjemalec, v našem primeru promocije potencialni dijak, njegovi straši in širša javnost.

Odjemalci storitve ocenjujejo njeno kakovost na podlagi vtisov in zadovoljstva, ki ga pridobijo med uporabo storitve – princip »kritičnega trenutka« ali »trenutka resnice« tako za odjemalca kot za izvajalca.

Odjemalčevo zadovoljstvo je kratkoročna čustvena reakcija na določen proces storitve. Ocena njene kakovosti je odvisna od primerjave pričakovanj in morebitnih izkušenj z njihovo percepcijo dejansko izvedene storitve.

Kakovost storitve je namreč odjemalčevo dolgoročno oceno o izvedbi storitve.

Pri tem je potrebno upoštevati, da postajajo odjemalci storitev:

- vedno bolj informirani in ozaveščeni – njihov odnos se tudi zaradi recesije temeljito spreminja; bolj prepoznavajo svoje potrebe, pričakovanja in skrbi;
- vse bolj izbirčni – previdneje se odločajo in so bolj osredotočeni na pravo vrednost ponujene storitve; če storitev ne zajema prave vrednosti za odjemalca, ki pokriva njegove potrebe in rešuje njegove težave, je to izgubljena priložnost;
- vedno bolj občutljivi – če so iz katerega koli razloga nezadovoljni, odidejo; njihova toleranca do najmanjših napak in slabe kakovosti je izjemno nizka;
- zahtevnejši glede osebnih izkušenj – individualno krojeno storitev so namreč že izkusili, zato ne pristajajo, da so obravnavani kot številka;
- osveščeni, saj uporabljajo socialna omrežja in mnenja »online« prijateljev kot vir informacij – vsako informacijo v povprečju prebere preko 40 oseb; če organizacije ni na socialnih omrežjih, zamuja veliko priložnost.

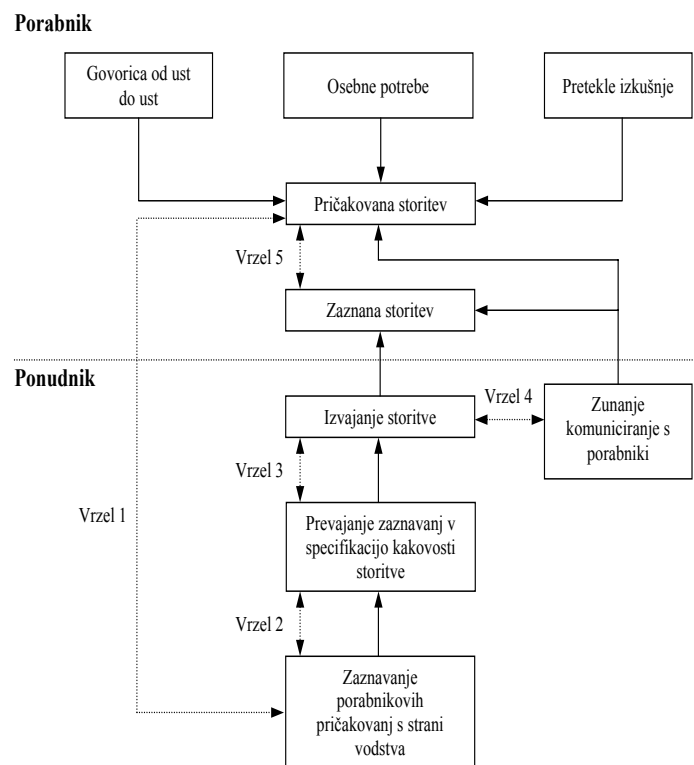
Če torej med pričakovanji odjemalcev in dejansko kakovostjo storitve nastane vrzel, jo je potrebno zapreti, torej povečati kakovost storitve in se približati ali celo preseči pričakovanja odjemalcev. Pri tem je potrebno vedeti naslednje:

- višji nivo izvedbe storitve vodi k dvigu pričakovanj;
- če so pričakovanja večja od izvedbe, zaznana kakovost ni zadovoljiva; to še ne pomeni nujno slabe kakovosti izvedene storitve, ker je zaznava relativna in odvisna od iniciranih pričakovanj, kar je potrebno upoštevati pri meritvah.

Ta koncept definira kakovost storitve kot funkcijo vrzeli med odjemalčevimi pričakovanji in zaznavanjem dejansko izvedene storitve. Na to vrzel pa vplivajo tudi številne druge vrzeli znotraj organizacije (Slika 1):

- vrzel 1: pričakovanja odjemalcev – vodstveno zaznavanje odjemalčevih pričakovanj;
- vrzel 2: vodstveno zaznavanje pričakovanj odjemalcev – neustrezne specifikacije storitvenih procesov;
- vrzel 3: specifikacije storitvenih procesov – dejansko izvedena storitev;

- vrzel 4: dejansko izvedena storitev – zunanje komuniciranje glede storitve;
- vrzel 5: pričakovana storitev – dejansko izvedena storitev.



Slika 1: Model vrzeli [1]

Ker se storitve (tudi promocija PIU) vse pogosteje opravljajo preko spleta, je potrebno omeniti tudi vrzeli pri spletni interakciji. To so:

- informacijska vrzel zaradi nepravilnih ali pomanjkljivih informacij;
- oblikovalska vrzel zajema različne vidike oblikovanja in delovanja spletne strani;
- komunikacijska vrzel, ki vključuje nekredibilne obljube.

Dimenzije kakovosti storitev, po katerih jih presojava, so različne. Poleg objektivne (standardne, skladne s specifikacijami) dimenzije, ki jo je mogoče tako ali drugače meriti, obstaja še subjektivna dimenzija (zaznavanje odjemalcev glede na pričakovanja, izkušnje, vrednote ...), ki jo je težko oz. brez sodelovanja odjemalca skoraj nemogoče meriti.

Različni avtorji navajajo različne dimenzije kakovosti storitev, ki jih je potrebno zagotavljati in meriti. Združimo jih lahko v štiri skupine:

- tehnična kakovost – vključuje usposobljenost osebja, uporabo tehnološke opreme in oblikovanje celotnega servisnega sistema ter procesov;
- integracijska kakovost – kako različni storitveni procesi delujejo povezano;
- funkcionalna kakovost – nadzor vseh vidikov izvedbe storitve za odjemalce (stil, okolje, dostopnost ...);
- izvedbena kakovost – kako dejanska storitev ustreza zahtevam specifikacij/standardov in potrebam/pričakovanjem odjemalcev.

Pričakovanja odjemalcev storitev glede na dimenzije kakovosti so navadno racionalna in osnovna. Pri promociji PIU odjemalci tako pričakujejo osnovne informacije o poklicih, možnostih izobraževanja in možnostih, ki jih ponuja ponudnik izobraževanja in usposabljanja, vendar so pričakovanja odvisna tudi od okoliščin. Čas in izkušnje z nadpovprečno storitvijo povečujejo pričakovanja.

Odjemalci imajo tudi »cono tolerance«, razliko med pričakovanji in možnostmi. Želen nivo storitve je funkcija prejšnjih izkušenj, sprejemljiv nivo pa funkcija pričakovanj, predvidevanj in dostopnih alternativ. Če teh ni, se cona tolerance poveča, če so, se omenjena cona zmanjša. Odvisna je tudi od posameznika, različnih vidikov storitve in izkušenj. Večja je pri storitvenih procesih in manjša pri pričakovanih rezultatih in koristih. Cona tolerance se zmanjša po slabi izkušnji, toda cilj izvajalca storitve naj ne bo preskušanje širine cone tolerance odjemalcev. Edini pravi cilj je preseganje njihovih pričakovanj. S tem bo ustvarjeno posebno zadovoljstvo odjemalcev, ki je ključ do uspešnega doseganja vsebinskih ciljev in rezultatov vsake storitve.

Merjenje kakovosti storitve je torej tesno povezano z

odjemalčevo percepcijo storitve. Najbolj znan model za merjenje kakovosti je model SERVQUAL (okrajšava ang. Service quality), kjer odjemalci storitev odgovarjajo na 22 trditev o tem, kakšno storitev bi morala organizacija ponujati in kakšno storitev v resnici ponuja (Slika 2).

Model je torej sestavljen iz dveh delov, v vsakem anketirani porabniki storitve odgovarjajo na 22 trditev. Prvi del meri pričakovanja porabnikov: kakšna naj bi bila po njihovem mnenju odlična storitvena organizacija, drugi del pa meri zaznavanje porabnikov: kakšno storitev storitvena organizacija v resnici ponuja. Sedemstopenjska ocenjevalna lestvica za merjenje obsega trditve, ki jih odjemalci ocenjujejo v razponu »močno se strinjam« do »sploh se ne strinjam«.

Rezultati so izraženi kot razlika med pričakovanji in zaznavanji ter so pogosto negativna števila, saj so porabniki razočarani, kadar so njihova pričakovanja večja od zaznane kakovosti.

Modelu SERVQUAL očitajo, da meri zaznano kakovost storitev v določenem časovnem trenutku, ne razlaga pa samega procesa uporabnikovega zaznavanja in vzrokov, ki so privedli do takšnega zaznavanja. Zato je bil deležen že številnih modifikacij.

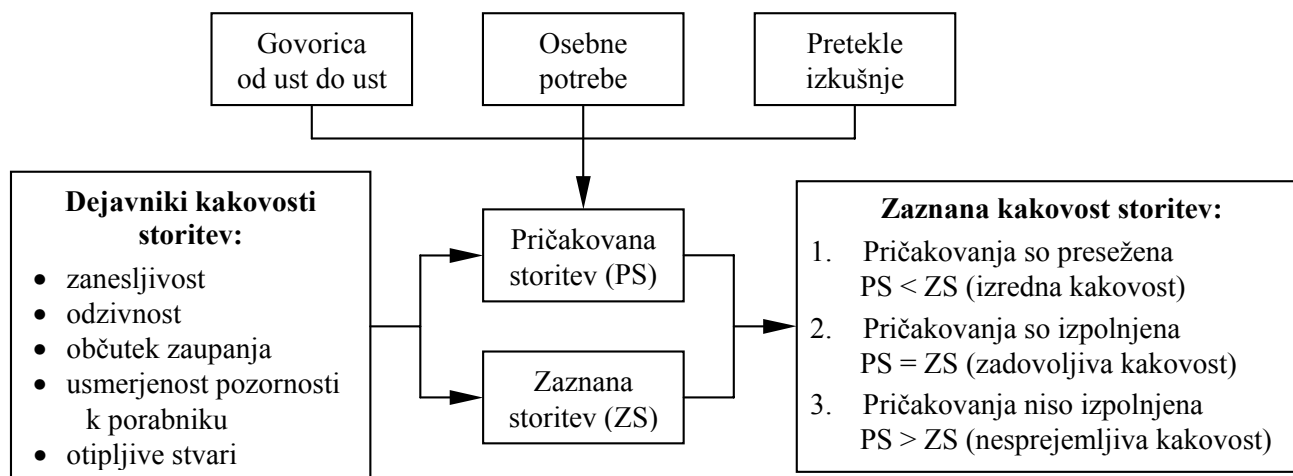
Ena od njih je model SERVPERF (okrajšava ang. Service Performance), ki meri zaznano kakovost storitev, torej le izkušnje porabnika z določeno storitvijo in ne razlike med pričakovanji in izvedbo.

Avtorji menijo, da na kakovost storitev neposredno vpliva le zaznavanje izvedbe storitve in da merjenje samo zaznavanja izvedbe daje boljše rezultate o kakovosti storitve.

V organizaciji mora zmeraj obstajati prepričanje, da je kakovost storitev vedno mogoče izboljšati, da za dobro ali slabo kakovost ni objektivnih razlogov, vedno je odgovoren človek, zato je izjemno pomembna usposobljenost in motiviranost osebja.

Zato mora osebje:

- vedeti, kako mora delati;
- biti sposobno izpolniti postavljene zahteve oziroma doseči predpisane zahteve kakovosti;
- znati ločiti slabo delo od dobrega;
- vedeti, kaj narediti, da bodo preprečili slabo delo;
- vedeti, kaj storiti, če slabega dela ne morejo preprečiti;
- poznati posledice slabega dela.



Slika 2: Model SERVQUAL [2]

S tem preprečimo vrzel 3, hkrati povečamo tudi njihovo zadovoljstvo, motiviranost in pripadnost organizaciji, zmanjšamo pa število stresnih situacij.

Ko organizacija uspešno identificira pričakovanja odjemalcev in jih pretvori v storitveni sistem, usposobi osebje. Potem mora izpolniti obljube in se izogniti vrzeli 4. Ustrezen sistem merjenja kakovosti storitve to zagotavlja in je kritični element v vsaki strategiji storitev. Ta zajema raziskave in evalvacije tako med osebjem kot med odjemalci. Pristopi so lahko različni: od osebnih pogovorov, intervjujev, diskusij, anketiranja do »navideznih« odjemalcev. Koristna sta tudi zbiranje in analiza pritožb odjemalcev, pohval in spremljanje zunanjih komunikacij. Toda pri analizi pritožb moramo biti posebej pozorni. Ti vedno niso pravi pokazatelj kakovosti opravljene storitve. Nezadovoljni odjemalci praviloma iz različnih vzrokov tega ne sporočijo izvajalcu oziroma to sporoča le manjši delež.

Za izboljšanje kakovosti storitve je tako esencialnega pomena, da od odjemalcev dobimo čim bolj realno povratno informacijo o izvedeni storitvi, da jih spodbujamo k dajanju povratnih informacij, tudi konstruktivnih kritik v primeru, da njihova pričakovanja niso

uresničena. Omogočiti jim moramo dostopne kanale in načine za podajanje njihovega mnenja.

Najpomembneje pa je, da vse pridobljene informacije analiziramo in jih uporabimo za izboljšanje kakovosti storitvenih procesov. Samo tako lahko zmanjšamo vrzeli med pričakovanji in dejansko izvedenimi storitvami. Z neprestanimi izboljšavami storitvenih procesov lahko povečamo zadovoljstvo odjemalcev ali celo presežemo njihova pričakovanja.

Viri:

- [1] Bateson, J. E. G., Hoffman, K. D. (1999). Managing Services Marketing. Fort Worth: The Dryden Press.
- [2] Fitzsimmons, J. A., Fitzsimmons, M. J. (1998). Service Management. Boston: McGraw-Hill.
- [3] Kotler, P. (2004). Management trženja. Ljubljana: GV založba.
- [4] Lewis, B. R. (2002). Service quality. Manchester: Manchester school of management.
- [5] Potočnik, V. (2000). Trženje storitev. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- [6] Snoj, B. (2003). Marketing storitev. Koper: Visoka šola za management.

Avtor:

Denis Kač, univ. dipl. inž.,
vodja vsebinskega področja Promocija PIU v okviru projekta
Munus 2
Šolski center Celje, Pot na Lavo 22, Celje
denis.kac@guest.arnes.si

Lektorica:

Simona Črep, prof.
Šolski center Celje, Pot na Lavo 22, Celje
simona.crep@guest.arnes.si

»OLIMPIJADA POKLICEV« - VELIKA PRILOŽNOST ZA PROMOCIJO POKLICNEGA IN STROKOVNEGA IZOBRAŽEVANJA

Izvilleček:

Olimpijada poklicev je sistem tekmovanj v poklicnih spretnostih na državni ravni. Kot vsa tekmovanja ima tudi Olimpijada poklicev cilj izbrati najboljše strokovnjake iz posameznih poklicnih področij. Ti z zmago postanejo člani državne reprezentance za udeležbo na vseevropskem tekmovanju Euroskills. Kljub tekmovalnemu duhu pa je osnovni namen teh dogodkov popularizacija poklicnega in strokovnega izobraževanja ter zavedanje pomena ohranjanja celotne palete poklicev na vseh strokovnih področjih. Državno tekmovanje Olimpijada poklicev je v Sloveniji prvič potekalo 21. in 22. januarja 2010 na Tehniškem šolskem centru Nova Gorica, in sicer v kategorijah informatika in mehatronika. Zmagovalni ekipi bosta skupaj z ekipami frizerjev, lesarjev, aranžerjev in gostincev sestavljali slovensko državno reprezentanco, ki bo novembra 2010 potovala na vseevropsko tekmovanje na Portugalsko.

Ključne besede: Olimpijada poklicev, tekmovanja, poklicne spretnosti, promocija poklicev.

Abstract

Skills Olympics is a system of competitions in vocational skills on the national level. As any competition, Skills Olympics aims at choosing the best experts from individual vocational fields. Winning in individual competitions grants the selected experts membership in the national representative team which will take part at the European competition Euroskills. Beside the competitive spirit the main purpose of suchlike events consists in promoting vocational and professional training and education, and awareness that the preservation of various professions in all professional fields is of major significance. For the first time, the Technical School Centre Nova Gorica, Slovenia, hosted the national competition Skills Olympics on 21st – 22nd January 2010 in skills areas of Information Technology and Mechatronics. The winning two teams including the hairdressing, woodcraft, floristry, and catering teams will be part of the Slovenian national representative team at the European competition Euroskills in Portugal in 2010.

Key words: Euroskills, competition, vocational skills, promotion of professions.

Trobilni kvintet zaigra slovensko himno in himno Evropske unije. Povezovalka prireditve pozdravi zbrane. Na vrsti je predstavitev tekmovalnih ekip in seveda spodbudni aplavzi zanje. Slovesno se nadaljujejo govori predstavnikov raznih institucij, ki so tekmovanje omogočili in podprli. »Današnje in jutrišnje tekmovanje je kvalifikacija za Olimpijado poklicev, ki bo konec leta na Portugalskem. Ne glede na to, kdo bo jutri razglašen za zmagovalca, ste že danes vsi zmagovalci, vsi, ki ste prišli na tekmovanje in imate veliko znanja ... Znanje ni vse, a brez njega je vse drugo skoraj nič. Vse znanje in množenje tega naj se ne konča s piko, ampak z vprašajem,« spodbudi mlade tekmovalce in obiskovalce prisotni podžupan. Sledi pozdravni nagovor direktorja Tehniškega šolskega centra Nova Gorica ter odgovornega organizatorja tekmovanja in uvodna slovesnost Olimpijade poklicev je zaključena.

S tem pa se dogajanje na tekmovališču in na odru šele začne. V nadaljevanju imajo glavno vlogo znanje, poklicne spretnosti in iznajdljivost tekmovalcev. Dobrodošli na Olimpijadi poklicev - olimpijadi iz informatike in mehatronike, ki leta 2010 poteka na Tehniškem šolskem centru Nova Gorica.



Slika 1: Namestitve opreme in prihod tekmovalcev

Tekmovanje svetovnih razsežnosti

Večina nas je že slišala za olimpijado iz različnih športnih disciplin. Tudi za šahovsko, matematično, fizikalno, kemijsko ... Olimpijada poklicev pa je v Sloveniji novost. V letu 2010 so se prvič izvedla takšna tekmovanja, in sicer v naslednjih panogah: informatika, mehatronika, aranžerstvo in lesarstvo. Olimpijada poklicev je torej sistem tekmovanj v poklicnih spretnostih na državni ravni. Njen cilj je izbrati najboljše strokovnjake s posameznih poklicnih področij. Ti z zmago postanejo člani državne reprezentance za udeležbo na vseevropskem tekmovanju Euroskills. Kljub tekmovalnemu duhu pa je osnovni namen teh dogodkov popularizacija poklicnega in strokovnega izobraževanja ter zavedanje pomena ohranjanja celotne palete poklicev na vseh strokovnih področjih.

Pobuda za tekmovanje Euroskills, ki je prvič potekalo leta 2008 v Rotterdamu na Nizozemskem, je prišla s strani evropskega komisarja za izobraževanje in kulturo Jana Figela. Evropska komisija je projekt tudi finančno podprla, saj je v Evropi zaradi zmanjšane vpisa mladih v programe poklicnega in strokovnega izobraževanja na trgu dela primanjkovalo kadra s takšno izobrazbo.

Ideja Euroskills tekmovanj je pravzaprav skladna z idejo Worldskills tekmovanj, ki imajo po svetu že več kot 50-letno tradicijo. Slednje ima začetke v letu 1946, ko je v Španiji izredno primanjkovalo delavcev s poklicno izobrazbo. José Antonio Elola Olaso, takratni generalni direktor španske mladinske organizacije, je uvidel, da je potrebno prepričati mlade, njihove starše, učitelje in bodoče delavce, da njihova prihodnost temelji na učinkovitem sistemu poklicnega izobraževanja. Tekmovanje v poklicnih spretnostih bo najprimernejša oblika za doseg tega cilja: med mladimi bo izzvan tekmovalni duh, odrasli se bodo pogovarjali o tekmovanju, predstavljenih poklicih in rezultatih, obiskovalci pa bodo spoznavali veliko različnih gospodarskih panog.



Slika 2: Logotipi tekmovanj v poklicnih spretnostih na državnem, evropskem in svetovnem nivoju

Slovenski dijaki in študentje so na Euroskillsu že pokazali, kaj znajo

Tekmovanje Euroskills je bilo prvič izpeljano v Rotterdamu od 18. do 20. septembra 2009, kar pomeni, da je organizacijo prevzela Nizozemska. Uradno je tedaj nastopilo 416 tekmovalcev iz 30 držav. Odvijalo se je tekmovanje v 49 poklicih znotraj 6 poklicnih panog.

Euroskills je tekmovanje mladih od 18 do 25 let v poklicnih spretnostih. Od tekmovalcev se pričakuje, da že imajo razvite poklicne spretnosti oz. tiste, ki so jih pridobili kot zaposleni ali z delovnimi izkušnjami pri delodajalcih z opravljanjem praktičnega usposabljanja. Poudarek je na aplikativnih znanjih in v tem smislu so sestavljene tudi tekmovalne naloge. Tekmovanje lahko poteka med skupinami ali med posamezniki in ima z vsakega poklicnega področja predsednika žirije in sodnike. Število sodnikov je odvisno od vrste tekmovanj, navadno pa je sodnikov toliko, kot je tekmovalcev oziroma skupin. Sodniki pred samim tekmovanjem namreč prevzamejo vlogo mentorja za nacionalne tekmovalce. Sistem ocenjevanja pa zagotavlja, da na tekmovanju sodnik nikoli ne ocenjuje svoje skupine.

Pogoj za sodelovanje na Euroskills tekmovanjih je članstvo države v Evropskem združenju za promocijo poklicnih spretnosti (ESPO). Slovenija je postala članica ESPO aprila letos. Za Slovenijo je prevzel članstvo v tej organizaciji Center RS za poklicno izobraževanje. Na slednjem pravijo, da želijo, da bi bila Slovenija v bodoče številčno zastopana tako na tekmovanjih na Euroskills kot tudi Worldskills. Hkrati si seveda želijo kar najboljšega sistema predizbora tekmovalcev, ki je po njihovem mnenju možen le preko ustreznih državnih tekmovanj.

Slovenija je bila na Euroskillsu 2009 v Rotterdamu zastopana samo na področju informacijsko-komunikacijske tehnologije, in sicer s skupino štirih tekmovalcev s Tehniškega šolskega centra Nova Gorica. Tekmovalna naloga se je glasila: vzpostavitev slovenske pisarne, ki vključuje spletno stran, telefonijo in pošto. V konkurenci 10 ekip iz prav toliko držav je naša ekipa zasedla dobro 6. mesto.

Valentino Furjan, vodjo ekipe, smo vprašali, kaj je nanjo na evropskem tekmovanju iz poklicnih spretnosti naredilo največji vtis. »Največji vtis je name naredilo to, da so bili nekateri poklici, ki spadajo med tako imenovane deficitarne poklice v Evropi, predstavljeni kot nekaj posebnega in v pozitivni luči, medtem ko jim pri nas pripisujemo manjvredno funkcijo. Na primer poklic čistilec je bil predstavljen na visokem, profesionalnem nivoju. Tekmovalci so morali poznati različne načine čiščenja in stroje ter naprave, ki jih uporabljajo samo večja, specializirana podjetja. Prav tako ne bom pozabila na čudovit kampus, kjer je naša ekipa bivala, in na zadnji večer, ko smo se spoznali in spoprijateljili z našimi sosedi in sotekmovalci s Finske,« je povedala študentka Valentina, ki je zaradi svojega strokovnega znanja zastopala Slovenijo na prvem Euroskills tekmovanju.

Naslednje tekmovanje Euroskills 2010 bo potekalo od 23. do 26. novembra 2010 v Lizboni na Portugalskem. Udeležili se ga bodo tudi tekmovalci iz Slovenije, in sicer v naslednjih poklicnih panogah: cvetličarstvo, aranžerstvo, frizerstvo, informatika, mehatronika, lesarstvo, gostinstvo in strežba.

V čem je promocijska moč tekmovanja?

Miho Lovšina, vodjo uveljavljanja in spodbujanja poklicnega in strokovnega izobraževanja na Centru RS za poklicno izobraževanje, smo povprašali, v čem je po njegovem mnenju promocijska moč tovrstnih tekmovanj.

»Tekmovanje v poklicnih spretnostih zadene v samo bistvo povezovanja socialnih partnerjev in udeležencev poklicnega izobraževanja, saj je namenjeno prav srečevanju delodajalcev, izobraževalcev, bodočih dijakov in njihovih staršev. Izurjeni tekmovalci pa istim ciljnim skupinam na privlačen način predstavljajo poklicne spretnosti, s čimer izvajajo najbolj neposredno promocijo poklicev. Po pravilu je na takih tekmovanjih možno posamezno poklicno spretnost tudi preizkusiti, kar predstavlja še dopolnitev že omenjeni neposredni promociji. Zato v Sloveniji spodbujamo udeležbo mladih na tekmovanjih v poklicnih spretnostih Euroskills,« je obrazložil Lovšin.

Podatki nekaterih držav, ki že imajo dolgoletno tradicijo tovrstnih tekmovanj, so spodbudni. Finska med letoma 2002 in 2008 beleži 8% porast vpisa v poklicne in strokovne izobraževalne programe in 5% upad vpisa v splošno izobraževalne programe. Skills Finland, ki je leta 2005 v Helsinkih organiziral svetovno tekmovanje v poklicnih spretnostih Worldskills 2005, del vpliva na omenjeni trend pripisuje temu dogodku, saj je že samo tekmovanje, ki je bilo medijsko dobro podprto, pozitivno vplivalo na stališča državljanov do poklicnega in strokovnega izobraževanja.

»V tem smislu se nam zdi pomembna tudi organizacija tekmovanj v poklicnih spretnostih znotraj države Slovenije,« pravi Lovšin. »In prav temu izhodišču sledimo pri organizaciji Olimpijade poklicev. V okviru finančnih možnosti le-to trenutno organiziramo večkrat v letu v okviru različnih panožnih dogodkov (Flora, Lesariada, ipd.). Edini samostojni dogodek je v letu 2010 organiziral Tehniški šolski center Nova Gorica za področje informatike in mehatronike, vendar pa je to za enkrat izjema. Na tak način torej vzpostavljamo mehanizem kvalifikacij za tekmovanje Euroskills. Zavedamo pa se, da bo resnični potencial v smislu povezovanja socialnih partnerjev in zviševanja ugleda poklicev dosežen šele

z enotnim, medijsko dobro podprtim dogodkom Olimpijada poklicev,« še dodaja.

Olimpijada poklicev – tudi priložnost za promocijo Tehniškega šolskega centra Nova Gorica



Slika 3: Slavnostni govornik Elido Bandelj, direktor Centra RS za poklicno izobraževanje

Slika 4: Slavnostni govornik Miran Saksida, vodja Olimpijade poklicev iz informatike in mehatronike



Januarja 2010 je v prostorih Tehniškega šolskega centra Nova Gorica potekalo dvodnevno državno tekmovanje Olimpiada poklicev v kategorijah informatika in mehatronika. Zmagovalni ekipi bosta skupaj z ekipami frizerjev, lesarjev, aranžerjev in gostincev sestavljali slovensko državno reprezentanco, ki bo novembra 2010 potovala na vseevropsko tekmovanje Euroskills na Portugalsko. Na kvalifikacijah v Novi Gorici so sodelovali študenti in dijaki iz različnih srednjih in višjih slovenskih strokovnih šol: Šolski center Ptuj, Tehniški šolski center Kranj, Šolski center Velenje, Elektrotehniško-računalniška strokovna šola in gimnazija Ljubljana in Tehniški šolski center Nova Gorica. Prvega državnega tekmovanja srednješolcev in študentov v

informatiki in mehatroniki se je udeležilo osem ekip. Opremo za izvedbo tekmovalnih nalog so prispevala različna podjetja. Prizorišče pa je bilo urejeno v obliki realnega delovnega okolja, v katerem so tekmovalne ekipe dokazovale kompetenčno obvladovanje poklicnih spretnosti pri reševanju problemov v stroki.

Naloga informatikov je bila postavitve vse potrebne IKT tehnologije in programske opreme, ki bi omogočala izvajanje storitev podjetju, ki ima svoje podružnice v več slovenskih regijah. Tekmovalci s področja mehatronike pa so morali z uporabo delovnih postaj, ki so simulirale procese prelaganja, testiranja in sortiranja, realizirati proces krmiljenja le-teh, povezovati pare postaj v kompleksnejši sistem ter odpravljati napake v sistemu.

Nalogo na področju informatike je najbolje opravila ekipa z Elektrotehniško-računalniške strokovne šole in gimnazije Ljubljana, na poklicnem področju mehatronika pa se je najbolj izkazala ekipa Tehniškega šolskega centra Nova Gorica. Zmaga ne dokazuje le visokega nivoja aplikativnih znanj članov tekmovalnih ekip, pač pa tudi uspešno spopadanje s časovno stisko, pritiskom medijev in učinkovito timsko delo.



Slika 5: Zmagovalna ekipa informatikov z Elektrotehniško-računalniške strokovne šole in gimnazije Ljubljana



Slika 6: Zmagovalna ekipa mehatronikov s Tehniškega šolskega centra Nova Gorica s svojim mentorjem

Na tekmovalje Olimpijada poklicev smo želeli poleg tekmovalnih ekip pritegniti čim več obiskovalcev, ki jih zanimajo tehnika in poklici, za katere izobražujemo na Tehniškem šolskem centru Nova Gorica. Pri organizaciji smo zaradi tega posebno pozornost posvetili spremljajočim aktivnostim, tako da so se vzporedno s samim tekmovaljem odvijale tudi številne predstavitve delodajalcev, društev, združenj in šol. Posebno živahno je bilo v učilnicah in laboratorijih, kjer so potekale delavnice za osnovnošolce iz lokalnega okolja, ki smo jih povabili na dogodek. Zanje smo pripravili poseben program: ogledali so si tekmovališče informatike in mehatronike in se vključili v eno izmed ponujenih delavnic za spoznavanje poklicev. V dveh dneh smo na šolskem centru tehniko in naravoslovje približali 232 učencem iz desetih osnovnih šol.

Učenci so lahko izbirali med delavnicami z naslednjih področij: lesarstvo, strojništvo, logistika, avtoservisna dejavnost, elektronika, energetika, zdravstvo, naravovarstvo, kmetijstvo in živilstvo. Aktivnosti v delavnicah so bile načrtovane tako, da so osnovnošolci lahko preizkušali svoje poklicne spretnosti.

V delavnici s področja strojništva so učenci v posebnem računalniškem programu sami narisali skico obeska za ključ.

Učitelj jim je pomagal, da je CNC-stroj »oživel« in iz kovine izrezal obesek, ki so ga lahko odnesli s seboj.

V avtoservisni delavnici je bilo učencem zaupano razdiranje bloka motorja, enega izmed najpomembnejših sestavnih delov avtomobila. Učenci so bili navdušeni, čeprav je bilo treba kasneje z rok drgniti črne dokaze njihove pridnosti.

V lesarskih delavnicah je bilo mogoče preizkušati lesarsko orodje, spoznati različne vrste lesa in načine obdelave le-tega.

Delavnica s področja logistike je učence popeljala na krajše virtualno potovanje. Učenci so preizkusili IKT-orodja, ki logistom pomagajo organizirati čim hitreje, cenejše in seveda varne Transporte. Učence je zanimalo tudi, kako hitro so sposobni reagirati v prometu, zato so na posebni napravi, izdelani na Centru, izmerili svoj reakcijski čas.

V delavnici s področja elektronike so učenci nameščali elemente na tiskano vezje in izdelali utripalnik, ki opravlja funkcijo varnostne kresničke v prometu. Da bo pot do ciljev varna ... Pri energetiki so učenci spoznali proizvodnjo alternativne energije s pomočjo miniaturne vetrne elektrarne. Preizkusili so se v električnem povezovanju. Če je žarnica zasvetila, so vedeli, da so rojeni za elektroinstalaterje.

Profesorice zdravstvene vzgoje so učence učile higienskega umivanja in razkuževanja rok. Presenetilo jih je spoznanje, koliko mikroorganizmov lahko še ostane na rokah po površno izvedenem postopku – to jim je pokazal detektor razkuževanja rok. Dekleta in fantje so se preizkusili tudi v previjanju dojenčka. Za konec so si še pravilno nadeli zaščitne rokavice, kapo in masko.

Učenci, ki jih zanima naravovarstvo in kmetijstvo, so imeli priložnost spoznavati čiščenje vode s peščenim filtrom. Za izdelavo peščenih filtrov so uporabili plastenke brez dna, v katere so nasuli pesek različne granulacije, mivko in aktivno oglje. V tako pripravljene filtre so nalili kalno vodo in primerjali učinkovitost filtracije. Merili so čas, ki je bil potreben, da se je voda prefiltrirala, ter vizualno ocenili čistost vode, ki se je pretočila skozi različno sestavo filtra.

Dijaki Biotehniške šole iz programa Gastronom hotelir so se učencem osnovnih šol predstavili z delavnico Čarobni svet serviet. Z oblikovanjem različnih figuric iz serviet je namreč mogoče na zanimiv način dekorirati mizo.

Slaščičarji so se na Olimpijadi poklicev predstavili z dekoracijo

piškotov. Osnovnošolci so z raznobarnim sladkorjem risali različne okraske po piškotih in s tem sproščali svojo ustvarjalnost. Bili so zelo izvirni in zadovoljni s svojim delom.



Slika 7: Spoznavanje poklicev s področja strojništva



Slika 8: Spoznavanje poklicev s področja energetike



Slika 9: Spoznavanje poklicev s področja elektronike



Slika 11: Spoznavanje poklica medicinska sestra/srednji zdravstvenik



Slika 10: Spoznavanje poklica slaščičar



Slika 12: Spoznavanje poklica naravovarstveni tehnik

In kako so se osnovnošolci počutili pri nas?

Aktiv tehnikov iz Osnovne šole Šturje Ajdovščina je takole strnil vtise učencev: »Januarja 2010 so se naši učenci udeležili Olimpijade poklicev na Tehniškem šolskem centru Nova Gorica. Izbrali so si poklicno področje, ki jih zanima, in se udeležili delavnice. Nad aktivnostmi so bili navdušeni, saj se je večina prvič srečala s konkretnimi delovnimi nalogami in jih poskušala izvesti. Praktična izkušnja je bila za učence neprecenljiva. Ogled samega tekmovanja je bil morda nekoliko zahteven za osnovnošolce, a so kljub temu z zanimanjem opazovali mlade strokovnjake, predvsem pa razstavljeno opremo. Z izvedbo smo bili zelo zadovoljni in bi se želeli tudi v prihodnje udeležiti podobnih predstavitev. Menimo, da je ozaveščanje učencev o tehniških poklicih še kako potrebno in dobrodošlo.«

Na osnovnošolce iz Goriških brd sta največji vtis naredila prizorišče tekmovanja, ki je bilo urejeno v obliki realnega delovnega okolja, in tekmovalni duh udeležencev. »Po ogledu tekmovanja so se učenci lahko razporedili v delavnice spoznavanja poklicev z različnih področij, kjer jih je najbolj navdušila možnost aktivne udeležbe oziroma izdelave izdelka. Učenci so delavnice ocenili kot koristne in uporabne,« so mnenja svojih učencev strnili učitelji Osnovne šole Dobrovo.

Upamo, da so se tudi ostali obiskovalci Olimpijade poklicev dobro počutili in kaj zanimivega izvedeli ter poskusili. Za nas, organizatorje, je bil dvodnevni dogodek v imenu spodbujanja zanimanja za poklicno in strokovno izobraževanje prijetna izkušnja.

Viri:

1. Olimpijada poklicev. Pridobljeno 12.4.2010 s spletne strani: http://pomoc.tsc.si/wiki/Olimpijada_poklicev
2. Euroskills. Pridobljeno 12.4.2010 s spletne strani:
3. <http://www.cpi.si/pripomocki-za-promocijo/prirocnik/euroskills.aspx>

Za podatke se posebno zahvaljujem Mihi Lovšinu s Centra RS za poklicno izobraževanje in Miranu Saksidi, vodji Olimpijade poklicev v Novi Gorici.

Avtorica:

Vanesa Frančeškin, univ. dipl. ped. in prof. soc.,
šolska svetovalna delavka
Tehniški šolski center Nova Gorica
Cankarjeva 10, Nova Gorica
vanesa.franceskin@tsc.si

Lektorirala: Bojana Modrijančič Reščič,
prof. slo. ter univ. dipl. etn. in kult. antrop.
Tehniški šolski center Nova Gorica
Cankarjeva 10, Nova Gorica
bojana.modrijancic-rescic@guest.arnes.si

POMEN TEHNIŠKIH DNI ZA PROMOCIJO PIU

Izvleček:

Na Šolskem centru Novo mesto so že pred leti spoznali, da se razmere na trgu izobraževanja zaostrejejo, saj se vsako leto v srednje šole vpiše manj otrok. Demografski problem jih je vzpodbudil k iskanju novih pristopov k promoviranju poklicev, za katere se lahko mladi pri njih izobražujejo. Poleg informativnih dni, dneva odprtih vrat in predstavitev poklicev ter srednjih šol Šolskega centra po osnovnih šolah v regiji so že pred leti začeli izvajati tehniške dneve za osnovnošolce.

Cilj prispevka je predstaviti pomen omenjenih aktivnosti, ki pustijo pri učencih neizbrisani pečat, tako da se zaradi prijetno in zanimivo preživetega dne mnogokrat odločijo za šolanje pri njih.

Ključne besede: promocija, tehniški dnevi, osnovnošolci.

Abstract:

At School center Novo mesto they realized a few years ago that the conditions on the market of education are worsening because every year there are fewer children enrolling into high schools. Demographic problem encouraged them to look for new ways of promoting professions that students can study for at this school. Besides information days, open door days and presentations of professions and schools within School center which take place in different elementary schools in the region, they also started organizing technical days for elementary school pupils a few years ago. The goal of this article is to show the importance of these activities for promotion of professions as these four hours leave a big mark on the pupils and many of them decide to continue their education at the school where they spent such an interesting and pleasant day.

Key words: promotion, technology days, pupils.

Promocija kot nuja današnjega dne

Tradicionalni koncepti marketinškega razmišljanja v neprofitnih organizacijah, tudi na področju šolstva, v preteklosti promociji niso posvečali posebne pozornosti. Izvajalci izobraževanja so sebe pogosto videli kot profesionalce, ki jim že njihova strokovnost narekuje, kaj bodo ponudili uporabniku, zato se jim ni zdelo potrebno skrbeti za promocijo.

Snoj (2000) navaja »vzroke za zapostavljanje marketinških znanj v izobraževalnih organizacijah:

- pomen izobraževanja za družbo presega profitni interes,
- zaostajanje ponudbe za povpraševanjem,
- lokalni monopol,
- marketinška znanja - so vsiljiva, dražijo storitve, ponudijo preveč informacij, ne prispevajo k izboljšanju ponudbe,
- uporaba marketinških znanj - zadovoljuje ozke interese, v škodo družbe povzroča neetično tekmovanje, favorizira bogata okolja«.

Vendar je isti avtor že pred leti opozarjal na spremembe, ki jih narekuje okolje, kot so: trgi odjemalcev, povečevanje konkurence, globaliziranje ponudbe, vpliv informacijske tehnologije, potreba po zadovoljevanju odjemalcev, naraščanje stroškov, demografska gibanja, ki zahtevajo, da zakonitosti marketinga prenesemo v šole.

Promocija je eno od pomembnih in ne nazadnje tudi najbolj vidnih aktivnosti marketinga, ki pripomore k pridobivanju in ohranjanju uporabnika. Devetak (2000, 116) promocijo opredeli kot »sestavni del marketinškega spleta in zajema vse tiste aktivnosti, s katerimi informira, spominja, preprečuje in povezuje potrošnike s proizvajalci«.

Kotler (1996, 596) je promocijski splet oblikoval kot:

- oglaševanje,
- neposredno trženje,
- pospeševanje prodaje,
- odnose z javnostmi in publiciteto,
- osebno prodajo.

Pri oblikovanju promocijskega programa Kotler (Kotler 1996, 599) navaja osem poglavitnih korakov:

- določitev ciljnega občinstva,
- opredelitev ciljev komunikacije,
- oblikovanje sporočila,
- izbiranje komunikacijskih kanalov,
- določanje celotnega proračuna za promocijo,
- izbiranje promocijskega spleta,
- merjenje učinkovitosti promocije,
- organiziranje in upravljanje povečane trženjske komunikacije.

Tudi šole se vedno bolj zavedajo pomena promocije, kajti prav s promocijo in z uporabo različnih tehnik promocije uporabnike informirajo o izobraževalnih programih in delu na šoli.

Promocija na Šolskem centru Novo mesto

Šole na ŠC Novo mesto v želji, da bi pridobile dijake, uporabljajo različne promocijske prijeme, s pomočjo katerih želijo uporabnikom predstaviti prednosti in koristi šole.

Bolj ko narašča konkurenca med šolami v regiji, pa tudi deloma med samimi šolami na Šolskem centru, boljše in izvirnejše so na področju promocije. Zavedajo se, da se morajo čim hitreje odzivati na potrebe trga.

Poznavanje uporabnikov je nujno, da lahko izberemo prava sredstva, načine in tehnike promocije.

Za komuniciranje z uporabniki pogosto uporabljamo model AIDA, ki obsega štiri različne procese, povezane s štirimi tehnikami:

- oglaševanje,
- osebna prodaja,
- pisna gradiva,
- promocijski dogodki (Trnavčević in Zupanc Grom 2000, 82).

Promocijske tehnike

Z novicami o dogajanju in različnih dejavnostih na Šolskem centru redno informirajo javnost v lokalnih medijih z namenom, da opozorijo nase in skušajo zgraditi dober ugled v javnosti.

Redno se poslužujejo tudi tehnike osebnega stika z internimi in eksternimi javnostmi. To tehniko uporabljajo na informativnih dnevih, roditeljskih sestankih, pri izvedbi kulturnih programov in predstavljanju različnih projektov, na sestankih z dijaki in sodelavci, in sicer z namenom, da bi javnosti opozorili na svoje delo, kar bi vplivalo na ugled šol in privabilo dijake; z internimi javnostmi pa krepijo sodelovalno kulturo in pripadnost šolam in Šolskemu centru.

Na šolah pripravljajo različna pisna gradiva, ki so namenjena internim in eksternim javnostim, da se seznanijo s programi šol, dejavnostmi šol, organizacijo in delom na šolah. Pripravljajo: publikacije, vabila, sporočila, glasila, poročila, obvestila, plakate, prospekte, zgibanke, voščila. Trudijo se, da so sporočila jasna, zanimiva in jezikovno dovršena; posebno pazijo na celostno podobo gradiv.

Šolski center je znan po dobro izvedenih promocijskih dogodkih, ki so namenjeni različnim javnostim. Prirejajo različne razstave v prostorih šol in v drugih ustanovah, prireditve za dijake, starše in organizacije, s katerimi sodelujejo, različna tekmovanja.

Posebno pozornost namenjajo dnevom odprtih vrat oz. informativnim dnevom, saj tudi sicer »/.../ večina neprofitnih organizacij, ki so odvisne od podpore javnosti, redno odpira svoja vrata« (Hunt in Grunig 1995, 311).

Na dogodek se na šoli temeljito pripravijo in ga skušajo izpeljati učinkovito, ker se zavedajo, kot poudarja Pardy (1991, 199–201), da so ti dnevi priložnost za kandidate, da vidijo, kaj šola ponuja, in za šolo, ki se lahko istočasno predstavi širšemu krogu ljudi.

Posebno pozornost oziroma težo pa dajejo predstavitev poklicev in šol Šolskega centra po osnovnih šolah v regiji in tehničnim dnevom za osnovnošolce.

Tehniški dnevi

Namen učiteljev je bil izdelati učinkovit model za promocijo deficitarnih poklicev, predvsem za spodbujanje osnovnošolcev za poklice, za katere izobražujejo na njihovih šolah, pa ni zanimanja za vključitev v te programe izobraževanja. Z izvajanjem tehniških dni pomagajo osnovnošolcem do boljše informiranosti o izobraževanju in poklicih, omogočijo jim razvijanje interesov in prepoznavanje sposobnosti ter jim pomagajo pri poklicni odločitvi.

Z gotovostjo lahko rečejo, da so njihovi napor s tehničnimi dnevi poplačani s praktično enakim vpisom za naslednje šolsko leto kljub manjši populaciji otrok v devetih razredih.

To njihovo oceno potrjujejo rezultati ankete, ki je bila izvedena v okviru projekta MUNUS 2, kjer je bilo anketirano 2473 učencev in dijakov iz vse Slovenije in v kateri je skoraj 70 % anketirancev izjavilo, da je imel eno od ključnih vlog pri odločitvi za bodoči poklic in izbiro šole obisk srednje šole v okviru tehničnega dne; podobno vlogo pri odločitvi za nadaljnje šolanje pa je imel tudi obisk šol na informativnem dnevju.

Tudi na Šolskem centru so želeli izvedeti, ali podatki držijo tudi za njihove letošnje prvošolce, zato so izvedli kratko anketo. Dijaki so odgovarjali na vprašanje, ali je obisk v okviru tehniškega dne vplival na njihovo odločitev za poklic in vpis na njihovo šolo. Med 72 % anketiranih dijakov prvih letnikov, ki so se udeležili tehniških dni na šoli, jih je 53 % obkrožilo, da je imel obisk šole največji vpliv na njihovo poklicno odločitev.

Tehniški dan lahko označimo kot najbolj direktno prodajo, saj si potencialni dijak lahko ogleda prostore, opremo, učitelje, druge dijake, začuti klimo na šoli. To je slika, ki jo osnovnošolec odnese s seboj in jo lahko pridobi samo na tak način. Na šoli se lahko pohvalijo, da dobivajo iz vseh šol zahvale za informativno bogate in v celoti prijetno izvedene tehniške dni. Posebej želijo poudariti, da je potrebno pri izvedbi paziti na dobro klimo, ki pa ne sme biti »pocukrana«, kajti učenci zelo hitro začutijo osladnost pri snubljenju za določeno šolo oziroma program. To poudarjajo zato, ker se vsi njihovi tehnični dnevi začnejo s kratko predstavitevjo posamezne šole oziroma šol in poklicev, kar pa je odvisno od

interesov osnovnih šol za vsebine delavnic. Včasih želijo samo delavnice s področja strojništva, včasih s področja gradbeništva in lesarstva, drugič si želijo ogledati delavnice s področja elektronike, kemijski laboratorij in računalniško učilnico. Zato ima vsaka šola svojega koordinatorja, ki potem s kolegi z drugih šol naredi izvedbeni načrt tehniškega dne.

Na šoli realizirajo vse faze, kot jih za učinkovito vodenje predstavitve zahteva Barnes (1993, 116):

- jasno definirane cilje,
- planiranje,
- učinkovito koordiniranje celotne predstavitve ter vsega osebja (dijakov in učiteljev),
- priprava reklamnega materiala,
- zbiranje naslovov potencialnih kandidatov in
- evalvacijo.

Z delavnicami so začeli tako, da so poslali na šole v regiji obvestilo, da za njihove in seveda za svoje promocijske potrebe izvajajo tehniške dneve. Zainteresirane šole se prijavijo na prijavnici na internetni strani ŠC ali pa direktno pri koordinatorjih posameznih šol.

Na začetku so izvedli delavnice samo za nekaj šol, danes je ta številka presegla 40 šol iz regije in izven nje.

Glede na dogovorjeni interes na šoli izdelajo načrt izvedbe tehniškega dneva, ki traja običajno od 8.00 do 12.00 ure. Pri tem se učenci izmenjujejo v različnih delavnicah na eni šoli ali celo na dveh. Običajno izdelajo kakšen izdelek, ki ga odnesejo s seboj.

Tehniški dnevi, ki jih izvajajo na šolah Šolskega centra, dosegajo svoj promocijski namen in so ena od nosilnih promocijskih aktivnosti na šolah.

Sklep

Predstavljene dejavnosti šole so pomembne, ker se potencialni dijaki ter starši osebno srečajo z učiteljskim osebjem in s predstavniki šol. Okvirna predstava o poklicu in vtis o šoli sta zelo pomembna dejavnika pri odločanju za poklic in seveda za šolo.

Zaposleni na Šolskem centru Novo mesto se zavedajo pomena promocije, saj je od uspešne promocije odvisen vpis v določene izobraževalne programe, posledično pa tudi ohranitev njihovih delovnih mest.

Dejstvo pa je, da določeni delavci opravijo bistveno več aktivnosti kot drugi, tudi v času izven rednega delovnega časa. Žal pa jih v sedanjem sistemu ni mogoče ustrezno nagraditi za napore, od katerih imajo koristi vsi zaposleni v ustanovi. Predlagajo, da bi v srednjih strokovnih šolah sistemizirali strokovnega delavca za delo na področju promocije, ki bi skrbel za vse predstavljene aktivnosti.

Zaposleni se zavedajo, da z različnimi oblikami promocije prispevajo k prepoznavnosti šole na trgu ter učinkoviteje uresničujejo zastavljene cilje in svoje poslanstvo.

Viri:

1. Barnes, Chris (1993). Practical Marketing for Schools. Oxford: Blackwell Publishers.
2. Devetak, Gabrijel (2000). Temelji trženja in trženjska zasnova podjetja. Koper: Visoka šola za management.
3. Hunt, Todd in Grunig E. James (1995). Tehnike odnosov z javnostmi. Ljubljana: DZS.
4. Kotler, Philip (1996). Marketing management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor. Ljubljana: Slovenska knjiga.
5. Pardey, D. (1991). Marketing for Schools. London: Kogan Page.
6. Snoj, Boris (1998). Management storitev. Koper: Visoka šola za management.
7. Snoj, Boris (2000). Gradivo za predavanja. Koper: Visoka šola za management.
8. Trnavčevič, Anita in Zupanc Grom, Renata (2000). Marketing v izobraževanju. Ljubljana: Šola za ravnatelje.
9. Zupanc Grom, Renata (1997). Vpeljevanje marketinga v šolah - pogoj, da šole uresničijo svoje poslanstvo. Vzgoja in izobraževanje, 6, 21-25. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.

Avtorja:

Andrej Tomc, univ. dipl. inž.
koordinator za promocijo poklicev
ŠC Novo mesto
Srednja strojna šola
Šegova 112
8000 Novo mesto
tomc.andrej@gmail.com

mag. Zvonka Krištof, prof.
vodja vseh nalog MUNUS 2 za JV Slovenijo
ŠC Novo mesto
Šegova 112
8000 Novo mesto
zvonka.kristof1@gmail.com

ANKETA O ODLOČANJU ZA POKLIC

1. Katero osnovno šolo si obiskoval?

2. Ali si se v osnovni šoli udeležil tehniškega dne na Šolskem centru Novo mesto?

a. Da.

b. Ne.

3. Ali ti je bilo všeč na tehniškem dnevu?

a. Da. Zakaj?

b. Ne. Zakaj?

4. Obkroži, kaj ti je najbolj ostalo v spominu?

a) opremljenost delavnice

b) predstavitev poklicev

c) zanimivost predstavitev

d) izdelek, ki ste ga sami naredili

e) drugo:

5. Kdaj si se odločil, da se boš vpisal na strojno šolo?

6. Kaj od naštetega je najbolj vplivalo na tvojo poklicno odločitev?

a) Pogovor s starši

b) Primeri poklica v mojem okolju

c) Pogovor s prijatelji

d) Zloženske, plakati, videofilm izbrane šole

e) Obisk šole (tehniški dan, dan odprtih vrat, informativni dan)

f) Spletna stran izbrane šole

g) TV-oddaje, radijske oddaje o poklicih

h) Svetovanje (svetovalna delavka, razrednik, učitelji) na OŠ

i) Drugo (navedite):

7. Ali ti je obisk tehniškega dne kaj olajšal tvojo poklicno odločitev?

PROMOCIJA POKLICEV V GOSTINSTVU IN TURIZMU V EUROPARKU

Izveček:

Predstavitev poklicev, Europark, d. o. o., nakupovalno središče v Mariboru

Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor je v okviru projekta MUNUS 2 izvedla dvodnevno promocijo poklicev v gostinstvu in turizmu v nakupovalnem središču Europark v Mariboru. Poklice so predstavljali dijakinje in dijaki vseh izobraževalnih smeri ter njihovi mentorji. Njihov cilj je bil pritegniti čim več zainteresiranih za omenjene poklice ter njih in naključne obiskovalce informirati o poklicih, pridobljenih po novih izobraževalnih programih. Ob tem so izvedli številne aktivnosti, zanimive za obiskovalce nakupovalnega središča, s katerimi so le-te privabili k promocijski stojnici. Ker je Europark ob petkih in sobotah poln obiskovalcev, so morali upoštevati določena pravila hišnega reda in navad kupcev, promocijske aktivnosti pa so morali prilagoditi utripu nakupovalnega središča in kakovostni ravni njegove ponudbe. Cilj prispevka je opisati potek promocije poklicev v omenjenem nakupovalnem središču in izvedene spremljevalne aktivnosti, ki so uspešno pritegnile obiskovalce Europarka različnih starostnih skupin, med njimi tudi precej osnovnošolcev in njihovih staršev ali sorodnikov.

Ključne besede: promocija, poklici, gostinstvo, turizem, nakupovalno središče.

Abstract:

The Promotion of Occupations in Catering and Tourism in the Shopping Centre Europark

The purpose of the paper is to present the case study of school promotional activities at shopping centres. It is based on the promotional activities prepared and performed by the students and teachers of Secondary School of Catering and Tourism Maribor who have successfully organized a two-day campaign to promote occupations in catering and tourism at the shopping centre Europark in Maribor. The purpose of the promotion, which is one of the school activities in project Munus 2, was to inform the public about the educational courses provided by Secondary School of Catering and Tourism Maribor and to elicit the interest in the occupations in catering and tourism. The presented case study stresses that the promotional activities at shopping centres have to be interesting and designed in agreement with the policy of the shopping centre.

Key words: promotion, profession, catering, tourism shopping mall.

Obstajajo različna mnenja o tem, ali je smiselno promovirati poklice v nakupovalnih središčih. Nasprotniki tovrstnega promoviranja poklicev menijo, da nakupovalna središča niso pravo mesto za predstavljanje različnih poklicev zaradi specifičnosti prostora in tudi specifičnosti poklicnih področij. Nazorno predstavitev poklicev je skorajda nemogoče izvesti brez aktivnosti, ki jih spremljajo hrup, vonj ipd. Potrebna sta ustrezeni prostor in ustrezna oprema. Vprašanje, ali lahko pritegnemo željeno ciljno publiko, to je dovolj osnovnošolcev, je odvisno tudi od premišljeno izbranega termina za promocijo. Prav tako utegne promocija poklicev motiti tako obiskovalce nakupovalnega središča kot tudi trgovce, ki ne želijo, da se pozornost obiskovalcev usmerja drugam. Po drugi strani pa je promocija poklicev lahko dobrodošla popestritev in nadgradnja dogajanja v nakupovalnem središču.

Med številnimi obiskovalci jih prav gotovo vsaj nekaj predstavlja ciljno publiko in z dobro predstavitvijo je možno nevsiljivo pritegniti njihovo pozornost. Ob spoštovanju hišnega reda nakupovalnega središča in navad obiskovalcev je lahko promocija poklicev v tovrstnih središčih tudi zelo privlačen in uspešen dogodek.

Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor se je marca lani dogovorila za izvajanje promocije poklicev v gostinstvu in turizmu v okviru projekta MUNUS 2 v nakupovalnem središču Europark v Mariboru. V Europarku se zelo trudijo, da ob trgovski in gostinski dejavnosti ponujajo tudi različne prireditve, ki pripeljejo še večje število obiskovalcev prireditev in potencialnih kupcev. V pasaži nakupovalnega središča se vrstijo prireditve za otroke in odrasle, npr. različne delavnice, lutkovne igre, koncerti, modne revije, likovne razstave in razstave različnih izdelkov, prireditve v pustnem in novoletnem času, novoletni bazar, bio-tržnica, prodaja izdelkov male obrti, zdravstvenih pripomočkov ipd.

V tem kontekstu se je tudi vodstvu Europarka ponudba SŠGT MB v okviru projekta MUNUS 2 za izvedbo promocije poklicev v gostinstvu in turizmu zdela ustrežna dopolnitev njihovega že tako pestrega dogajanja in našli so ustrezeni termin izvedbe promocije še pred zadnjim, naknadnim vpisom v srednje šole. Želja šole je bila, da predstavi poklice v času, ko je frekventnost obiskovalcev v Europarku največja, in sicer v petek ali soboto. Dogovorili so

se za dvodnevno promocijo poklicev predzadnji petek in soboto v marcu pod pogojem, da je promocija celodnevna, torej v času obratovanja nakupovalnega središča od 8. do 20. ure. Zaradi skrbno vodene celostne podobe videza pasaže so ponudili tudi svojo stojnico in atraktivni prostor pred najbolj obiskano trgovino Interspar z dogovorom, da mora biti stojnica urejena estetsko, opremljena s primerno dekoracijo in pripravljena pred odprtjem nakupovalnega središča.

Promocijske aktivnosti so morale biti načrtovane tako, da niso bile moteče oziroma vsiljive za obiskovalce Europarka, saj mora Europark spoštovati željo obiskovalcev po kakovostni in nevsiljivi ponudbi. Prav tako stojnica po dogovoru ni smela samevati, ob njej so morali biti ves čas promocije navzoči dijaki in mentorji SŠGT MB do zaključka obratovalnega časa. Tudi površina, ki so jo smeli koristiti, je bila omejena. Šola je morala vnaprej navesti opremo, ki jo bo pripeljala s seboj oziroma jo bo potrebovala, in predvidene aktivnosti, ki jih bo izvajala. Ob tem je vodja promocije poklicev na SŠGT MB v okviru projekta MUNUS 2 podpisala tudi izjavo o prevzemu odgovornosti za brezhibni potek promocije poklicev v prostorih Europarka v skladu z dogovorom ter za zagotavljanje varnosti ljudi, opreme in prostora.



Slika 1: Na stojnici smo predstavili izdelke dijakov SŠGT Maribor in projekt Munus 2

Atraktivna promocija, ki je 24 ur na očeh javnosti, zahteva posebne priprave, pri katerih so sodelovali učitelji strokovnih

aktivov praktičnega pouka turizma, kuharstva in strežbe, učitelj umetnostne vzgoje ter drugi učitelji in dijaki vseh izobraževalnih smeri na SŠGT MB. Cilj promocije je bil predstaviti projekt MUNUS 2, delovna področja poklicev v gostinstvu in turizmu in informirati o novih izobraževalnih programih čim večje število mladih, ki se odločajo za poklic, kar je mogoče doseči le tako, če stojnica pritegne čim več ljudi.

Zato so skrbno načrtovali aktivnosti, ki so ljudem zanimive: ureditev stojnice v duhu pomladi, ponudba promocijskega gradiva, ponudba kulinarčnih dobrot, izvedba nagradne igre in žrebanja za nagrade s področja kulinarike ter predstavitev svečanega pogrinjka. K obisku stojnice so vabili tudi na spletni strani šole.



Slika 2: Ena od sladkih nagrad, ki je pritegnila veliko obiskovalcev stojnice

Na okusno in privlačno urejeni promocijski stojnici so dijaki in mentorji pripravili promocijsko gradivo za poklice v gostinstvu in turizmu: male in velike zloženske, zgoščenke s promocijskimi videofilmami za poklice v gostinstvu in turizmu, zgoščenke s promocijskim videofilmom šole in s predstavitev novih izobraževalnih programov v računalniškem programu Microsoft Powerpoint, strokovnih modulov, splošno-izobraževalnih vsebin ter projekta MUNUS 2. Za promocijsko gradivo so zaprosili tudi Višjo šolo za gostinstvo in turizem Maribor in ga ponudili zainteresiranim kot informativno gradivo o možnostih

nadaljevanja izobraževanja na višji šoli. V zameno za sponzorstvo so na stojnici razstavili tudi prospekte iz aktualne ponudbe Turistične agencije Sonček.

Stojnica je bila opremljena tudi s promocijskim plakatom, roll-up panojem in transparentom, na katerih so navedeni novi izobraževalni programi v gostinstvu in turizmu. Poimenovanja poklicev oziroma izobrazbe v omenjenih panogah so se z novimi izobraževalnimi programi precej spremenila. Iz preglednice je razviden naziv poklicne izobrazbe za posamezne poklicne standarde:

glej prilogo 1: Poklici v gostinstvu in turizmu v novih izobraževalnih programih

Ob stojnici so postavili slavnostno pogrnjeno mizo z atraktivno dekoracijo, ki je prikazala večšine strokovnjakov za strežbo, ob mizi pa so na velikem platnu predvajali promocijske filme o poklicih v gostinstvu in turizmu in pritegnili številne radovedneže. Dijaki in mentorji s področja kuharstva so vnaprej pripravili več pladnjev drobnega peciva, ki so ga ponujali na stojnici, istočasno pa so sproti, na licu mesta, pekli slastne vafle in palačinke ter pripravljali sadne koktejle, ki so z vonjavami pa tudi s privlačnim izgledom privabljali množice obiskovalcev Europarku k njihovi stojnici.



Slika 3: Prikaz slavnostnega pogrinjka v Europarku

Vsako tretjo uro je po vnaprej določenem in na plakatu objavljenem urniku potekalo žrebanje za nagradni kolač. Kolači, izdelki učiteljev strokovnega aktiva kuharstva na SŠGT MB, so bili razstavljeni na stojnici, atraktivno zaviti, in marsikdo je počakal na določeno uro žrebanja, da bi postal srečni dobitnik sladke nagrade.

Lističe za žrebanje in informativne plakate so pripravili dijakinje in dijaki turistične smeri, ki so žrebanje nagrad tudi izvajali. Pripravili in izvajali so tudi nagradno igro za potovanje v Salzburg za dve osebi, ki jo je sponzorirala Turistična agencija Sonček. Nagradna igra je potekala kontinuirano oba dneva, udeleženci pa so morali izpolniti lističe s tremi vprašanji, vezanimi na poznavanje novih izobraževalnih programov v gostinstvu in turizmu, in jih vreči v za to pripravljen zaboj. Pravila igre so bila objavljena na spremnem plakatu in na spletni strani šole.

Žrebanje srečnega dobitnika potovanja je potekalo tik pred zaključkom promocije v Europarku, v soboto ob 19. uri. Naključno izbranega dečka, ki je ob 19. uri s starši prišel mimo stojnice, so dijaki prosili, naj izvleče listič z imenom dobitnika nagrade. Komisija, ki so jo sestavljali profesorji šole, je preverila pravilnost odgovorov in razglasila dobitnika nagrade. Pravilni odgovori in rezultat nagradne igre so bili prav tako objavljeni na spletni strani šole.



Slika 4: Žrebanje srečnega dobitnika nagradne igre

Dvodnevna promocijska stojnica v nakupovalnem središču Europark za poklice v gostinstvu in turizmu je privabila veliko število obiskovalcev, ob tem so dijaki in učitelji razdelili več kot 100 malih in velikih zloženek o omenjenih poklicih in o njih informirali številne zainteresirane. V dopoldanskem času so se ob stojnici ustavili predvsem starejši občani, ki so prav tako z zanimanjem prisluhnili dijakom SŠGT MB in vzeli, kot so rekli, promocijsko gradivo za vnuke, sosedove otroke ipd. V popoldanskem času, še posebej po 14. uri, so bili obiskovalci tudi številni mladi in njihovi starši.

Opisane aktivnosti, in sicer ponudba peciva in sadnih koktejl, žrebanje za kolač in nagradna igra za potovanje v Salzburg, so se izkazale kot zelo uspešne – najprej podarjeno pecivo, potem pa informacija o poklicih ... V zaboju z lističi za nagradno igro se je znašlo 160 lističev z odgovori, ki so zahtevali natančno proučitev novih izobraževalnih programov, predstavljenih v promocijskem gradivu.

Cilj promocije poklicev v gostinstvu in turizmu je bil zagotovo dosežen – obiskovalci so si lahko ogledali dijake pri praktičnem delu in rezultate njihovega dela s področja kuharstva, strežbe, turističnega informiranja in turistične animacije ter se ob nagradni igri poglobili tudi v vsebino izobraževalnih programov. Ob tem so se seznanili tudi s samim projektom MUNUS 2 in s cilji projekta.



Slika 5: Ob promocijski stojnici v Europarku je bilo zelo živahno

Ugotovljeno je bilo, da je v času trajanja nagradne igre in nekaj dni za tem porasel obisk spletnih strani SŠGT MB, kar je zagotovo eden od spremljevalnih ciljev. Nič manj zanemarljiv ni pedagoški cilj, saj so dijakinje in dijaki v javnosti izvajali aktivnosti svojega izobraževalnega področja, nadgrajevali komunikativne oziroma retorične spretnosti in s prijetnim vedenjem ter z uglajenim nastopom pripomogli k pozitivnemu vrednotenju izobraževanja za opisane poklice.



Slika 6: Ravnateljica SŠGT Maribor čestita nagrajenci

Promocija poklicev v nakupovalnih središčih – DA ali NE?

Kar nekaj ugotovitev govori v prid tovrstnemu predstavljanju poklicev in izobraževalnih programov. Koordinatorica za promocijo poklicev v gostinstvu in turizmu v okviru projekta MUNUS 2 na SŠGT MB, profesorica nemškega jezika Metka Ritonja, je z dijaki prvih letnikov izvedla pogovor na temo, katere informacije oziroma vsebine si najboljše zapomnijo in katere nanje naredijo najgloblji vtis. Skoraj soglasno so odvrnili, da si najboljše zapomnijo tiste podatke, ki jih vidijo, na drugo mesto so uvrstili tiste, ki jih slišijo, in šele na zadnje mesto tiste, ki jih preberejo. Ob tem so pripomnili, da za branje potrebujejo več

časa, a si ga pogosto v ta namen ne vzamejo, saj se v prostem času raje posvetijo bolj sproščujočim dejavnostim. Poglobljeno branje informacij prepustijo staršem, ki jim povsem zaupajo, da jim bodo posredovali tiste informacije, za katere menijo, da jim bodo koristile.

Na vprašanje, ali jim je pri odločanju za poklic več pomenila praktična predstavitev dela v poklicu ali slušna oz. pisna informacija, so bili enotni, da je nanje najbolj vplivala predstavitev poklica, kjer so lahko opazovali delovni proces in se bolj ali manj poistovetili s prikazanimi načini in vsebinami dela.

Pogovor je pokazal, da se jih je veliko odločilo za poklic na osnovi pogovora s starši, svetovanja v osnovni šoli in tržnic poklicev, kjer so poklici prikazani nazorno, pridobijo pa lahko tudi ustrezne informacije v zvezi z njimi in promocijsko gradivo. Zelo pomembni so zanje tudi družbena vloga, ugled in vrednotenje poklica.

Za potrditev navedenih ugotovitev je prof. Ritonjeva med dijaki prvih letnikov štiriletnih in triletnih izobraževalnih programov na SŠGT MB izvedla tudi anketo, ki je pokazala približno enake rezultate.

Anketo so reševali dijaki 1. A- in 1. B-oddelka štiriletnega izobraževalnega programa (gastronomsko-turistični tehnik) ter dijaki 1. E-, 1. F- in 1. G-oddelka triletnega izobraževalnega programa (gastronom hotelir).

Anketna vprašanja so razvidna iz priloge 2 (Anketa o odločanju za poklic).

Priloga 1: Poklici v gostinstvu in turizmu v novih izobraževalnih programih

Poklicna izobrazba	Srednje strokovno izobraževanje (SSI), 4 leta GASTRONOMSKO-TURISTIČNI TEHNIK (prej turistični tehnik, gostinski tehnik)	Srednje poklicno izobraževanje (SPI), 3 leta GASTRONOM HOTELIR (prej kuhar, natakar)	Poklicno-tehniško izobraževanje (PTI), 2 leti (prej 3+2 program) GASTRONOMSKI TEHNIK (prej gostinsko-turistični tehnik)
Poklicni standardi	<p>Po izbranih strokovnih modulih za smer turizem:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Receptor – Turistični informator – Prodajalec turističnih storitev – Turistični animator <p>Po izbranih strokovnih modulih za smer gostinstvo:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Dietni kuhar – Vodja cateringa – Kuhar – Natakar 	<p>Po izbranih strokovnih modulih za smer kuharstvo:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kuhar – Pomočnik kuharja <p>Po izbranih strokovnih modulih za smer strežba:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Natakar – Pomočnik natakarja – Oskrbnik 	<p>Zaposljivost v gostinstvu in turizmu, glej gastronomsko-turistični tehnik</p>

Priloga 2: Anketa o odločanju za poklic

ANKETA O ODLOČANJU ZA POKLIC

Cilj ankete: ugotoviti, na podlagi česa se dijaki odločajo za poklic oz. kaj najbolj vpliva na njihovo poklicno odličitev.

Anketo pripravila: Koordinatorica za promocijo poklicev v gostinstvu in turizmu na SŠGT MB za projekt MUNUS 2, Metka Ritonja, univ. prof.

Ciljna skupina: prvi letniki SSI (gastronomsko-turistični tehnik) in PSI (gastronom hotelir)

Prosimo, da odgovorite na vprašanja, vezana na vašo poklicno odličitev. Izberite tri odgovore, ki se vam zdijo najustreznejši:

Kaj od naštetega je najbolj vplivalo na tvojo poklicno odličitev?

- Pogovor s starši
- Primeri poklica v mojem okolju
- Pogovor s prijatelji
- Zloženske, plakati, videofilm izbrane šole
- Spletna stran izbrane šole
- TV-oddaje, radijske oddaje o poklicih
- Predstavitve poklicev na tržnici poklicev na OŠ
- Svetovanje (svetovalna delavka, razrednik, učitelji) na OŠ
- Obisk šole (delavnice, dan odprtih vrat, informativni dan)
- Drugo
- (navedite): _____

Ali izbrano izobraževanje dosega vaša pričakovanja?

DA

NE

Drugo: _____

Hvala

Analiza ankete

V 1. A- in 1. B-oddelku štiriletnega strokovnega izobraževanja v programu gastronomsko-turistični tehnik je rešilo anketo 50 dijakov, vsi se izobražujejo na smeri turizem.

Dijaki so opredelili vpliv na njihovo poklicno odločitev, kot je razvidno iz analize ankete.

Obisk šole (delavnice, dan odprtih vrat, informativni dan)	34
Pogovor s starši	27
Pogovor s prijatelji	18
Zloženke, plakati, videofilm izbrane šole	11
Svetovanje (svetovalna delavka, razrednik, učitelji) na OŠ	10
Predstavitve poklicev na tržnici poklicev na OŠ	5
TV-oddaje, radijske oddaje o poklicih	4
Primeri poklica v mojem okolju	4
Spletna stran izbrane šole	2

Pod »drugo« so dijaki navajali, da jih delo v turizmu od nekdaj veseli (6), da radi potujejo (6), da jim ležijo tuji jeziki oz. se radi učijo tuje jezike (4), da želijo delati v tujini (2), da radi delajo z ljudmi, da jim je svetovala ta poklic znanka, da jih veseli šolanje na tej šoli, le trije pa so napisali, da šolanja na tej šoli niso posebej želeli (ni bila sprejeta na željeno šolo; ni izdelala letnika na gimnaziji in se je prepisala na šolo, ki ponuja podobno, a je lažja; želi končati katerokoli srednjo šolo, da bo lahko postal poklicni vojak).

44 od 50 dijakov navaja, da izbrano izobraževanje dosega njihova pričakovanja, 6 jih z izbiro ni zadovoljnih.

V triletnem poklicnem izobraževalnem programu gastronom hotelir oddelku 1. E, 1. F in 1. G je anketo rešilo prav tako 50 dijakov, od tega 32 dijakov, ki se izobražujejo na smeri kuharstvo, in 18 dijakov na smeri strežba.

Dijaki so opredelili vpliv na njihovo poklicno odločitev, kot je razvidno iz analize ankete.

Obisk šole (delavnice, dan odprtih vrat, informativni dan)	35
Pogovor s starši	21
Pogovor s prijatelji	18
Svetovanje (svetovalna delavka, razrednik, učitelji) na OŠ	14
Predstavitve poklicev na tržnici poklicev na OŠ	13
TV-oddaje, radijske oddaje o poklicih	13
Primeri poklica v mojem okolju	2
Spletna stran izbrane šole	7
Zloženke, plakati, videofilm izbrane šole	2

Pod »drugo« so dijaki navajali, da jih kuharstvo od nekdaj veseli in jim je poklic všeč, ker je zelo zanimiv (6), da radi delajo z ljudmi, da so poklicno odločitev sprejeli sami, da je zahtevnostna stopnja izobraževanja primerna (2) ipd.

5 dijakov od 50 je s poklicno odločitvijo zadovoljnih, dva se v zvezi s tem nista opredelila.

Možni so bili trije odgovori, od tega so nekateri označili le enega, nekateri pa vse tri. Razumljivo je, da se vplivi na poklicno odločitev globoko prepletajo, pri veliki večini so največji vtis pustili obisk izbrane šole oziroma delavnic, dnevi odprtih vrat in informativni dan. Vse to so priložnosti, ko lahko osnovnošolci spoznajo praktični potek izobraževanja ter pridobijo veliko informacij o poklicih.

Velik vpliv na dijake je imel pogovor o poklicni izbiri s starši, zanemarljiv pa ni niti pogovor s prijatelji ter po pričakovanju svetovanje na osnovnih šolah. Tudi tržnice poklicev in primeri iz okolja so pomembni, čeprav lahko domnevamo, da se dijaki različnih okoliščin, ki so privedle do njihove končne poklicne odločitve, niti povsem ne zavedajo. Že za odločitev samo, da obišejo šolo v času informativnih dnevo, delavnic, dnevo odprtih vrat ipd., so bile potrebne predhodne informacije. Zagotovo so se v različnih življenjskih situacijah že srečali z delavci v turizmu, strežbi ali kuharstvu in pomislili, da bi radi v življenju počeli isto. Marsikdo je pobrskal po spletnih straneh, si ogledal promocijski film o poklicih v šoli v času poklicnega svetovanja ali na spletu, prisluhnil informacijam svetovalcev ...

Sklepne ugotovitve

Na osnovi izvedenih pogovorov in analize ankete prof. Ritonjeva ugotavlja, da atraktivna promocija poklicev v nakupovalnih središčih lahko prav zaradi različne starostne strukture obiskovalcev prispeva k pozitivnemu pogledu na posamezne poklice in k osveščanju o pomenu le-teh. Ciljna skupina promocije poklicev niso le osnovnošolci, ki se odločajo za poklic, ampak tudi njihovi starši, znanci, prijatelji in drugi, ki lahko na osnovi poznavanja posameznika odločilno vplivajo na njegovo poklicno usmeritev. Veliko vlogo pri tem ima tudi svetovanje v osnovnih šolah.

Analiza promocije poklicev v gostinstvu in turizmu v nakupovalnem središču Europark na srečanju skupine MUNUS 2 na SŠGT MB je pokazala, da je promocija poklicev v nakupovalnih središčih lahko zelo uspešna in pripomore k družbenemu ugledu predstavljenih poklicev, če je skrbno načrtovana in če so ustrezno izbrane predstavljene aktivnosti ter termin promocije.

Avtorica:

Metka Ritonja, univ. prof.,
profesorica nemškega jezika na SŠGT MB,
koordinatorica za promocijo poklicev v gostinstvu in turizmu na
SŠGT MB v projektu MUNUS 2.
Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor
Mladinska ulica 14 a
2000 Maribor
metka.ritonja@gmail.com

Lektorica: Simona Gljuk Peče, univ. prof.

BAZAR PRILOŽNOSTI – PRILOŽNOST ZA PROMOCIJO POKLICEV

Izvelek:

Šolski center Ptuj je v sodelovanju z Zavodom RS za zaposlovanje, območna enota Ptuj, oktobra 2008 in 2009 izvedel dva sejma pod skupnim naslovom Bazar priložnosti. Gre za kombinacijo oz. združitev dveh sejmov, zaposlitvenega in izobraževalnega. Na sejmu so se predstavila številna podjetja in obrtniki, zaposlitvene agencije ter izobraževalne in druge institucije. S skupnim nastopom na sejmu se je povečala možnost neposrednega srečanja delodajalcev, izobraževalnih institucij, šolajoče mladine ter iskalcev zaposlitve. To je bila tudi priložnost za prepoznavanje potreb po bodočih kadrih in hkrati promocijo posameznih poklicev.

Ključne besede: bazar priložnosti, zaposlitveni sejem, izobraževalni sejem, orodja komuniciranja.

Abstract:

In October 2008 and 2009 the School Centre Ptuj organised in cooperation with the Employment service of Slovenia, Regional Office Ptuj, two fairs bearing the same title – the Bazaar of Opportunities. The fairs are a combination or merger of two different types of fairs – an employment and an educational fair. Many companies as well as entrepreneurs, employment agencies and educational institutions participated at the fairs. By such joint action we were able to raise the possibilities of direct meetings of employers, educational institutions, students and employment seekers at one and the same place. In addition, the fairs also offered the opportunity to identify future needs in human resource management as well as to promote certain professions.

Key words: Bazaar of Opportunities, employment and educational fair, communication tools.

Definicija pojmov

Bazar je pojem, ki se je uveljavil kot sinonim za odprto stičišče idej, znanja in kot osnova za vsestransko sodelovanje na različnih področjih delovanja. Če brskamo po internetu, lahko najdemo različne vrste bazarjev: poslovni, darilni, kulturni, otroški, modni, božični, dobrodelni, čajni itd., odvisno od namena prireditve, razstavljalcev, ciljne javnosti, obiskovalcev ipd.

Pojem priložnost pa razumemo kot ugodno stičišče okoliščin, priložnost za zaslužek, tržno priložnost, priložnost za lasten posel, za človeka lahko pomeni tudi priložnost, da si izbere pravi poklic, zgradi kariero, napreduje, si pridobi ime, se nekaj novega nauči ipd.

Organizacija dogodka/sejma

Za vsako uspešno izvedbo dogodka je potrebno njegovo načrtovanje oz. organizacija, ki obsega niz opravil, ki jih potrebno skrbno načrtovati in opraviti v določenem roku. Sem sodijo naslednja opravila:

- določitev vsebine, namena, časa in kraja dogodka;
- določitev posameznih dogajanj znotraj dogodka;
- določitev potencialnih sodelujočih;
- seznanitev sodelujočih s konceptom dogodka in povabilo k sodelovanju;
- seznam potrebnega materiala: tehnična oprema, promocijski materiali, gradivo, oglasi v medijih, plakati, napisne table, pogostitev, fotografiranje in snemanje ...;
- kontaktiranje s sodelujočimi (koordiniranje, usklajevanje);
- določitev moderatorja/gostiteljev dogodka;
- seznam vseh sodelujočih in novinarjev s kontaktnimi podatki;
- priprava obvestil za medije in kontaktiranje z mediji (oglasila, vabila);
- priprava napisov z imeni govornikov (ime, priimek, ustanova, funkcija);
- ureditev predstavitvenega prostora;

- priprava evalvacijskega vprašalnika;
- priprava seznama prisotnih;
- izdelava evalvacijskega poročila o dogodku;
- zahvala sodelujočim na dogodku.

Primer dobre prakse

Bazar priložnosti, kot smo ga poimenovali v Šolskem centru Ptuj, smo izvedli že dvakrat v sodelovanju z Zavodom RS za zaposlovanje, območna enota Ptuj, kot primer dobre prakse. Vsebinsko bi ga lahko povezali z zgoraj navedenima definicijama obeh pojmov. Bazar je bil namenjen predstavitvi in povezovanju izobraževanja in gospodarstva, s poudarkom na vseživljenjskem učenju. Na njem so sodelovala in se predstavila številna podjetja in obrtniki iz bližnje in daljne okolice, zaposlitvene agencije, Javni sklad RS za razvoj kadrov in štipendij, Ekonomski institut Maribor, Nacionalni center Europass, različne izobraževalne institucije itd. Delodajalci so s svojim nastopom na bazarju:

- predstavili dejavnost svojega podjetja in aktualna prosta delovna mesta;
- predstavili prednosti zaposlitve v svojem podjetju in pričakovanja novih sodelavcev;
- spoznali in vzpostavili kontakt s številnimi kandidati in opravili z njimi kratek intervju;
- posredovali informacije o možnostih kadrovskega štipendiranja;
- pridobili informacije o možnostih izobraževanja za svoje zaposlene ipd.

Izobraževalne institucije so:

- predstavile svojo šolo in izobraževalne programe, ki jih izvajajo;
- praktično predstavile značilnosti določenega poklica (različne delavnice);
- navezale neposredne stike z učenci ter jim svetovale pri izbiri poklica;
- vzpostavile kontakt z delodajalci glede potreb po bodočih kadrih;
- ponudile različne oblike izobraževanj (tečajji, seminarji, delavnice ipd.) za podjetja in druge institucije ipd.

Iskalci zaposlitve so:

- pridobili veliko informacij o pogojih in možnostih zaposlitve pri delodajalcu;
- vzpostavili osebni stik s potencialnim delodajalcem in izkoristili priložnost lastne predstavitve;
- spoznali možnosti pridobitve določenega poklica ali ustreznega znanja;
- našli ustrezno novo delovno mesto.

Sskupnim nastopom so setako povečale možnosti neposrednega srečanja delodajalcev oz. zaposlovalcev, iskalcev zaposlitve, izvajalcev izobraževanja ter šolajoče mladine in odraslih.

Na takšnem srečanju je bilo torej možno najti novo zaposlitev, predstaviti svoj interes za določeno delovno mesto ali delodajalca, navezati osebni stik, se informirati o določenih poklicih, možnostih izobraževanja, štipendiranja ipd.

V načrtovanje dogodka in izvedbo smo aktivno vključili tudi naše dijake in študente. Sodelovali so pri izvedbi oz. praktični predstavitvi poklicev in tudi pri izvajanju ostalih aktivnosti na sejmu, npr. sprejemali in usmerjali so goste (info-točka), anketirali udeležence sejma, pomagali pri ureditvi prostora, napovedovali dogodke ipd.



Slika1: Skupni nastop podjetij in šol na sejmu



Slika2: Dijaki predstavljajo svoj bodoči poklic



Slika3: Na vsakem dobrem sejmu diši tudi po hrani

Orodja komuniciranja

Orodja komuniciranja, ki jih lahko uporabimo in so tesno povezana s posameznimi dogodki, s katerimi sodelujemo oz. v okviru katerih želimo predstaviti določeno vsebino, so naslednja:

- a) novinarska konferenca;
- b) nastop, izjava, intervju na TV;
- c) okrogla miza/javna razprava;
- d) izobraževalne/svetovalne delavnice;
- e) predstavitve šol/poklicev;
- f) informativni dan/dan odprtih vrat;
- g) sejemske prireditve;
- h) spletna stran;
- i) promocijski materiali (zloženke, brošure, letaki, promocijski filmi) ipd.

Bazar priložnosti je sejemska prireditev, ki združuje izobraževalne institucije, zaposlovalce, štipenditorje ter druge institucije in podjetja. Prav na tem bazarju lahko dejavno promoviramo poklice. Je v celoto povezana oblika dveh sejmov, in sicer zaposlitvenega in izobraževalnega.

Zaposlitveni sejmi so pomembni, ker predstavljajo možnosti pridobitve poklica, napredka v karieri, možnosti zaposlitve za odrasle. Na njih sodelujejo partnerske ustanove na trgu dela.

Izobraževalni sejmi navadno ciljajo na mlajše generacije. Na njih se predstavljajo šole, delodajalci, izobraževalci ter ponudniki različnih dejavnosti. Posredujejo se informacije s področja izobraževanja in zaposlovanja ter drugih dejavnosti.

V sklopu večjega dogodka je smiselno organizirati tudi okroglo mizo/javno razpravo. Tema mora biti povezana s trenutnim aktualnim dogajanjem. Najbolje je, da se lotimo enega problemskega področja. Pomembno je tudi, da so govorniki premišljeno izbrani ter da je moderator oseba, ki dobro pozna obravnavano problematiko. Sogovorniki na okrogli mizi so odvisni od obravnavane teme.

V ta namen smo kot osrednji povezovalni dogodek na našem zadnjem sejmu organizirali okroglo mizo na temo: „Človeški

kapital je največji potencial podjetja“. Na tej okrogli mizi so soočili svoje poglede na skupno temo predstavniki delodajalcev: Perutnine Ptuj, Tenzorja Ptuj, Taluma Kidričevo, predsednik Manager kluba Ptuj, direktorica Območne službe RS za zaposlovanje Ptuj, direktorica štajerske gospodarske zbornice, predsedniki območnih obrtnih zbornic Ptuj in Ormož, župan Mestne občine Ptuj, direktor ŠC Ptuj, direktor CPI Ljubljana in svetovalka generalne direktorice RS za zaposlovanje Ljubljana. Okrogla miza je bila namenjena širši javnosti, tako, da so se lahko dogodka udeležili še predstavniki nekaterih podjetij, ravnatelji, učitelji, svetovalni in kadrovski delavci, dijaki in študentje in tudi mediji.

Zelo uspešno izvedene in obiskane so bile tudi manjše okrogle mize in predavanja z zanimivimi temami, kot so: Možnosti samozaposlitve, Kako dobiti dobrega delavca? Kako organizirati življenje v primeru zaposlitve v tujini? Končal sem šolo, kaj pa zdaj? Vloga svetovalne službe v poklicni orientaciji, Spoznajmo sebe ...

Iztočnice okroglih miz in predavanj so pri številnih obiskovalcih ovrgle dvome o smiselnosti vstopa na izobraževalno pot in potrdile njihove odločitve za napredovanje na karierni poti s storitvami sodelujočih ustanov.



Slika4: Osrednji govorniki in moderator na okrogli mizi

Strategije komuniciranja z mediji

Za komuniciranje z mediji lahko ustanovimo posebno skupino oz. določimo človeka, ki bo za to odgovoren. Predvsem je pomembno vedeti, zakaj želimo komunicirati z mediji, nato poiščemo novinarje, ki pokrivajo naše področje.

Pri vzpostavljanju stikov z novinarji je najbolj pomemben osebni pristop. Posredujemo samo informacije, na katere se lahko zanesemo, in nikoli tistih, za katere ne želimo, da bi prišle v javnost.

Dogodek bo zanimiv za medije, če se nanaša na veliko število ljudi, je neobičajen in zanimiv, vključuje znane osebnosti, ki bodo prisostvovali dogodku, in predstavlja v okolju nekaj novega.

Klasični model sporočanja novic medijem odgovarja na pet vprašanj, in sicer kdo, kaj, kje, kdaj, kako in zakaj. Je vsebinsko in jezikovno razumljiv.

Pri oblikovanju sporočil medijem se držimo naslednjih korakov:

1. Določimo cilj in namen sporočila (kaj želimo doseči s sporočilom in komu je namenjeno).
2. Določimo vsebino sporočila (izoblikujemo sporočilo v obliki novice). Novica je jedrnata izjava o problemu, stanju, dogodku; podatek, ki je pomemben in zanimiv za poslušalce/bralce in zadeva veliko število ljudi.
3. Določimo način sporočanja novice (premislimo, kako želimo določeno novico sporočiti - vprašamo se, kakšen način in kakšna oblika sporočila bi nas zanimala).
4. Dokončno oblikovanje sporočila (določimo zgradbo in obliko prispevka, zbiramo in hkrati izločamo informacije, ki niso aktualne v tem prispevku, ter oblikujemo sporočilo).

Ko poročamo o dogodku, ga analiziramo in pojasnjujemo, lahko pa uporabimo naslednja izhodišča:

- poročilo naj ne bo daljše od dveh strani (A4 format);
- ima kratek in zanimiv naslov, iz katerega sta razvidna problem in vsebina;
- v prvem odstavku sporočila so odgovori na vprašanja kdo, kaj, kje, zakaj, kdaj in kako;

- v naslednjih odstavkih zapišemo celo zgodbo ali bolj natančno obrazložitev prvega odstavka;
- dodamo lahko tudi slikovni material.

Naš dogodek je bil tudi za medije zelo zanimiv, kar so potrdili s svojo prisotnostjo. Dogajanje so spremljali »v živo« ter posneli tudi številne intervjuje z udeleženci bazarja.

Podrobnejša analiza oz. evalvacija dogodka je pokazala, da je bil sejem obakrat uspešno izpeljan, dobro zastopan z vidika razstavljalcev in tudi dobro obiskan. Vzpostavili so se številni novi stiki, izmenjala so se mnoga mnenja in pogledi, predvsem pa se je potrdilo dejstvo, da izobraževanje in zaposlovanje hodita »z roko v roki«.

Izobraževanje in zaposlovanje



Slika5: Simbol povezovanja na našem sejmu

Viri:

1. Nina Sankovič ... (et.al.); urednik Miha Lovšin : Kratek priročnik učinkovite promocije strokovnega in poklicnega izobraževanja, Ljubljana: Center RS za poklicno izobraževanje, 2008
2. http://bazar.coks.si/?page_id=2
3. <http://poslovni.saop.si/blog//priloznost>
4. www.fsd.uni-lj.si/mma_bin.php/Šfld/
5. [www.spem.si/.../Dejavnosti/Od Uporabljeni literatura in viri:nosi-z-javnostmi/O-odnosih-z-javnostmi/](http://www.spem.si/.../Dejavnosti/Od%20Uporabljeni%20Literatura%20in%20Viri:nosi-z-javnostmi/O-odnosih-z-javnostmi/)

Avtorica:

Zdenka Selinšek univ. dipl. ekon.
prof. ekonomskih predmetov na ŠC Ptuj
zdenka.selinsek1@guest.arnes.si

Lektoriranje:

Silvija Javornik, prof.

ROBOTI – SODOBNI SPREMLJEVALCI MLADIH V SVET TEHNIKE

(tekmovanje ROBObum kot oblika promocije tehniških poklicev
na Tehniškem šolskem centru Kranj)

Izveček:

V prispevku bo avtorica prikazala tekmovanje s področja robotike kot način promocije, orodje ali podporo promociji tehniških poklicev. Članek prikazuje motive za začetek in dinamiko kasnejšega delovanja šole v tej smeri. Osrednji del prispevka je namenjen vsebinski in organizacijski plati tekmovanj. Posebej je poudarjeno sodelovanje srednješolskih učiteljev z osnovnošolskimi učitelji tehnike. Avtorica skuša ovrednotiti dogodek v luči promocije tehniških poklicev in razmišlja o tekmovanju kot načinu razvijanja interesov za področje tehnike.

Ključne besede: tekmovanje, robotika, tehniški poklici, promocija.

Abstract:

In this article the author describes a competition in robotics as a means of promotion, or as tools or support to promotion of technical professions. The article shows motives for the starting point and dynamics of later activities of the school concerning the matter. The central part of the article is focused on the content and organisation of competitions. Great emphasis is on co-operation between secondary school teachers and primary school Technical Education teachers. The author tries to evaluate the event from the point of view of promotion of technical professions and offers her thoughts on the competition as a means of development of interest in the field of technical education.

Key words: competition, robotics, technical profession, promotion.

1. Uvod

Znano je, da je trend interesa za tehniške poklice pri učencih OŠ že dlje časa v upadanju. Glede na vpis v programe, ki izobražujejo za poklice tehniških smeri, je čutiti, da ti poklici za mlade niso posebej privlačni. Trg dela pa seveda kaže povsem drugačno sliko – tehniški poklici so iskani.

Promocija tehniških poklicev sicer teče na več ravneh – v okviru promocije srednjih šol, ki izvajajo programe za pridobitev tehniških poklicev, in na državni ravni preko Zavoda za zaposlovanje, Centra za poklicno izobraževanje, različnih spletnih strani (moja izbira.si), poleg tega pa se s tem ukvarja tudi ekipa za promocijo strokovnega in poklicnega izobraževanja projekta Munus 2. Vse to so aktivnosti neposredne promocije – torej promocije posameznih poklicev in programov, kot so npr. tehnik mehatronike, mehatronik operater, elektrotehnik, tehnik računalništva, strojni tehnik ...

Posvetili se bomo drugačni obliki »oglaševanja« za tehniške poklice in spodbujanja zanimanja za tehniko pri mladih nasploh in v širšem smislu.

Gre za prikaz tekmovanja iz robotike, ki se je pred 4 leti začelo izvajati tudi na TŠC Kranj v sodelovanju s Fakulteto za računalništvo in informatiko iz Maribora. Učenci tekmujejo v konstruiranju in vožnji z mobilnimi roboti. Besedo robot je pred več kot 90 leti prvi uporabil pisatelj Karel Čapek v svojem romanu R.U.R. Danes je robot mehanična naprava, ki lahko izvaja fizične dejavnosti. Lahko deluje pod nadzorom človeka ali pa jo upravlja računalnik. Izobraževanje v OŠ na tem področju že več let poteka v okviru Robotike, enega izmed izbirnih predmetov. Učenci lahko pridobljeno znanje pokažejo na več načinov, tekmovanja so le eden izmed njih.

Zakaj prav robotika?

- Razvoj v industriji kaže, da se robotika vse bolj uveljavlja in da postaja nepogrešljiv del moderne, ekonomične in človeku prijazne tehnologije.
- V gospodarstvu se ugotavlja, da roboti odpirajo nova delovna mesta.

- Mladi lahko na ta način spoznajo in razvijajo interese na tem področju, osvojijo znanja za razvoj robotov, spoznajo njihovo praktično uporabnost.



Slika1: Robotek

2. Začetki niso bili enostavni ... šolsko leto 2006/2007

V razmišljanje in kasneje v realizacijo tekmovanja je šolo vodilo že dalj časa trajajoče spoznanje o vse manjšem interesu za tehniške poklice, kar se je pokazalo tudi pri vpisu v programe, ki jih izvaja Tehniški šolski center Kranj. Ker so tehniški poklici vendarle pomembni poklici za prihodnost, se nam je zdelo razumno, da poiščemo način, s katerim bi razširili vedenje o tem med mladimi osnovnošolci, ki se še odločajo za svoj poklic, in s tem morda vplivali tudi na izbiro srednje šole. Odločili smo se za organizacijo 1. regijskega tekmovanja Gorenjske LEGOBUM 2007.

Kot za vse novosti sta bila za uvedbo in organizacijo tovrstnega tekmovanja najprej potrebna entuziazem profesorjev strokovnih predmetov na našem centru in podpora vodstva šole. Poleg tega je bilo nujno tudi sodelovanje regijskih OŠ. Populacija, ki ji je bilo tekmovanje namenjeno, so, kot je že omenjeno, namreč osnovnošolci – učenci osmih in devetih razredov. Kljub temu, da so vabila k sodelovanju dobile vse gorenjske OŠ, pa je bil odziv sprva slabši od pričakovanega. V želji, da bi se tekmovanje le realiziralo, smo se domislili še dveh aktivnosti, ki bi prispevali k dodatni motivaciji za udeležbo na tekmovanju. Tako je šola organizirala še ekskurzije za osnovnošolce z naslovom Predstavitve naravoslovnih in tehničnih ved. Za učitelje tehniške vzgoje pa smo organizirali delavnico z naslovom Robotika v tehniki, ki se je je naposled udeležilo kar 17 gorenjskih učiteljev tehničnega pouka. Izvedli smo jo s pomočjo dr. Suzane Uran, profesorice na Fakulteti za računalništvo in informatiko v Mariboru.

Pri organizaciji delavnice za sestavo robotov se je izkazalo, da OŠ nimajo sredstev za nakup osnovnega seta Mindstorm, ki bi ga potrebovali za tekmovanje. Da bi bila udeležba vseeno čim večja, smo si šest kompletov izposodili od Fakultete za računalništvo in informatiko v Mariboru, za kar smo jim bili seveda zelo hvaležni. Na željo učiteljev tehničnega pouka je bila organizirana še delavnica Priprava na regijsko tekmovanje, kjer so se razčistila vsa vprašanja in nejasnosti ter tehnični problemi v zvezi s tekmovanjem. Sledil je razpis, prijave in uspešna izvedba tekmovanja. Sodelovalo je 17 ekip gorenjskih OŠ in 39 učencev. Ugotovljeno je bilo, da so taka tekmovanja pri mladih potrebna in zaželena.

3. Tekmovanje ROBOBUM postane tradicija

3.1. ROBObum 2008

Drugo tekmovanje v šolskem letu 2007/2008 ROBObum 2008 je bilo zastavljeno že malo bolj ambiciozno. Namen tekmovanja je bil spodbujati veščine gradnje in programiranja gibajočih se elektromehanskih naprav.

Poleg tega smo bili vse bolj prepričani, da je tako tekmovanje zelo ustrezno tudi kot oblika promocije tehniških poklicev. Zakaj?

- Takšna promocija je nevsiljiva, posredna.
- Učenci na tekmovanju zadovoljujejo tudi svoje psihološke potrebe, kot so zabava, pripadnost, moč (sposobnost). Preko igre pridobivajo različne spretnosti in tehnična spoznanja in znanja ter povezujejo teoretično znanje s praktičnim ustvarjanjem. Učenci pokažejo vse stopnje nastanka robotov: od ideje, izgradnje in programiranja robotkov. Ne nazadnje se osnovnošolci ta dan tudi družijo, spoznavajo med seboj ...
- Glede na celovitost ustvarjanja učenca je ta aktivnost izjemno pomembna tudi glede oblikovanja njegove pozitivne samopodobe.
- Robotki, čeprav zdaj v drugačni obliki, so učencem blizu, niso nekaj skrivnostnega, saj mnoge spremljajo že iz otroških dni. Igra z njimi pa je že nadgrajena s tehničnimi znanji.

Drugo regijsko tekmovanje ROBObum 2008 je bilo sestavljeno iz dveh vrst podtekmovanj:

- tekmovanja LEGObum in
- tekmovanja ROBOsled, ki se medsebojno dopolnjujeta.

Pri obeh tekmovanjih je bila naloga tekmovalcev, da izdelajo robota, ki vozi po tekmovalni progi (črni črti na beli podlagi) oziroma da opravi brezhibno vožnjo s predpisano nalogo v čim krajšem času. Pri LEGOsled tekmovanju tekmovalci zgradijo robota iz sestavljanke LEGO kock LEGOMINDSTORMS. Ena od kock je računalnik.

Ti roboti so lahko zelo raznolikih konstrukcij in funkcij, za vožnjo po tekmovalni progi oziroma za izvedbo predpisane naloge pa jih je potrebno programirati.

V okviru LEGObum tekmovanja se izvajata tudi dve podvrsti tekmovanj, in sicer Legobum8 in LEGObum9. Naloga LEGObum8 (omejena za učence do 8. razreda) je vožnja po progi, medtem ko je naloga LEGObum9 čiščenje predmetov iz omejene površine za učence 9. razredov.

Pri ROBOsled tekmovanju, ki je bilo tega leta izvedeno prvič, so tekmovalci zgradili robote iz sestavljanke SLEDIbot, katere sestavni deli so prave elektronske komponente. Pri izdelavi so tekmovalci uporabljali že prave tehniške postopke, kot so spajkanje, vrtanje, sestavljanje. Poleg hitrostne vožnje so morali tekmovalci pokazati tudi razumevanje delovanja robota in osnovne izraze načrtovanja robota. Smisel tekmovanja ROBObum je sicer avtonomno delovanje robotka brez posredovanja človeka. ROBObum tekmovanja 2008 se je udeležilo že 33 ekip in 62 učencev OŠ.



Slika 2: Utrinek s tekmovanja – zanimivo tudi za dekleta

3.2 ROBObum 2009

Tekmovanje se je še nadgradilo - bilo je organizirano z Mindstorm lego v sledenju črte in čiščenju površine, vzporedno pa so se učenci preizkusili še v tekmovanju z računalniškimi vmesniki v sledenju črte in tekmovanju z roboti iz Fischer tehnike. Vsi udeleženci so dobili knjigo (poskusna izdaja) MALI ROBOTI mag. Andreja Koložvarija. Knjiga je lahko v pomoč tudi učiteljem pri poučevanju snovi s področja robotike. Pripravljalne delavnice

so bile še bogatejše, pripravili smo razstavo o sestavi robotov, učitelje izbirnih predmetov in interesnih dejavnosti Robotika v tehniki pa seznanili o možnih idejah in načinih zanimivega poučevanja. Na tekmovanju je sodelovalo 76 učencev, povezanih v 34 ekipah.

V okviru ROBObum tekmovanja v letu 2009 so se najboljši tekmovalci ROBObuma udeležili tudi svetovnega robotskega tekmovanja RoboCup Junior 2009 v razredu Reševanje v Gradcu v Avstriji.



Slika 3: Utrinek s tekmovanja - tekmovalna proga

3.3. ROBObum 2010

V marcu 2010 je bilo organizirano že 4. regijsko tekmovanje iz robotike. V letošnjem letu smo začeli z razpisom za najboljši plakat za oglaševanje tekmovanja, ki je naše dijake animiral k ustvarjalnosti. Najboljši plakat je bil nagrajen in uporabljen za nadaljnje promocijske aktivnosti na šolah.

Tako kot lani je bilo organizirano z Mindstorm lego v sledenju črte in čiščenju površine. Tekmovanje smo nadgradili še s tekmo »hroščev« in »rakovic«. Učenci so torej tekmovali že v 7 kategorijah: Legobum8, Legobum9, Robosled, Fischersled, Čiposled, RAKovica, ROBOples. Osnovno geslo tekmovanja je bilo Pomembno je sodelovati, ne zmagati. Najboljše ekipe pa se bodo udeležile tekmovanja AustriaOpen 2010 in svetovnega robotskega tekmovanja v Singapurju.

4. Ugotovitve in zaključki

Tehniški šolski center Kranj ima z organizacijo regijskih tekmovanj iz robotike 4-letne izkušnje. V teh letih smo poskušali izpopolniti organizacijsko in vsebinsko plat dogodka.

Namen tekmovanja je razvijanje ustvarjalnosti pri mladih na področju robotike, mehatronike, računalništva, elektronike in elektrotehnike. Menimo, da se na ta način dviguje tehniška kultura mladih, kar kaže tudi vse večja udeležba na tekmovanjih na državnem nivoju.

Organizacija tekmovanja je zahtevna, saj mora sodelovati precej učiteljev in dijakov, vsak s svojo nalogo. Vsa tekmovanja so potekala ob upoštevanju že uveljavljenih pravil, ki jih je pripravil organizacijski odbor tekmovanj.

Poskrbeti je potrebno še za vodjo tekmovanja, ki ima v rokah vso koordinacijo in organizacijo. Posebej pomembno je sodelovanje srednjih in osnovnih šol. Kot zelo pomembna se je izkazala organizacija priprav tekmovalcev iz osnovnih šol in njihovih mentorjev, ki poteka vsako leto pred tekmovanjem. Posebej naj omenim pomen usposobljenosti in motivacije osnovnošolskih učiteljev izbirnega predmeta Robotika v tehniki oz. mentorjev raznih tehniških krožkov. Brez le-teh je udeležba osnovnošolcev zelo vprašljiva. Nepogrešljivo je seveda tudi sodelovanje Inštituta za robotiko Fakultete za elektrotehniko, računalništvo in informatiko Maribor.

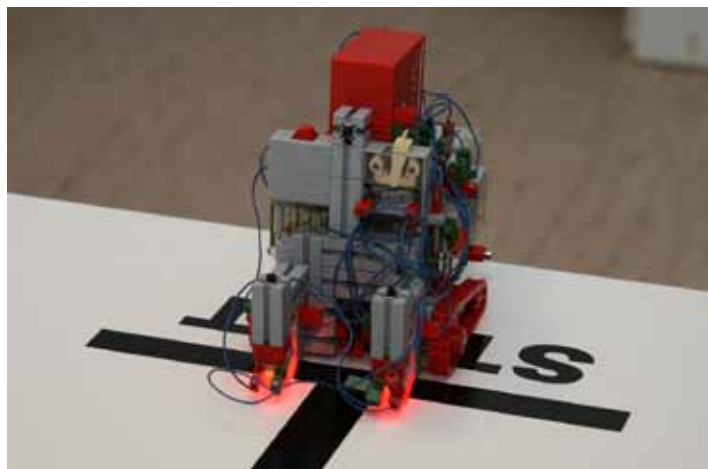
Za uspešno izvedbo tekmovanj je potrebno določiti še sodniški odbor, sodnike in častno razsodišče, poskrbeti za snemanje in

fotografiranje dogodka, tehnično podporo, oblikovanje zaključnih biltenov, razstave, sponzorje (ker je za šolo to precejšnje breme, smo v letu 2010 poiskali več kot 24 sponzorjev), nagrade ...

Čeprav nismo sistematično spremljali razlogov za izbiro tehniških programov in vpis učencev v naše programe, pa menimo, da tekmovanja iz robotike vendarle prispevajo k razvoju interesa mladih za področje tehnike. Kritičen odnos pa nam hkrati pokaže, da se tovrstnih tekmovanj udeležujejo v večji meri učenci, ki so že tehnično usmerjeni.

Sodelujoči učenci so na tekmovanjih aktivni in zelo ustvarjalni. Pomembno je tudi dejstvo, da se tekmovanja odvijajo na srednji šoli; tako se osnovnošolci že srečajo in navežejo stike s srednješolskimi učitelji strokovnih predmetov in dijaki, ki te programe obiskujejo. Čeprav je dan tekmovalno obarvan, pa se odvija v sproščenem in prijetnem vzdušju. Najboljši se lahko preskusijo tudi na državnem tekmovanju.

Domnevamo, da učenci OŠ na ta način pridobijo nova znanja in pozitivne izkušnje, poleg tega pa se pri njih še bolj razvija in utrdi veselje do tehnike. To pa je seveda predpogoj za izbiro poklica iz sveta tehnike.



Slika 4: Robotek na startu



Slika 5: Robotek starta

Viri:

1. Bilten 4. regijskega tekmovanja v konstruiranju in vožnji z mobilnimi roboti ROBOBUM. 2010 (uredil Janez Markič, TŠC Kranj), Tehniški šolski center Kranj, marec 2010.

Avtorica:

Mirjana Erlih Košnik, prof. pedagog. in soc. kult.
šolska svetovalna delavka
Tehniški šolski center Kranj,
Kidričeva 55, Kranj
Mirjana.Erlah-Kosnik@guest.arnes.si

Lektorica: Milena Ilič, abs. slov. jezika

Z DOBRO INFORMACIJO DO PRAVE POKLICNE ODLOČITVE

Izvleček:

Šolski center Velenje s svojimi številnimi programi različnih stopenj zahtevnosti in različnih strokovnih področij ponuja pestro izbiro možnosti za dobro poklicno odločitev. V okviru promocije poklicnega in strokovnega izobraževanja se trudimo, da pripravimo raznovrstno ponudbo predstavitev izobraževalnih programov. Ponudba zajema program poklicne orientacije, Dan odprtih vrat na ŠC Velenje; izvedbo tehniških, naravoslovnih in gospodinjstkih dni z izvedbo dogovorjenih vsebin pri izbirnih predmetih, krožkih, motivacijskih urah na OŠ, roditeljskih sestankih za starše in učence; poletno šolo računalništva in še kaj, kar smo skušali v prispevku nekoliko podrobneje predstaviti. Izpostavili smo tudi sodelovanje z osnovnimi šolami in delodajalci, ki mu v procesu promocije poklicnega in strokovnega izobraževanja dajemo vse večji pomen.

Želimo si, da bi vsak dijak našel zase najustreznejši izobraževalni program, saj je v procesu vzgojno-izobraževalnega dela zelo pomembno tudi to, da se dijaki pri nas dobro počutijo.

Ključne besede:

Promocija poklicnega in strokovnega izobraževanja, poklicna orientacija, dan odprtih vrat, tehniški, naravoslovni in gospodinjstki dnevi, krožki, motivacijske ure, roditeljski sestanki, poletna šola, delodajalci ...

Abstract:

The School Center Velenje with its numerous programs on different levels of complexity and various professional areas offers a wide range of possibilities for a good career choice. When promoting professional and vocational education we offer and present a variety of educational programs. Our offer includes the program for vocational orientation; Open Day at the School Center Velenje; technical days, natural science days and household days as well as optional subjects, extracurricular activities, motivation for pupils at primary schools, parent-student-teacher meetings; summer school on computing and many other possibilities, which we tried to present in details in this article. We also exposed our cooperation with primary schools and employers which both hold an increasingly important position in the process of promoting professional and vocational education. Our intention and wish is to give each and every student the opportunity to find the most appropriate education program for him/her, since it is very important to us that students feel good in the educational process.

Key words: promotion, VET, profession orientation, day of open doors, technical days, circles, parents meetings, summer school...

Šolski center Velenje (ŠC Velenje) je eden od partnerjev v projektu Munus 2 – Uvajanje novih izobraževalnih programov v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju s področja tehnike za obdobje 2008–2012. Sodelujemo na vseh vsebinskih področjih projekta. S promocijo poklicnega in strokovnega izobraževanja se sistematično ukvarjamo že več kot 30 let, zato imamo na področju poklicnega informiranja in svetovanja, na področju poklicne oz. karijerne orientacije veliko znanja in izkušenj, ki jih lahko s pomočjo projekta predstavimo še drugim, se hkrati seznanimo z drugimi primeri dobre prakse in okrepiamo aktivnosti, povezane s promocijo poklicnega in strokovnega izobraževanja.

Upad števila otrok, ki zaključujejo osnovnošolsko izobraževanje na našem področju, in nezmanjšan interes za vpis v gimnazijske programe nas vzpodbujata k aktivnejšim pristopom promocije izobraževalnih programov, ki jih izvajamo na ŠC Velenje in za katere kaže interes tudi gospodarstvo. Ugotavljamo tudi, da otroci in njihovi starši postajajo vse zahtevnejši pri pridobivanju informacij o možnostih nadaljnega izobraževanja. Zanje so poleg informacij o samih programih pomembne tudi obšolske dejavnosti, možnosti aktivnega udejstvovanja v stroki, kje lahko opravljajo prakso in možnosti zaposlitve po zaključku izobraževanja. Prav tako jih zanima, kakšne pogoje za izobraževanje zagotavlja srednja šola, kakšne so možnosti prehajanja med programi, kako je šola povezana z delodajalci, kako je znanje, ki ga pridobijo v naših programih, uporabno in cenjeno v tujini ...

Z Medpodjetniškim izobraževalnim centrom (MIC) smo pridobili izjemne pogoje za delo v specializiranih učnih delavnicah in laboratorijih, kjer se odvija predvsem praktični del izobraževanja in usposabljanja. Ustvarili smo mrežo sodelovanja s številnimi in različnimi podjetji v bližnjem in širšem okolju, in tudi v tujini, ki omogočajo dijakom kakovostno opravljanje praktičnega dela izobraževanja, in tako dijaki že v času šolanja navežejo dobre stike s potencialnimi delodajalci.

V želji, da se čim bolje predstavimo poklicnim svetovalcem, učencem, njihovim staršem in svetovalnim delavcem osnovnih šol ter da pripomoremo k lažji izbiri poklicne

poti, na ŠC Velenje aktivno in sistematično skrbimo za promocijo poklicnega in strokovnega izobraževanja. V prispevku bomo predstavili nekaj aktivnosti, in sicer:

Dan odprtih vrat

Z Dnevom odprtih vrat želimo bodočim dijakom predstaviti čim več informacij, ki jih potrebujejo za dobro odločitev in odgovor na vprašanje – kje nadaljevali šolanje po osnovni šoli. Pri predstavitvah izobraževalnih programov dajemo poudarek praktičnim predstavitvam programov v obliki delavnic ali nazornih prikazih, tako da si lahko ustvarijo jasno sliko, kaj bodo s pridobljenim poklicem lahko delali oziroma kje bodo lahko nadaljevali izobraževanje. Ob tem si ogledajo tudi prostore in na ta način spoznajo pogoje bodočega izobraževanja. Na predstavitvah so aktivno vključeni tudi naši dijaki, ki udeležencem na neformalen način predstavijo življenje in delo na šoli ter uspehe dijakov na šolskem in izvenšolskem področju.

Na Dnevu odprtih vrat sodelujejo s svojimi predstavitvami tudi predstavniki delodajalcev, GZS in OZS ter Zavod za zaposlovanje, ki posredujejo informacije o možnostih štipendiranja in zaposlitve po končanem šolanju. V okviru Dneva odprtih vrat izvedemo za starše učencev tudi roditeljski sestanek, kjer jim podrobneje predstavimo vse možnosti izobraževanja in dela v srednji šoli.

Izkušnje kažejo, da je ta oblika seznanjanja z možnostmi poklicnega in strokovnega izobraževanja, na katerem sodelujejo tako osnovnošolci kot njihovi starši, dobra, saj jih vzpodbudi k poglobljenemu razmišljanju, iskanju dodatnih informacij in pogovorom o prihodnosti.

Tehniški, naravoslovni in gospodinjski dnevi

Tehniški, naravoslovni in gospodinjski dnevi dopolnjujejo vsebine, ki se jih učenci učijo v osnovnih šolah pri različnih predmetih (npr. tehnika in tehnologija, gospodinjstvo, fizika idr.). Poleg tega so del poklicne orientacije, saj se na ta način поблиže spoznajo s

programi in poklici, za katere izobražujemo na Šolskem centru Velenje. Zaradi sodobne opremljenosti učilnic in laboratorijev jih običajno izvajamo na šolah ŠC Velenje in na MIC-u.

Skupaj z osnovnošolskimi učitelji za tehniko in tehnologijo pripravimo program za izvedbo tehniškega dne in določimo vsebine. Učenci so za to obliko dela, ki traja 5 šolskih ur, zelo motivirani. Na izdelek, ki ga izdelajo in ga lahko odnesejo domov, so zelo ponosni. Izdelek lahko pri pouku tehnike na OŠ še nadgradijo, ga dodelajo in navadno kasneje pripravijo tudi razstavo le-teh. Osnovnošolski svetovalni delavci in učitelji so nad takim sodelovanjem navdušeni in zadovoljni tudi zato, ker učenci preživijo aktiven dan na srednji šoli, kjer imajo možnost pridobiti nove izkušnje ...

Učenci zadnje triade osnovne šole lahko izberejo dva do tri izbirne predmete in na ŠC Velenje jim pripravimo ponudbo za sodelovanje pri izvedbi nekaterih od teh predmetov (Robotika v tehniki; Elektronika z robotiko; Računalništvo: Multimedija, Računalniška omrežja; Obdelava snovi: Umetne snovi, Kovine; Risanje v geometriji in tehniki).

Tako lahko na primer pri tehniškem dnevu na Strojni šoli učenci 8. razreda OŠ spoznajo avtoservisno dejavnost (teoretične vsebine o delovanju avtomobilskih motorjev, v praktičnem delu pa prikaz delovanja štiritaktnega motorja, mototestor, test izpušnih plinov in testiranje vozil na testni stezi), struženje (spoznajo postopek struženja in izdelajo izdelek – vrtalko) in preoblikovanje (spoznajo nekaj postopkov preoblikovanja in spajanja kovin ter izdelajo svečnik; srečajo se z osnovami preoblikovanja pločevine – striženje in upogibanje ter s spretnostmi točkovnega varjenja in izdelajo »zmaja«).

Na ŠC Velenje omogočamo zainteresiranim učencem vključitev v krožke na posameznih šolah (Turistični krožek, Robotika, Multimedijski krožek, Eksperimentalna elektronika, Računalništvo v strojništvu, Mehatronika v strojništvu, Avtoservisna dejavnost).

Krožki in delavnice s področja računalništva – poletna šola

V času poletnih počitnic smo na ŠC Velenje, na Elektro in računalniški šoli, na pobudo računalniškega podjetja PIA, d. o. o., iz Velenja, organizirali poletno šolo spletnega programiranja. Skupina dijakov se je ob pomoči strokovnjakov učila spletnega programiranja. Srečali so se s spletno tehnologijo, ki je temeljila na skriptnem jeziku Cold Fusion. Dijaki so izdelali praktične primere in poletno šolo zaključili z zabavnim piknikom. Tako smo spet, po nekaj letih premora, obudili skoraj 20-letno tradicijo sodelovanja s Podjetjem PIA, d. o. o., ki se lahko pohvali z večletno tradicijo na področju izdelovanja različnih aplikacij za podjetja.

V marcu smo organizirali teden spletnega programiranja. Pod mentorstvom Islama Mušiča so se dijaki učili uporabljati skriptni jezik PhP v povezavi z MySQL SUPB-jem. Naučili so se osnovnih korakov dela z omenjenimi tehnologijami in zahtevnih namestitev. Veliko pozornost so usmerili tudi v izdelavo varnih spletnih strani.

Že od decembra potekajo na Elektro in računalniški šoli delavnice, ki temeljijo predvsem na spletnih tehnologijah. Miha Rebernik s svojimi dolgoletnimi izkušnjami dijakom na zanimiv način podaja svoja znanja o spletnih tehnologijah. Dijaki so se naučili oblikovati spletne strani s CSS in izdelovati tehnološko napredne spletne strani z ogrodjem Rails, ki temelji na skriptnem jeziku Ruby (Ruby on Rails).

Dijaki so z delom v krožkih in delavnicah zelo zadovoljni. Pod strokovnim vodstvom razvijajo svoj interes, si nabirajo dodatna znanja in večšine ter nabirajo izkušnje, ki jim bodo zagotovo v pomoč na nadaljnji poklicni in življenjski poti.

Krožek robotike

Pomoč ŠC Velenje, Elektro in računalniške šole, pri izvedbi izbirnih predmetov na osnovnih šolah predstavlja pomembno

obliko sodelovanja. Izbirni predmet, ki traja 35 ur, je razdeljen v tri dele. V prvem delu učenci spoznavajo osnove elektrotehnike, drugi del predstavlja gradnjo mobilnega robota, v tretjem delu pa učenci programirajo različne robote iz didaktičnega kompleta Legomindstorms.

Pred šestimi leti smo predlagali, da so se v robotska tekmovanja vključili tudi učenci osnovnih šol in tako je v letu 2010 že več kot 150 učencev iz deset osnovnih šol Savinjske in Koroške regije vključenih v navedena tekmovanja preko izbirnega predmeta.

V času informacijsko-komunikacijske družbe, ko se tehnika razvija z velikimi koraki, je potrebno mladim zagotoviti izkušnje, ki jim bodo pomagale pri na nadaljnji življenjski poti.

Te izkušnje zagotavljamo in uresničujemo s pomočjo krožkov robotike, ki povezujejo znanje elektronike, strojništva in informatike. Pri robotiki se je potrebno spopasti s problemi, ki nase vežejo cel spekter znanj, zato smo prepričani, da ni boljšega učnega orodja, kot je izdelava robota.

Pri krožku dijaki pokažejo veliko mero ustvarjalnosti in tehničnih sposobnosti. Cilj krožka je izdelati robota, ki bo samostojno premagoval ovire. Za dokončanje uspešnega robota je potrebna velika mera iznajdljivosti in znanja, tako na tehničnem področju pri sestavi robota kakor tudi pri ustvarjalnem programiranju. V ta namen smo se pobudniki treh srednjih šol odločili, da organiziramo Slovensko ligo konstruktorjev mobilnih robotov v vožnji po labirintu.

Poleg državnih tekmovanj se je ekipa ŠC Velenja, Elektro in računalniške šole, leta 2009 uvrstila tudi na svetovno tekmovanje RoboCup, ki je potekalo v Grazu. Z inteligentnimi mobilnimi roboti in humanoidnimi roboti v nogometu, reševanju, plesu in pri pomoči v vsakdanjem življenju so se pomerile najboljše svetovne ekipe. Prijavljenih je bilo 3000 udeležencev iz 40 držav. ŠC Velenje, Elektro in računalniško šolo so na tekmovanju zastopali dijaki Marko Vačovnik (tehnik mehatronike), Jure Ledinek in Gašper Kladnik (elektrotehnik) ter mentor Peter Vrčkovnik. Tekmovanje, na katerem so sodelovale slovenske ekipe, se imenuje RoboCup Juinar Rescue League. Naloga

tekmovalec je, da sestavijo robota, ki se bo avtonomno gibal po labirintu. Labirint je sestavljen iz več prostorov, v katerih robot sledi črti, išče ponesrečence, premaguje naklon ... Zasedli smo 23. mesto med 34 ekipami s celega sveta.

V šolskem letu 2009/2010 potekajo v Sloveniji štiri državna tekmovanja. Na Elektro in računalniški šoli v Velenju smo v mesecu aprilu izvedli drugo tekmovanje RoboFEST 2010.

Na srečanju RoboFEST so se učenci osnovnih šol predstavili v dveh kategorijah, in sicer: RoboSLED 2010, kjer učenci tekmujejo z roboti, ki sledijo črti, in RoboREŠEVALEC, kjer roboti rešujejo različne probleme. Dijaki pa so se pomerili v kategoriji RoboERŠ, vožnji z mobilnimi roboti po labirintu. Najboljši učenci se bodo udeležili državnega tekmovanja RoboT in LegoBUM v Mariboru. Učenci in dijaki imajo možnost udeležbe na svetovnem prvenstvu RoboCup, ki bo letos v Singapurju.

Srečanje RoboFEST ni samo preskus robotov, saj se bodo učenci in dijaki preizkusili tudi na drugih področjih – od športnih, naravoslovnih do zabavnih.

Roboti so naložba za prihodnost. Že sedaj rešujejo probleme in zagotovo nam bodo prinesli še marsikaj novega in dobrega.

V upanju, da si tudi vi želite uspešno pot v prihodnost, vas vabimo, da se nam pridružite.

Dan spoznavanja poklicev v rudarstvu

Zaradi posebnosti Rudarske šole, ki v celoti izvaja praktični pouk za dijake na Premogovniku Velenje, so promocijske aktivnosti poklicev v rudarstvu bolj usmerjene v medije in na Dan spoznavanja poklicev v rudarstvu. Preko medijev šola skupaj s Premogovnikom Velenje sporoča možnosti izobraževanja in potrebe podjetja po kadrih. Na Dan spoznavanja poklicev v rudarstvu pa si starši in učenci lahko ogledajo in spoznajo delovanje poslovnega sistema, se seznanijo z možnostmi štipendiranja, zaposlovanja in osnovnimi vsebinami praktičnega pouka.

Motivacijske ure in roditeljski sestanki na OŠ

Na osnovnih šolah izvajamo motivacijske ure, na katerih ob demonstraciji izdelkov in atraktivni animaciji učencev na razrednih in drugih urah predstavimo programe v poklicnem in strokovnem izobraževanju.

Strokovno srečanje s šolskimi svetovalnimi delavci

Vsako leto v januarju pripravi tim svetovalnih delavk v sodelovanju z ravnateljki šol ŠC Velenje tradicionalno strokovno srečanje s svetovalnimi delavci osnovnih šol Savinjske in Koroške regije, na katerem predstavimo novosti v programih poklicnega in strokovnega izobraževanja in druge aktualne vsebine. Vsako leto se v maju mesecu s predstavniki OŠ dogovorimo za oblike in načine sodelovanja in medsebojne pomoči pri promociji poklicnega in strokovnega izobraževanja, da OŠ planirane aktivnosti predstavijo tudi v Letnem delovnem načrtu posamezne šole za novo šolsko leto.

Sodelovanje z delodajalci

Za uspešno in učinkovito delo v programih poklicnega in strokovnega izobraževanja postaja vse pomembnejše tudi aktivno povezovanje z delodajalci, kar dodaja promocijskim aktivnostim še dodatno vrednost. ŠC Velenje zelo dobro sodeluje z več 100 delodajalci na področju dela programa izvajanja praktičnega pouka in praktičnega usposabljanja z delom (PUD). Pri delodajalcih organiziramo predvsem tisti del praktičnega pouka v 1., 2., 3. in 4. letniku, za katerega imajo interes podjetja, obrtniki in dijaki.

Ob uvajanju novih programov smo pričeli s seznanjanjem delodajalcev o spremembah in zahtevah, ki jih novi programi prinašajo, in se z delodajalci dogovorili o izvajanju PUD-a pri njih. Dijaki in njihovi mentorji v podjetjih so navdušeni nad praktičnim usposabljanjem z delom, ki traja različno: od 4 do 24 tednov.

V programu Avtoserviser, ki zajema t. i. projektne tedne, ki jih izvajamo pri delodajalcih, pridobijo dijaki v bolj strnjeni obliki določena uporabna znanja s področja poklica in ključnih kompetenc. Izvajamo različne projektne tedne v vseh letnikih izobraževanja in se pri tem trudimo obdržati pester in zanimiv nabor drugačnega, bolj sodobnega pristopa k pouku. Ker učni program Avtoserviser zajema tudi znanja o karoseriji, smo leta 2006 skupaj z delodajalci pripravili projektni teden, kjer smo pri njih izvedli celoten modul Karoserija.

Dijaki na tak način, med samim delovnim procesom, v realnem delovnem okolju, osvojijo načrtovane cilje modula in poleg uporabnih znanj pridobijo tudi realne delovne izkušnje.

Naj izpostavimo, da dijaki ŠC Velenje že nekaj let opravljajo večtedensko praktično usposabljanje z delom v tujini, in sicer: v Avstriji, Italiji, Nemčiji in na Švedskem, od koder prihajajo k nam tudi njihovi dijaki.

V letošnjem šolskem letu smo organizirali še 80-urno praktično izpopolnjevanje v delovnem procesu tudi za 15 učiteljev ŠC Velenje in tako dodatno utrdili vez med srednjim šolstvom in gospodarstvom.

Anketa o odločanju za poklic – rezultati

Aprila 2010 smo dijakom v programih 3-letnega poklicnega in 4-letnega strokovnega izobraževanja (1. in 2. letnik) ponudili in izpolnjevanje Anketo o odločanju za poklic, ki jo je pripravila ga. Metka Ritonja iz Srednje šole za gostinstvo in turizem v Mariboru, da bi tudi mi ugotovili, na podlagi česa se dijaki odločajo za poklic oz. kaj najbolj vpliva na njihovo poklicno odločitev. Anketo je izpolnilo 288 dijakov, od tega 132 dijakov iz 1. letnika in 156 dijakov iz 2. letnika.

Rezultati ankete so pokazali, da so se dijaki v 22 % odločili za izobraževanje na srednji šoli zato, ker je na njihovo odločitev vplival obisk na srednji šoli (delavnice, dan odprtih vrat, informativni dan), v 21 % je bil odločilen pogovor s straši in v 14 % pogovor s prijatelji. Šele na 5. mestu je svetovanje, razgovor

s svetovalno delavko, razrednikom in učiteljem. Zanimiva je tudi ugotovitev, da se je spletna stran izbrane srednje šole pojavila na zadnjem mestu med navedenimi možnostmi, ki so vplivale na poklicno odločitev (3 %).

Iz rezultatov je razvidno, da ni bistvenih razlik med odgovori dijakov 1. letnika v primerjavi z odgovori dijakov 2. letnika. Zagotovo nam bodo ti podatki v pomoč pri nadaljnjem načrtovanju promocijskih aktivnosti za vpis v programe poklicnega in strokovnega izobraževanja.

Kaj je dobra informacija za dijaka 21. stoletja? Tradicionalni »obisk« na srednji šoli. 15-letnik mora na lastne oči preveriti, da verjame in se znajde v svetu (ki je prenasičen z informacijami). Torej mu iskreno ponudimo pristnost ter znanje.

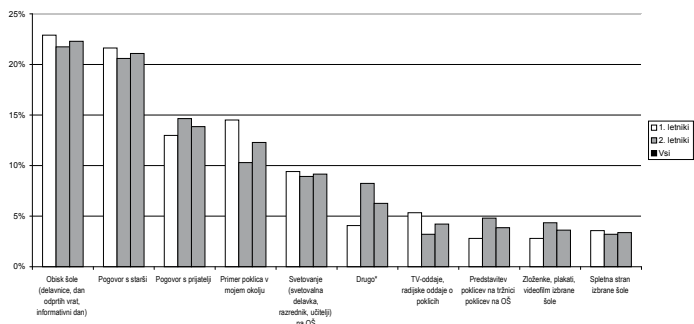
Kaj od naštetega je najbolj vplivalo na tvojo poklicno odločitev?	1. letnik		2. letnik		Skupaj	
	Št.	%	Št.	%	Št.	%
Obisk šole (delavnice, dan odprtih vrat, informativni dan)	90	23	95	22	185	22
Pogovor s starši	85	22	90	21	175	21
Pogovor s prijatelji	51	13	64	15	115	14
Primer poklica v mojem okolju	57	15	45	10	102	12
Svetovanje (svetovalna delavka, razrednik, učitelji) na OŠ	37	9	39	9	76	9
Drugo*	16	4	36	8	52	6
TV-oddaje, radijske oddaje o poklicih	21	5	14	3	35	4
Predstavitev poklicev na tržnici poklicev na OŠ	11	3	21	5	32	4
Zloženske, plakati, videofilm izbrane šole	11	3	19	4	30	4
Spletna stran izbrane šole	14	4	14	3	28	3
Skupaj	393	100	437	100	830	100

Tabela 1: Kaj od naštetega je najbolj vplivalo na tvojo poklicno odločitev?

*Drugo:

- osebno zanimanje za poklic – lastni interes
- poklicna odločitev se mi je zdela najbolj primerna in ne preveč težka
- nekaj namesto gimnazije

- zato, ker sem padla na drugi šoli in je bila ta najbližja
- korist izbranega poklica v življenju
- lokacija, bližina doma
- neuspeh v drugem programu
- brat
- odločitev v zadnjem trenutku
- všeč mi je ta poklic
- veliko smeri za nadaljnje šolanje



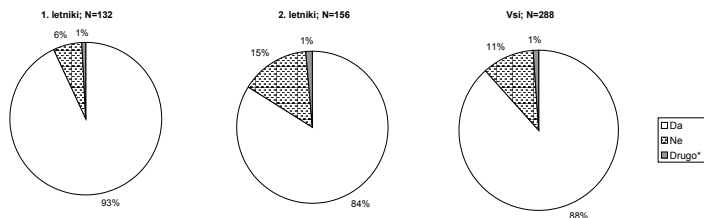
Graf št. 1: Kaj od naštetega je najbolj vplivalo na tvojo poklicno odločitev?

Ali izbrano izobraževanje dosega vaše pričakovanje?	1. letnik		2. letnik		Skupaj	
	Št.	%	Št.	%	Št.	%
Da	123	93	131	84	254	88
Ne	8	6	23	15	31	11
Drugo*	1	1	2	1	3	1
Skupaj	132	100	156	100%	288	100%

Tabela 2: Ali izbrano izobraževanje dosega vaše pričakovanje?

*Drugo:

- se ne vidim v tem poklicu in mislim nadaljevati drugje
- premalo prakse



Graf št. 2: Ali izbrano izobraževanje dosega vaše pričakovanje?

Iz odgovorov dijakov je razvidno, da je od 288 vprašanih 254 ali 88 % odgovorilo, da izbrano izobraževanje dosega njihovo pričakovanje.

Fotografije in plakata



Ali veste, da imamo na ŠC Velenje več kot 1100 računalnikov?



Spoznavanje poklicev v strojništvu.



V družbi z robotki čas vedno prehitro mine ...



Ali veste, koliko ur je bilo potrebnih za nastanek tega robota?



Učenci OŠ Antona Aškercia iz Velenja
ob zaključku tehniškega dne.



Na svetovnem srečanju v Gradcu smo dosegli 23. mesto.

munus 2
munus = lat. poklic

ŠC V
ŠOLSKI CENTER VELENJE
mavreca znanja

Dragi učenci, dijaki, starši, iskalci zaposlitve, VSI, ki vas zanimajo dodatna znanja, strokovni delavci ... Poznate programe in poklice, ki jih želimo s pomočjo projekta Munus 2 še posebej predstaviti in vas nagovoriti, da se morda odločite za katerega od njih? Pri načrtovanju vaše poklicne kariere vam lahko ponudimo veliko dobrih informacij. Vabljeni med nas!

Geotehnik
Okoljevarstveni tehnik
Geostrojnik rudar
Geotehnik (PTI)

Strojni tehnik
Avtoserviser – avtokaroserist
Mehatronik operater
Oblikovalec kovin – orodjar
Instalater strojnih instalacij
Strojni tehnik (PTI)
Avtoservisni tehnik (PTI)
Pomočnik v tehnoloških procesih

Elektrotehnik
Tehnik računalništva
Tehnik mehatronik
Elektrikar
Elektrotehnik (PTI)

Gastronomsko-turistični tehnik
Gastronom hotelir
Prodajalec
Pomočnik v biotehnikih in oskrbi
Gastronomski tehnik (PTI)

Plakat Munus 2 – poklici na ŠC Velenje

munus 2
KONZORCIJ
ŠOLSkih
CENTROV

Cilj projekta je izboljšati usposobljenost učiteljev in drugih izobraževalcev v sistemu izobraževanja in usposabljanja mladine in odraslih za uporabo najsodobnejših oblik in metod učenja in poučevanja ter izboljšati usposobljenost ravnateljev in drugih vodilnih delavcev za avtonomno vlogo vzgojno-izobraževalnih zavodov in sodelovanje z okoljem in nenazadnje izobraziti kader, ki ga sodobno gospodarstvo potrebuje in je ob zaključku šolanja pripravljen za samostojno opravljanje svojega poklica. Novi programi so v strokovnem področju modularno zgrajeni. Osnovni nosilec programa je modul, ki povezuje splošna, strokovna in praktična znanja. Sodelovanje med izvajalci programa v procesu izvajanja je nujno. Poseben poudarek je na sodelovanju izobraževalnega sistema in gospodarskega sistema, v katerega se dijak vključi po končanem šolanju.

Projekt MUNUS 2 predstavlja strokovno podporo pri uvajanju prenovljenih izobraževalnih programov v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju. Novi programi s področja tehnike, zdravstva in kozmetike, farmacije, gostinstva in turizma, steklarstva, papirništva, tekstila in usnjarstva, kemije, optike, prometa in zvez, oblikovanja in fotografije, tiskarstva ter multimedije so modularno grajeni in mednarodno primerljivi, povezujejo splošno, strokovno in praktično znanje, omogočajo medpredmetno povezovanje in povezavo z gospodarstvom (20 % vsebin kurikula sooblikujejo delodajalci). Vsekakor taki programi upoštevajo potrebe po sodobni, kvalitetni in razvojno usmerjeni izobrazbi mladine in nudijo le-tej večjo zaposljivost (Adriana Hodak, vodja projekta).

OSTALI KONZORCIJSKI PARTNERJI

Šolski center Novo mesto
Šolski center Nova mesta
Šolski center Velenje
Šolski center Ptuj
Šolski center Celje
Tehniški šolski center Nova Gorica
Tehniški šolski center Kranj
Šolski center Izobiljara
Srednja šola za gostinstvo in turizem Maribor
Iskra

Plakat Munus 2 – cilji projekta

Viri:

1. Sankovič N., Pleško, A., Penko, T., Dobravec, D. (2008). Kratek priročnik učinkovite promocije strokovnega in poklicnega izobraževanja. Ljubljana, Center RS za poklicno izobraževanje.
2. Mervar, D., Čosič, V. (2005). Pisanje.com. Ljubljana, GV Izobraževanje.
3. Trnavčevič, A., Tankosić, A., Kodrič, B., Hozjan, D., Logaj, V., Biloslavo, R. (2008). O šoli skozi pisna gradiva: marketinško komuniciranje šole. Ljubljana: Pedagoški inštitut.
4. Fotografije in plakata, Arhiv ŠC Velenje

Avtorja:

Islam Mušić, prof. računalništva z matematiko,
učitelj strokovnih predmetov računalništva,
Šolski center Velenje,
Elektro in računalniška šola, Trg mladosti 3, 3320 Velenje,
islam.music@guest.arnes.si;

Urška Koletnik, univ. dipl. psih., šolska svetovalna delavka,
Šolski center Velenje,
Elektro in računalniška šola, Trg mladosti 3, 3320 Velenje,
urska.koletnik@guest.arnes.si.

Lektoriranje:

Bernarda Lenko, prof. slovenščine in univ. dipl. etn.,
učiteljica slovenščine,
Šolski center Velenje,
Rudarska šola, Trg mladosti 3, 3320 Velenje,
bernarda.lenko@guest.arnes.si.

Prevod:

mag. Vlasta Leban, učiteljica angleškega jezika,
Šolski center Velenje,
Elektro in računalniška šola, Trg mladosti 3, 3320 Velenje,
vlasta.leban@guest.arnes.si.

ANALIZA UČINKOVITOSTI PROMOCIJSKIH AKTIVNOSTI NA ŠOLSLEM CENTRU CELJE

Izvleček:

Šolski center Celje (ŠCC) že vrsto let posebno pozornost namenja promociji srednjega poklicnega in strokovnega oz. tehniškega izobraževanja. Cilj promocijskih dejavnosti je povečati ugled in spoznati možnosti, ki jih nudi poklicno in tehniško izobraževanje, s tem pa povečati vpis v izobraževalne programe šol ŠCC ter zagotoviti ustrezen kader za slovensko gospodarstvo.

V prispevku predstavljamo načine in vrste promocijskih dejavnosti Šolskega centra Celje ter njihov vpliv na odločitev učencev za vpis v izobraževalne programe šol Šolskega centra Celje.

Na osnovi primerjave podatkov prijavljenih učencev v 1. letnik srednjih šol ŠCC in izvedenih promocijskih aktivnosti smo ugotovili, da so naše šole oz. tehniški poklici zanimivejši za učence okoliških krajev, ki imajo zaradi načina življenja kakovostnejšo predstavo o poklicih oziroma že imajo razvit poklicni interes.

V naslednjih letih bi bilo smiselno razmisliti o načinu približevanja tehniških poklicev mestni (celjski) populaciji otrok.

Ključne besede: promocija šole, deficitarni poklici, poklicna orientacija, vpis.

Abstract:

School Centre Celje has assigned special attention to promotion of the secondary vocational and technical education. The aim of promotional activities is to increase the reputation of the school and (present) the possibilities that are offered in vocational and technical education. With these activities we try to increase the school enrolment and assure appropriate personnel in Slovenian economy.

In this article we present different strategies in promotion and different kinds of promotional activities. We also present the influence of these activities on learners' decisions about the enrolment to different educational programmes of schools in School Centre Celje.

Based on the comparison of data of learners enrolled into 1st year of secondary schools in School Centre and performed promotion activities we found out that our schools are very interesting for students from nearby places. These students have more qualitative concept of our schools and they already have developed professional interest.

In future years it would be reasonable to think about the ways of how to approach technical professions to urban population of children (especially from Celje).

Key words: school promotion, deficit professions, professional orientation, enrolment.

Uvod

Izbira poklica je ena najpomembnejših odločitev v življenju. Kam se vpisati in kateri poklic je za posameznika pravi, sta najpogostejši vprašanji, s katerima se mladostniki prvič srečujejo ob prehodu iz osnovne v srednjo šolo. Ta prehod nastopi ravno v obdobju, ko se oblikuje mladostnikova identiteta in se spoznavajo poklicni interesi, zato je odločitev toliko težja. Prav zaradi pomembnosti in teže odločitve se precej mladostnikov odloči za nadaljevanje šolanja v gimnazijah. Tako svojo poklicno odločitev odložijo za štiri leta. Zagotovo so v boljšem položaju tisti, ki imajo kakovostnejšo predstavo o različnih poklicih, saj se le tako lahko razvijejo poklicni interesi

Poklicna orientacija

Poklicna orientacija pomeni delo z učenci in s starši z namenom pridobivanja čim boljših informacij o izobraževalnih programih in poklicih za uresničevanje želene izobraževalne in poklicne poti.

Sestavljena je iz različnih aktivnosti:

- razvijanje interesov;
- spoznavanje poklicev in
- iskanje poklicnih ciljev skozi proces poklicnega svetovanja.

Poklicna orientacija je zahteven in dolgotrajen proces, ki bi se moral sistematično pričeti že v prvih razredih osnovne šole. Preko določenih vsebin v učnem načrtu se da aktivno predstaviti določene poklice in nuditi praktično ter konkretno izkušnjo učencem, da spoznajo sebe in svoje lastnosti ter sposobnosti za opravljanje določenega poklica.

Poklicno odločanje zahteva aktivno udeležbo posameznika, saj je odločitev ustrežnejša, če jo vsak sprejme samostojno in se ne prepušča naključju ali nasvetom tretjih oseb.

Poklicna orientacija ima v Sloveniji dolgoletno tradicijo, ki se je začela v 50-ih letih 20. stoletja. Na voljo je veliko pisnih informacij o poklicih, ki so vsekakor zelo dragocene. Največ tovrstnih

informacij je na Centru za informiranje in poklicno svetovanje (CIPS). Veliko ustreznih informacij je dostopnih mladostnikom in odraslim tudi na šolah ter na Zavodu RS za zaposlovanje, vendar pisne informacije o poklicih še zdaleč ne zadoščajo za poznavanje poklica. Zato šole posegajo tudi po drugih oblikah informiranja mladostnikov, kot so delavnice, predstavitve na šolah, sejemske prireditve, obiski šol in predstavitve različnih poklicev v sodelovanju z delodajalci v realnem delovnem okolju ...

Promocija poklicev

Beseda promocija pomeni vrsto načrtovanih dejavnosti, ki imajo za cilj ustvariti močno prepoznavnost, uveljavitev in pozitivno vrednotenje določenega izdelka, storitve, blagovne znamke, identitete, regije ali države.

Šolski center Celje že vrsto let namenja poseben poudarek promociji srednjega poklicnega in strokovnega oz. tehniškega izobraževanja. Z vrsto načrtovanih dejavnosti poskuša učencem zaključnih razredov osnovne šole in njihovim staršem ponuditi boljši vpogled v poklicni in strokovni izobraževalni sistem, olajšati proces poklicnega odločanja in s tem pomagati učencem pri prehodu z ene stopnje na drugo.

Določeni profili poklicev, predvsem naravoslovno-tehniške smeri, imajo v zadnjem obdobju velik upad vpisa učencev v srednje poklicne šole ter dijakov v višje in visoke strokovne šole. To se odraža tudi na trgu delovne sile, kjer je povpraševanje delodajalcev po teh poklicih vse večje, ponudba delovne sile pa manjša.

Menimo, da je razlog za zmanjšan vpis v srednje poklicne in srednje strokovne oz. tehniške izobraževalne programe predvsem v krizi industrijske proizvodnje, širjenju storitvenih dejavnosti, popularizaciji in vrednotenju posameznih poklicev in stroke, družbenih vrednotah, nezadostni informiranosti osnovnošolcev in njihovih staršev o poklicih ter v sistemski neurejenosti promocije poklicev in poklicnega izobraževanja.

Promocijske dejavnosti na ŠCC

Čas	Promocijski dogodki	Udeleženci
September	srečanje s svetovalnimi delavkami OŠ Savinjske regije	svetovalne delavke OŠ
Oktober	dan odprtih vrat	učenci devetih razredov OŠ in njihovi spremljevalci (učitelji, svetovalne delavke in starši)
Januar	sodelovanje na sejamskih prireditvah	učenci zadnje triade, pedagoški delavci, starši
April	delavnice za osnovnošolce	učenci 7. in 8. razredov OŠ
Skozi celo leto	šolsko predstavitev programov na OŠ tehnične delavnice	izobraževalnih učenci 8. in 9. razredov OŠ in njihovi starši učenci zadnje triade

Tabela 1: Promocijski dogodki na ŠCC v šolskem letu 2009/2010

Srečanje s svetovalnimi delavkami OŠ

Na začetku šolskega leta ŠCC organizira srečanje s svetovalnimi delavci OŠ Savinjske regije, na katerem jih seznanijo z novostmi na področju srednjega izobraževanja ter načrtom sodelovanja osnovnih in srednjih šol na področju promocije poklicev.

Na srečanju tudi sodelujejo predstavniki Zavoda za zaposlovanje OE Celje, ki informirajo svetovalne delavce o deficitarnosti in perspektivnosti posameznih poklicev, možnosti štipendiranja, zaposlovanja in ustvarjanja poklicne kariere v podjetjih Savinjske regije.

S takšnim načinom komuniciranja in informiranja so osnovnošolski svetovalni delavci zadovoljni, zato se tovrstnih srečanj udeležujejo v velikem številu. Sami menijo, da so premalo ali prepozno informirani o dogajanju na področju razvoja in potrditve novih izobraževalnih programov.

Dan odprtih vrat

ŠCC organizira že vrsto let v mesecu oktobru dan odprtih vrat, na katerega pisno povabi učence zaključnih razredov osnovne šole iz Savinjske regije in njihove starše. Zanje pripravi program v telovadnici šole in delavnice s področja naravoslovja, jezikoslovja, tehnike, logistike, umetnosti, okoljevarstva, medijske tehnike, gradbeništva, strojništva, elektrotehnike ...

S sprehodom po šoli imajo obiskovalci možnost spoznati utrip šole. Vsaka izmed šol pripravi tudi predstavitev poklicev, za katere izobražuje, in pomembnejših dogodkov.

Predstavitve izobraževalnih programov dijakom in staršem osmih in devetih razredov na osnovnih šolah

Predstavitve poklicev in izobraževalnih programov so zelo pomembna dejavnost v okviru poklicnega informiranja, saj so to pogosto prve verodostojne informacije, ki jih o določenem programu dobi učenec. Na predstavitev se učenci in njihovi starši seznanijo z izobraževalnimi programi, s ponudbo izbirnih vsebin in interesnih dejavnosti, z dosežki dijakov šole, z možnostjo prilagajanja šolskih obveznosti z dodelitvijo statusov, s prednostmi šole, s povezavo šole in podjetij ter z možnostjo nadaljevanja izobraževanja oz. zaposlovanja.

Od načina predstavitve je lahko odvisno, ali se bodo učenci dodatno informirali o poklicu oz. se zanj odločili.

Delavnice za osnovnošolce

V mesecu aprilu ŠCC povabi učence 7. in 8. razredov na delavnice, kjer pod vodstvom učiteljev – mentorjev in dijakov šole učenci ustvarjajo zanimive izdelke in izvajajo poskuse. Učenci dobijo promocijski material šol ŠCC z opisom izobraževalnih programov.

Tehniške delavnice na OŠ

Osnovnim šolam ŠCC ponuja možnost izvedbe tehniških delavnic v njihovih prostorih, z namenom obogatitve dejavnosti osnovnih šol in zadovoljevanja različnih interesov učencev.

Predstavitev izobraževalnih programov na sejmih

V zadnjem času se uveljavlja predstavitev izobraževalnih programov in poklicev na sejmskih prireditvah. V letošnjem šolskem letu se je ŠCC udeležil treh sejmskih dogodkov, in sicer:

- Festivala izobraževanja in zaposlovanja (Celje);
- Pred izbiro poklica (Šentjur) in
- Poklicne avtoceste (Brežice).

Na sejmih so lahko mladostniki še pred informativnimi dnevi pridobili informacije, ki jim bodo olajšale izbiro šole in poklicno pot.

Obisk sejmov je zelo zanimiv tudi zato, ker lahko učenci neposredno na mestu preverijo, ali jim izbrana šola omogoča zaposlitev v podjetjih. Svoje kadrovske potrebe in pričakovanja od prihodnjih sodelavcev namreč na sejmu predstavijo tudi delodajalci.

Cilj promocijskih dejavnosti

Cilji promocijskih dejavnosti so:

- seznaniti osnovnošolske svetovalne delavce o novostih in spremembah na področju srednjega in poklicnega izobraževanja;
- seznaniti učence in starše z izobraževalnimi programi, ki jih ponuja ŠCC;
- seznaniti učence, njihove starše in svetovalne delavce o prednostih poklicnega in strokovnega izobraževanja in jim predstaviti učni proces v poklicnih šolah, ki

zagotavlja dijakom kakovostno strokovno znanje in praktično izpopolnjevanje, po končanem šolanju pa omogoča zaposlitev ali nadaljevanje izobraževanja v poklicni vertikali: v programih poklicno-tehniškega izobraževanja, višjih in visokih strokovnih šolah in ne nazadnje tudi fakultetah;

- povečati ugled in poznavanje možnosti, ki jih nudi poklicno in strokovno oz. tehniško izobraževanje;
- promovirati deficitarne poklice in ustrezne izobraževalne programe;
- povečati vpis v poklicno izobraževanje in s tem v izobraževalne programe, ki jih izvaja šola;
- povečati informiranost in interes učencev ter staršev za določene poklice in
- zagotoviti ustrezen kader za slovensko gospodarstvo.

Ciljna skupina promocijske dejavnosti

Glavna ciljna skupina so učenci zadnje triade osnovne šole. V dejavnost so vključeni tudi starši in svetovalni delavci na osnovnih šolah, saj pri sprejemanju poklicne odločitve otroci te starosti potrebujejo pomoč, predvsem dobro informiranje in svetovanje. Samo dobro informirani učenci lahko sprejmejo racionalne odločitve za zadovoljitev svojih interesov in želja.

Raziskave kažejo, da je velik osip na nekaterih šolah posledica nepoznavanja izobraževalnih programov, v katere so se vpisali.

Izvajalci promocijske dejavnosti

Koordinatorji promocijskih dejavnosti so svetovalni delavci na ŠCC. Njihova naloga je povezovanje in sodelovanje z osnovnimi šolami, koordinacija aktivnosti, ki so povezane z obiski učencev, priprava promocijskega gradiva, vodenje evidence o dejavnostih ter analiza promocijskih aktivnosti.

Promocijske aktivnosti izvajajo ravnatelji, učitelji in svetovalne delavke srednjih šol.

Udeležba osnovnih šol na promocijskih dogodkih ŠCC

Občina/regija	Število promocijskih dogodkov							Skupaj šol
	0	1	2	3	4	5	6	
Celje	1	4	3	5				13
Laško			2	1				3
Mozirje	4	2						6
Slovenske Konjice	2	3						5
Šentjur		1	3	2	1			7
Šmarje pri Jelšah	3	4	2					9
Velenje	6	2						8
Žalec		2	6					8
Zasavje/Posavje	4	2						6
Skupaj šol	20	20	16	8	1	0	0	65
% udeležbe	30,8	30,8	24,6	12,3	1,5	0,0	0,0	100

Tabela 2: Udeležba osnovnih šol na promocijskih dogodkih ŠCC po območjih

V šolskem letu 2009/10 sta se dve tretjini osnovnih šol Savinjske regije odzvali na promocijske dogodke ŠCC. Nekatere šole (24) so se udeležile dveh ali treh dogodkov.

Mnenje učencev o promocijskih dogodkih

Na osnovi pisnih vtisov učencev osnovnih šol, ki so sodelovali na promocijskih dogodkih, sklepamo, da so učenci z njimi zadovoljni. Menijo, da so z udeležbo na delavnicah pridobili predvsem novo znanje in razvili veščine ali so znanje in veščine dopolnili, več vedo o srednjih šolah in srednješolskih programih šol ŠCC, imeli so priložnost za ustvarjanje in konkretno delo ter so prijetno preživeli prosti čas.

Vpliv promocijskih dejavnosti na vpis na šole ŠCC

Število učencev devetih razredov v Sloveniji

V zadnjih letih se srednje šole zaradi nižje natalitete srečujejo z zmanjševanjem števila dijakov.

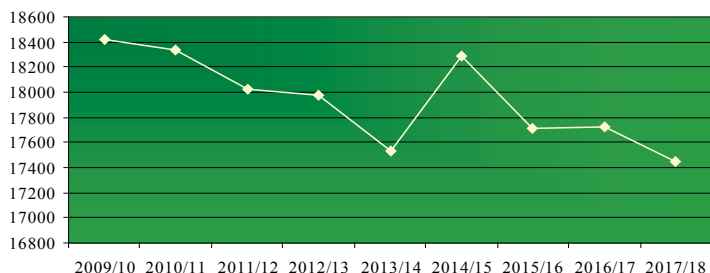
Generacija dijakov, ki se bo vpisala v 1. letnik srednje šole v šolskem letu 2010/11, je za 588 dijakov manjša v primerjavi s prejšnjo generacijo. Največji upad števila dijakov je v Savinjski regiji (148).

Regija	2009/10	2010/11	Razlika	%
Gorenjska	1968	1973	5	0,3
Goriška	1139	1025	-114	-10,0
Jugovzhodna Slovenija	1476	1377	-99	-6,7
Koroška	734	688	-46	-6,3
Notranjsko-kraška	469	439	-30	-6,4
Obalno-kraška	802	828	26	3,2
Osrednjeslovenska	4801	4745	-56	-1,2
Podravska	2900	2786	-114	-3,9
Pomurska	1064	1058	-6	-0,6
Savinjska	2625	2477	-148	-5,6
Spodnjeposavska	648	642	-6	-0,9
Zasavska	382	382	0	0,0
Skupaj	19008	18420	-588	-3,1

Tabela 3: Število učencev 9. razredov po regijah

Tudi v naslednjih letih se bo število dijakov zmanjševalo.

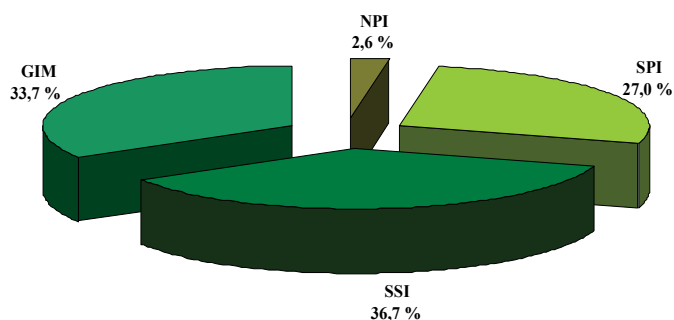
V šolskem letu 2014/15 se bo v 1. letnik srednje šole vpisalo 1476 dijakov (50 oddelkov) manj, kot se jih je vpisalo v letošnjem šolskem letu.



Graf 1: Stevilo učencev 9. razreda do šolskega leta 2017/18

Število razpisanih mest za vpis v 1. letnik srednjih šol

V Sloveniji bo v šolskem letu 2009/2010 osnovno šolo zapustilo 18.420 devetošolcev. Zanje so srednje šole razpisale 25.432 mest v poklicnih, strokovnih oz. tehniških in gimnazijskih programih. Največ mest je razpisanih v srednjem strokovnem oz. tehniškem izobraževanju (36,7 %) in gimnazijah (33,7 %).



Graf 2: Delež razpisanih mest za vpis v srednješolske programe v šolskem letu 2010/11

Glede na demografske trende in stanje na trgu dela so razpisana mesta preobsežna. Ponudba izobraževalnih programov je v neravnovesju s potrebami gospodarstva.

Savinjska regija

V Savinjski regiji je za 2.477 devetošolcev razpisanih 3.424 mest, največ za srednje strokovno in tehniško izobraževanje (40,2 %). Število mest v programih srednjega poklicnega in gimnazijskega izobraževanja sta približno enaki (29,1 % in 27,5 %).

Programi	Število mest v Savinjski regiji	Delež razpisanih mest v Savinjski regiji v %
Nižje poklicno izobraževanje	112	3,3
Srednje poklicno izobraževanje	996	29,1
Srednje strokovno in tehniško izobraževanje	1376	40,2
Gimnazija	940	27,5
Skupaj	3424	100,0

Tabela 4: Obseg vpisa v srednje šole v Savinjskih regiji (2010/2011)

Šolski center Celje

V sklopu Šolskega centra Celje (ŠCC) deluje 5 srednjih šol, ki ponujajo 28 izobraževalnih programov nižjega, srednjega poklicnega, srednjega strokovnega oz. tehniškega izobraževanja in gimnazije. Šole ŠCC so razpisale 1096 mest, kar predstavlja 32 % vseh razpisanih mest v Savinjski regiji.

Šola	Programi				Skupaj
	NPI	SPI	SSI	GIM	
Gimnazija Lava					180
Srednja šola za elektrotehniko in kemijo			26	140	166
Srednja šola za gradbeništvo		16	104	84	204
Srednja šola za strojništvo in mehatroniko		16	104	140	260
Srednja šola za storitvene dejavnosti in logistiko		16	186	84	286
Skupaj		48	420	448	180
%		4,4	38,3	40,9	16,4

Tabela 5: Obseg vpisa v šole ŠCC (2010/11)

Največ vpisnih mest je namenjenih izobraževalnim programom srednjega poklicnega in srednjega strokovnega oz. tehniškega izobraževanja, skupaj 79,2 %.

Število prijavljenih učencev na šole ŠCC

Na 1096 razpisanih mest se je prijavilo 762 učencev. Največ zanimanja so učenci pokazali za programe srednjega strokovnega oz. tehniškega izobraževanja in za gimnazijske programe. Za nekatere programe so učenci pokazali precej zanimanja, saj je prijavljenih več kandidatov, kot je razpisanih mest (medijski tehnik, tehnik računalništva in tehnik mehatronike).

Za »tradicionalne« poklice (gradbeni tehnik, strojni tehnik, kemijski tehnik in elektrotehnik) je precej manj zanimanja kot prejšnja leta.

Tudi zanimanje za programe srednjega poklicnega izobraževanja (tehniške poklice) je manjše kot v preteklem letu.

Šola	NPI	Program			Skupaj
		SPI	SSI	GIM	
Gimnazija Lava					142
Srednja šola za elektrotehniko in kemijo		15	111		126
Srednja šola za gradbeništvo	7	27	55		89
Srednja šola za strojništvo in mehatroniko	7	44	151		202
Srednja šola za storitvene dejavnosti in logistiko	4	145	54		203
Skupaj	18	231	371	142	762
% od števila razpisanih mest	37,5	55,0	82,8	78,9	69,5

Tabela 6: Število prijavljenih učencev na šole ŠCC po programih

Tabela 7: Število prijavljenih učencev na ŠCC po šolah ->

OSNOVNA ŠOLA	ŠOLSKI CENTER CELJE							%
	Št. uč. - 9. raz.	GL	SŠEK	SŠG	L	SŠSM	SKUPAJ	
CELJE	538	48	31	16	28	40	163	30,3
I. OŠ Celje	36	2	1	1		2	6	16,7
II. OŠ Celje	53	5		2	2	6	15	28,3
III. OŠ Celje	28	1	3			1	5	17,9
IV. OŠ Celje	64	4	3	3	3	3	16	25,0
OŠ Frana Kranjca, Celje	30	3			4	1	8	26,7
OŠ Hudinja, Celje	37	6	3		2		11	29,7
OŠ Frana Roša, Celje	48	9	1	1	2		13	27,1
OŠ Lava, Celje	52	2	4	2	3	5	16	30,8
OŠ Ljubečna	45	4	5		4	4	17	37,8
OŠ Štore	33	3	3	2	1	5	14	42,4
OŠ Vojnik	69	6	4	3	3	11	27	39,1
OŠ Frankolovo	26	1	2	2	2	2	9	34,6
OŠ Dobrna	17	2	2		2		6	35,3
LAŠKO	140	21	10	4	14	11	60	42,9
OŠ Primoža Trubarja, Laško	75	13	5	1	10	5	34	45,3
OŠ Antona Aškerca, Rimske Toplice	30	2	1	2	2	5	12	40,0
OŠ Marjana Nemca, Radeče	35	6	4	1	2	1	14	40,0
MOZIRJE	204	18	0	6	12	17	53	26,0
OŠ Mozirje	46	3		1	2		6	13,0
OŠ Ljubno	30	1			3	3	7	23,3
OŠ Nazarje	35	1			3	6	10	28,6
OŠ Frana Kocbeka, Gornji Grad	37	3		3		3	9	24,3
OŠ Rečica ob Savinji	23	7			2	2	11	47,8
OŠ Blaža Arnič, Luče	33	3		2	2	3	10	30,3
SLOVENSKE KONJICE	254	2	11	4	16	11	44	17,3
OŠ Pod goro, Slovenske Konjice	49	1	5	2	2	1	11	22,4
OŠ Ob Dravinji, Slovenske Konjice	54			2	5	4	11	20,4
OŠ Zreče	77		1		6	4	11	14,3
OŠ Loče	55	1	5		1	1	8	14,5
OŠ Vitanje	19				2	1	3	15,8
ŠENTJUR	210	7	18	14	22	27	88	41,9
OŠ Franja Malgaja, Šentjur	48		5	5	5	6	21	43,8
OŠ Hruševac, Šentjur	47	3	3	2	4	4	16	34,0
OŠ Blaža Kocena, Ponikva	26		5	5		4	14	53,8

OSNOVNA ŠOLA	ŠOLSKI CENTER CELJE							%
	Št. uč. - 9. raz.	GL	SŠEK	SŠG	L	SŠSM	SKUPAJ	
OŠ Slivnica pri Celju,								
Gorica pri Slivnici	36	2	4		4	8	18	50,0
OŠ Dramlje	23	2		2	3	2	9	39,1
OŠ Planina pri Sevnici,								
Planina	13				1	2	3	23,1
OŠ Dobje	17		1		5	1	7	41,2
							0	
ŠMARJE PRI JELŠAH	297	12	24	10	23	30	99	33,3
OŠ Šmarje pri Jelšah	92	5	12	2	3	9	31	33,7
OŠ Lesično	20	3	1	1	4	7	16	80,0
OŠ Kozje	17	1	1		1	2	5	29,4
OŠ Podčetrtek	31	3	1	2	2	2	10	32,3
I. OŠ Rogaška Slatina	40		4	1	3	4	12	30,0
II. OŠ Rogaška Slatina	50		3	1	6	3	13	26,0
OŠ Bistrica ob Sotli	18		1	2			3	16,7
OŠ Rogatec	29		1	1	4	3	9	31,0
VELENJE		7	2	6	11	7	33	
OŠ Šalek, Velenje				1	3		4	
OŠ Gorica, Velenje					1		1	
OŠ Livada, Velenje					1	1	2	
OŠ Gustava Šiliha, Velenje				1			1	
OŠ Mihe Pinterja Toleda, Velenje							0	
OŠ Antona Aškerca, Velenje		1			2	1	4	
OŠ Šoštanj	90	5		3	4	3	15	16,7
OŠ bratov Letonja, Šmartno ob Paki	46	1	2	1		2	6	13,0
ŽALEC	379	27	18	12	35	38	130	34,3
I. OŠ Žalec	71	4	3	2	9	6	24	33,8
OŠ Griže	24	7	1		8	1	17	70,8
OŠ Polzela	62	3	1	1	8	11	24	38,7
OŠ Vranksko	57	3	4	3	4	8	22	38,6
OŠ Braslovče	46	4	1	1	2	6	14	30,4
OŠ Petrovče	53	2	4	2		4	12	22,6
OŠ Šempeter	34	3	3	2	2	2	12	35,3
OŠ Prebold	32	1	1	1	2		5	15,6
ZASAVJE / POSAVJE		0	7	8	16	7	38	
OŠ Boštanj	39		2	2	1	3	8	20,5
OŠ Sava Kladnika, Sevnica			1		6	2	9	
OŠ Blanca, Sevnica							0	
OŠ N. H. Rajka, Hrastnik	66		4	4	6	1	15	22,7
OŠ Senovo				1			1	
OŠ Trbovlje				1	1		2	

OSNOVNA ŠOLA	ŠOLSKI CENTER CELJE						%
	Št. uč. - 9. raz.	GL	SŠEK	SŠG L	SŠSD	SŠSM	
OŠ Zagorje					1	1	2
OŠ Litija					1		1
OŠ PP		0	0	4	3	3	10
OŠ Glazija, Celje					2	1	3
OŠ Vitka Pavliča, Hrastnik							0
OŠ dr. Mihajla Rostoharja, Krško							0
III. OŠ Rogaška Slatina						2	2
OŠ Ane Gale, Sevnica							0
OŠ Milke Namestnik - Sonje, Slovenska Bistrica							0
OŠ V parku, Slovenske Konjice							0
OŠ Center za vzg., izob. in usposab., Velenje				1			1
OŠ dr. Slavka Gruma, Zagorje pri Savi							0
II. OŠ Žalec				3	1		4
OSTALE ŠOLE		0	5	3	10	2	20
Ljudska univerza Celje			2		4		6
OŠ Ig			1				1
OŠ Žetale			1				1
OŠ Pogorje				1			1
OŠ Črna na Koroškem					1		1
OŠ Gradec					1		1
OŠ Raka					1		1
OŠ Šmartno v Tuhinju					1		1
OŠ Slovenj Gradec					1		1
OŠ Bizeljsko						1	1
OŠ Veržej						1	1
Tujina			1	2	1		4
NPI, PREUSMERITVE		0	0	2	13	9	24
ŠŠG				2	1		3
SŠSM						9	9
PKŠ					1		1
SZD					1		1
ŠC Velenje					2		2
SŠSDL					4		4
ŠC Rogaška Slatina					1		1
UPI Žalec					1		1
Gimanzija Celje – Center					1		1
Gimanzija Moste Ljubljana					1		1
SKUPAJ PRIJAVLJENIH		142	126	89	203	202	762

Na ŠCC se je prijavilo 676 devetošolcev iz Savinjske regije, kar znaša 27,3 % populacije iz Savinjske regije, in 86 učencev in dijakov iz drugih regij, skupaj 762 učencev.

Nekateri kraji Savinjske regije imajo šole z enakimi izobraževalnimi programi, kot so na ŠCC, zato iz teh krajev ni veliko prijav.

Iz šol celjskega območja se je na ŠCC prijavilo 30,3 % devetošolcev. Za programe ŠCC so pokazali najmanj zanimanja učenci I. in III. osnovne šole Celje (16,7 % in 17,9 %), največ pa OŠ Štore (42,4 %) in OŠ Vojnik (39,1 %).

Ti podatki niso v sorazmerju s številom promocijskih aktivnosti na posameznih šolah.

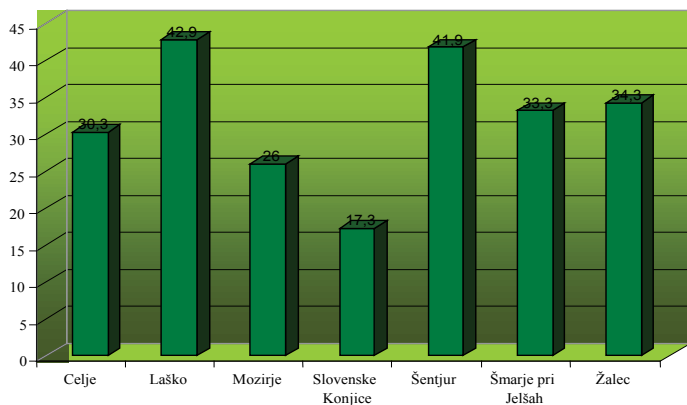


Tabela 8: Povprečni odstotek prijaviteljnih učencev po območjih

Opazno je, da so izobraževalni programi, ki se izvajajo na ŠCC, najzanimivejši dijakom iz laškega in šentjurskega območja.

Zaključek

V zadnjih letih so se srednje šole zaradi svojega obstoja pričele podrežati marketinškim zakonitostim. Ob vedno večjem razvrščanju šol glede na dosežene rezultate (matura, raziskovalna dejavnost, projekti, ponudba nadstandardnih dejavnosti ...)

in vplivu demografskih sprememb (manjše število rojstev) so izobraževalne institucije (posebej srednje šole) začele iskati nove načine komuniciranja z učenci osnovnih šol in njihovimi starši. Šole poskušajo z različnimi tehnikami pritegniti njihovo pozornost, informirajo jih o izobraževalnih programih, poskušajo jim predstaviti svoje prednosti s ciljem povečanja vpisa.

Šole ŠCC se že nekaj let načrtno trudijo zapolniti razpisana prosta mesta. Promocijske aktivnosti, ponudba zanimivih, kakovostnih programov in njihovo privlačno izvajanje zagotovo vplivajo pri odločitvi za vpis v določen program. Za določene programe je med učenci premajhno zanimanje kljub dobrim perspektivam za zaposlitev in potrebam na trgu dela, drugi beležijo presežek. Tako so tisti programi, za katere je zanimanje zelo majhno ali ga skoraj ni, prisiljeni sprejemati učence, katerih predznanje ne omogoča uspešnega nadaljevanja šolanja in pridobivanja poklica. Izobraževalni programi, za katere učenci kažejo zanimanje – programi z večjim številom prijav od razpisanih mest – lahko izberejo boljše učence in dosegajo boljše rezultate. Po drugi strani pomeni odklonitev presežnega števila učencev odpoved finančnim sredstvom, ki bi jih šola sicer dobila od države. Pri načrtovanju promocijskih dejavnosti se pred šole postavlja vprašanje o vsebini trženja oz. o pomembnih dejavnikih, ki vplivajo na odločitev učencev pri izbiri izobraževalnih programov.

Na osnovi analiziranih podatkov o številu prijaviteljnih učencev in kraju njihovega prebivališča smo ugotovili, da so šole ŠCC in izobraževalni programi, ki jih ponujajo, zanimivejši za okoliške učence, zato bi bilo smiselno razmisliti, kako tehniške poklice približati mestni populaciji otrok.

Opazamo tudi, da promocijski dogodki vplivajo na večjo prepoznavnost šole in odločitev za njene izobraževalne programe, vendar ne moremo trditi, da ima število promocijskih dogodkov na posameznih šolah pomembno vlogo pri odločitvi za izbiro poklica.

Iz razgovorov s svetovalnimi delavkami osnovnih šol je razvidno, da ponudba storitev (npr. organiziran avtobusni prevoz do šole) in ugled šole pomenita pomembno prednost pred sorodnimi šolami.

V začetku šolskega leta 2008/2009 je bila med učenci in učenkami osnovnih šol ter dijaki in dijakinjami srednjih šol izvedena spletna raziskava, s katero se je želelo ugotoviti, kateri so glavni razlogi, ki mlade vodijo pri izbiri srednje šole, kakšen je njihov pogled na poklicne srednje šole in katere vire želijo uporabljati za pridobivanje novih informacij o možnostih nadaljevanja šolanja po zaključku osnovne šole. Na osnovi dobljenih rezultatov smo ugotovili, da so sedmošolci in osmošolci pokazali precej nizko stopnjo poznavanja srednjih šol in programov, ki jih izvajajo.

Izbira srednje šole naj ne bi bila samo odločitev zadnjega tedna. Učenci namreč potrebujejo informacije že nekoliko prej, zato je pomembno, da s spoznavanjem poklicev skozi učne vsebine in pridobivanjem informacij začnemo že v nižjih razredih osnovne šole. Presenetljiva je bila tudi ugotovitev, da učenci pri svoji odločitvi o izbiri srednje šole najbolj upoštevajo lastno mnenje in mnenje ter nasvete svetovalne službe ter učiteljev na osnovni šoli. Torej lahko trdimo, da je letno srečanje s svetovalnimi delavkami Savinjske regije ter posredovanje informacij o izobraževalnih programih in spremembah na področju srednješolskega izobraževanja učinkovit način promocije šole. V informiranje o izobraževalnih programih ŠCC smo s predstavitvami na osnovnih šolah vključili tudi starše, ki v tej starostni skupini z informacijami in nasveti prav tako vplivajo na odločitev svojih otrok o nadaljevanju izobraževanja. V šoli opažamo, da imajo pomemben vpliv na potencialne dijake obstoječi in nekdanji dijaki. Uspešne izobraževalne ustanove poleg komuniciranja v predpisnem času komunicirajo z dijaki ves čas šolanja, skrbijo zanje, kasneje pa se nanje obračajo z vabili na različne obletnice in dogodke. Zadovoljni nekdanji dijaki, danes priznani strokovnjaki in ugledni ljudje, lahko s svojimi pozitivnimi izkušnjami in priporočili prispevajo k promociji šole in posledično k večjemu vpisu.

Promocijska dejavnost ŠCC daje spodbudne rezultate in predstavlja pomemben prispevek k poklicni orientaciji osnovnošolcev. Hkrati je tudi primerna oblika promoviranja deficitarnih poklicev. Temelji na dobrem sodelovanju med osnovnimi šolami in ŠCC. V prihodnosti bi bilo potrebno razmisliti o vključevanju podjetij, ki bi imela možnost učencem predstaviti svoje potrebe in jim ponuditi zaposlitev, hkrati pa bi v javnosti pomagala ohranjati ali dvigovati ugled šole.

Promocija poklicev in poklicnega izobraževanja je sistemsko neurejena in je v domeni srednjih šol, ki se s tako ali drugače borijo za svoj obstoj. Promocijo poklicev je potrebno dvigniti na nacionalno raven oz. dolgoročna skrb za pravilno kadrovske politiko mora postati nacionalni projekt.

Viri:

1. Sankovič, N. (2008). Kratek priručnik učinkovite promocije strokovnega in poklicnega izobraževanja. Ljubljana: CPI.
2. Razpis za vpis v srednje šole in dijaške domove za šolsko leto 2010/11 (2010). Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport: Posveti svetovalnih delavcev osnovnih in srednjih šol, 25. januar – 29. januar 2010. Pridobljeno 30. 4. 2010 s spletne strani: http://www.mss.gov.si/fileadmin/mss.gov.si/pageuploads/podrocje/ss/vpis/2010/Del_srecanja_1_2_10_Razpis_srednje.ppt
3. Željeznov Seničar, M. Na poti k poklicu, Promocija poklicev in poklicnega izobraževanja za osnovnošolce . Pridobljeno 30. 4. 2010 s spletne strani: <http://www.cpi.si/files/CPI/userfiles/Datoteke/Novice/Promocija-poklicev-KV.doc>
4. Portal Ministrstva za šolstvo: Vpis v srednje šole. Pridobljeno 30. 4. 2010 s spletne strani: http://portal.mss.edus.si/portal/page?_pageid=33,1&_dad=portal&_schema=PORTAL
5. CPI, Karierna orientacija. Pridobljeno 30. 4. 2010 s spletne strani <http://www.cpi.si/razvojno-in-raziskovalno-delo/evalvacija-in-spremljanje/karierna-orientacija.aspx>

Avtorica:

Davorka Polić Jošt, univ. dipl. pedagog
Delovno mesto: svetovalna delavka na Šolskem centru Celje
Ustanova: Šolski center Celje, Srednja šola za gradbeništvo,
Pot na Lavo 22, 3000 Celje
davorka.polic-jost@guest.arnes.si

Lektoriranje:

Simona Črep, prof.
Šolski center Celje
simona.crep@guest.arnes.si

»IZBERI POKLIC ...« PROMOCIJA DEFICITARNIH IN OBETAVNIH POKLICEV

Izvelek:

Problematika deficitarnih poklicev, predvsem tehničnih kadrov in obrtniških poklicev, predstavlja vedno bolj pereč problem, ki še posebej prizadene manjše regije. Območna obrtno-podjetniška zbornica Sežana je v sklopu prizadevanj za večjo prepoznavnost teh poklicev 8. junija 2010 izpeljala dogodek »Izberi poklic ...«. Na prireditvi, ki je potekala v prostorih Kosovelovega doma v Sežani, so imeli mladi priložnost skozi praktične dejavnosti spoznavati poklice, za katere delodajalci izkazujejo potrebe, do ustreznega kadra pa zelo težko ali sploh ne pridejo. Izobraževalne programe in poklice so udeležencem prireditve skušali približati predstavniki štirih srednjih in ene višje šole Obalno-kraške in Goriške regije v sodelovanju z obrtniki in podjetniki iz lokalnega okolja. Dogodka se je organizirano udeležilo 383 učencev zaključnih razredov petih kraških osnovnih šol. V času od 9. do 11. 6. 2010 so v sklopu dogodka vrata svojih delavnic odprli številni obrtniki v lokalnem okolju. Učenci so si v spremstvu staršev na vodenih ogledih lahko ustvarili podobo realnega delovnega okolja, spoznali delovne stroje in naprave, ki se uporabljajo v različnih obrtnih panogah, in se seznanili z delovnimi nalogami na posameznih poklicnih področjih. Dogodek je bil dobrodošla popestritev in obogatitev dejavnosti, ki jih na osnovnih šolah izvajajo v okviru aktivnosti, namenjenih informiranju učencev o poklicih in možnostih izobraževanja zanje.

Ključne besede:

deficitarni poklici, promocija, delodajalci, obrtno-podjetniška zbornica.

Abstract:

Jobs in shortage, in particular a shortage of technical personnel and skilled trades, is a growing problem, affecting especially smaller regions. As part of efforts to achieve greater visibility of the current job shortages the event called »Choose a Job...« was organized by Regional Chamber of Craft and Small Business Sežana.

The event, which took place on 8 June 2010 in Kosovel Culture House in Sežana, offered young people the opportunity to learn about some jobs for which employers have big difficulty finding the appropriate staff. The representatives of four further education colleges and one higher education college from the Littoral-Kras Region and the Goriška Region, and some local tradesmen and entrepreneurs tried to present in a simple way the jobs and educational programmes to young participants. The activities were attended by 383 final-year students, from five primary schools in the Kras Region. In addition, during the period from 9 June to 11 June 2010 many local craftsmen and artisans participated in the event by opening the doors of their workshops. The guided visits enabled students and their parents to see real working environments with machines and other devices used in various craft industries as well as the work tasks performed there.

The event was a welcome enrichment to the primary schools programmes which are designed to inform students about careers and corresponding educational programmes.

Key words: deficit professions, promotion, employers, Chamber of Craft.

Zakaj naj šolstvo in gospodarstvo združita moči?

Problematika deficitarnih poklicev, predvsem primanjkljaj tehničnih kadrov in obrtniških poklicev, predstavlja že leta pereč problem za celotno Slovenijo. Še posebej občutljive so za neskladje med potrebami po kadru in ponudbo na trgu dela manjše regije in področja, kjer je lokalno gospodarstvo odvisno predvsem od razvoja in uspeha manjših ter srednje velikih podjetij.

Tudi Območna obrtno-podjetniška zbornica Sežana že vrsto let ugotavlja, da so določeni poklici na kraško-brkinskem območju med mladimi slabo poznani in se zanje praktično ne odločajo. Po podatkih Zavoda RS za zaposlovanje iz decembra 2008 je bila stopnja brezposelnosti v Upravni enoti Sežana v primerjavi z ostalimi upravnimi enotami Obalno-kraške regije najnižja, in sicer 3,7 %, kar pomeni, da delodajalci (obrniki in podjetniki) v regiji ne razpolagajo ravno z veliko kadra.

Vse manj mladih se odloča za izobraževanje za poklice, kot so mizar, kuhar, kamnosek, ter za številne poklice s področja tehnike. Kje je možno iskati vzroke za takšno stanje?

Nekateri poklici so v družbi podcenjeni v več pogledih, kar mlade odvrta od odločitve zanje.

Pri sprejemanju odločitve o nadaljnjem izobraževanju po zaključku osnovne šole je zelo pomembna tudi vloga staršev. Prepričanje, da samo tisti, ki ima v žepu univerzitetno diplomu, lahko izbira med udobnimi in dobro plačanimi službami, je močno prisotno. Vpis na gimnazijo je tako navidez najboljša rešitev, ki odločitev za izbiro poklica odloži vsaj za štiri leta.

Šole, ki izvajajo poklicno in strokovno izobraževanje, pogosto naletijo na težave pri organizaciji praktičnega pouka in praktičnega usposabljanja v delovnem procesu. Šolske delavnice večkrat niso dovolj kakovostno opremljene za izvajanje prakse, delodajalci pa imajo težave z zagotavljanjem primerne mentorja – kvalificiranega mojstra poklica, ki bi dijake vodil pri

praktičnem usposabljanju z delom.

Tudi politika šolskega ministrstva, ki odobri razpis prostih mest na gimnazijah v prevelikem deležu (najbrž zato, ker je tovrstno izobraževanje najcenejše), ob upadu števila otrok v generaciji prispeva svoje k zniževanju interesa za vpis na poklicne in strokovne šole.

Posledice vsega tega se kažejo na eni strani v pomanjkanju ustreznega kadra v gospodarstvu, kar pomembno vpliva na manjšo konkurenčnost regijskega gospodarstva, na drugi strani pa v tem, da mladi po končanem izobraževanju ostajajo v središčih, kjer so se šolali, saj v regiji ni ustreznih delovnih mest zanje. Dejstvo, da se premajhen delež mladih odloča za izobraževanje za deficitarne poklice, vpliva na strukturno neskladje na trgu dela v regiji. Dolgoročno pa odhajanje mladih iz regije vpliva na slabšanje starostne strukture prebivalstva.

Kar nekaj dobrih razlogov torej obstaja za to, da mlade seznanjamo s perspektivami in možnostmi na področju deficitarnih poklicev.

Načrtovanje in priprava promocijskega dogodka

Območna obrtno-podjetniška zbornica Sežana se je vključila v prizadevanja za promocijo deficitarnih poklicev tako, da se je odločila za organizacijo prireditve, ki bi pripomogla k prepoznavnosti in uveljavljanju teh poklicev. Namen projekta je učencem zaključnih razredov osnovne šole iz kraško-brkinskih občin in njihovim staršem na sproščen in učinkovit način predstaviti te poklice. Na ta način želijo doseči boljše poznavanje poklicev in možnosti izobraževanja, dvigniti pomen in ugled deficitarnih poklicev ter tako mlade spodbuditi k odločitvi zanje. Predstaviti želijo tudi možnosti izbire poklicne kariere v smeri podjetništva in izboljšati kakovost in učinkovitost sistema izobraževanja v smislu večje odprtosti in povezanosti z gospodarstvom.

Ključne cilje projekta bi lahko strnili v naslednje točke:

- med mladimi povečati delež tistih, ki se izobražujejo za deficitarne poklice,
- na ta način gospodarstvu regije srednjeročno in dolgoročno zagotoviti strokovne kadre, ki jih potrebuje za svoj nadaljnji razvoj in za večanje konkurenčne sposobnosti,
- zagotoviti zaposlitev v regiji tistim mladim, ki se izobražujejo za poklice, ki jih tukajšnje gospodarstvo potrebuje,
- s tem vplivati na zmanjšanje strukturne neskladnosti v regiji,
- omejiti beg strokovno usposobljenih kadrov iz regije ter
- na ta način pripomoči k dvigu izobrazbene ravni prebivalstva regije.

Ena od dejavnosti, usmerjenih k doseganju teh ciljev, je bil tudi promocijski dogodek »Izberi poklic ...«, ki so ga v sodelovanju z osnovnimi in srednjimi šolami prvič izvedli v ponedeljek, 8. junija 2009.

Dogodek je bil skrbno načrtovan. Predstavniki osnovnih in srednjih šol so ga skupaj z organizatorji pripravljali na delovnih srečanjih, ki so se začela več mesecev pred izvedbo.

Dogovoriti se je bilo treba o vseh podrobnostih, od lokacije, termina in načina predstavitev do spremljevalnega programa, informiranja in organizacije obiska osnovnošolcev.

K sodelovanju so bili povabljeni predstavniki petih kraških osnovnih šol, štirih srednjih in ene višje šole Obalno-kraške in Goriške regije ter obrtniki in podjetniki iz lokalnega okolja. Ob skupnem razmišljanju o načinu organizacije dogodka se je izoblikoval vsebinsko zanimiv in mladim všečen koncept promocije.



Slika 1: Sprejem obiskovalcev

Tu je le nekaj dejavnikov, o katerih smo razmišljali ob načrtovanju aktivnosti.

- Pravo razmerje med poučnim, informativnim in zabavnim delom programa je ob organizaciji tovrstnih prireditve najbrž ključnega pomena, če želimo pritegniti in ohraniti pozornost ciljne publike.
- Možnost srečanja z uspešnimi in prepoznavnimi podjetniki iz domačega okolja predstavlja pomembno dodano vrednost predstavitev poklicev, ki jih izvajajo srednje šole.
- Učence dodatno motiviramo za sodelovanje z učnimi listi, ki jih izpolnjujejo med predstavitvami posameznih poklicev oz. neposredno po njihovem zaključku. Zaželeno je, da so vprašanja strokovno vezana na poklicno področje, vendar ne preveč zahtevna.
- Natančno načrtovana logistika pomembno vpliva na splošni vtis prireditve. Prireditve, namenjene osnovnošolcem, je najlažje izpeljati v času pouka, saj takrat lahko zajamemo največji del ciljne populacije. Pomembno je razmišljati tudi o velikosti skupin. Ob

predpostavki, da želimo doseči aktivno sodelovanje udeležencev, skupina ne bi smela biti večja od 10 članov.

Izvedba dogodka

Fazi zbiranja in usklajevanja idej je sledila izvedba aktivnosti.

Dogodka, ki je potekal v prostorih Kosovelovega doma v Sežani, se je organizirano udeležilo 383 učencev višjih razredov osnovne šole. Stroške avtobusnih prevozov na kraj dogajanja je krila Območna obrtno-podjetniška zbornica Sežana.

Podjetniki, delodajalci in predstavniki srednjih in višje šole Obalno-kraške in Goriške regije so na dan prireditve na stojnicah v amfiteatru kulturnega doma v Sežani mladim skozi praktične dejavnosti predstavili nekatere poklice, ki se uvrščajo med deficitarne in obetavne.

Udeleženci so se po skupnem sprejemu in pozdravnem nagovoru predsednika Območne obrtno-podjetniške zbornice Sežana razdelili v dve skupini. Polovica jih je ostala v dvorani, kjer so se udeležili kviza Lepo je biti mojster, ki ga je po konceptualni zasnovi kviza Lepo je biti milijonar na mladim privlačno sproščen način vodil Boštjan Čukur. Program so z glasbeno-plesnimi nastopi popestrili dijaki Srednje šole Srečka Kosovela iz Sežane. Območna obrtno-podjetniška zbornica Sežana je pripravila vprašanja, vezana na perspektivnost deficitarnih poklicev in mojstrstvo. Srednje šole pa so pripravile vprašanja, povezana s poznavanjem poklicev. Vodilo pri oblikovanju vprašanj je bila prepoznavnost poklica, hkrati pa so morala biti dovolj poljudna, da bi osnovnošolci, ki o poklicih še ne vedo veliko, znali odgovoriti na njih. Tu je nekaj primerov vprašanj, na katera so odgovarjali udeleženci kviza.

Ali bi znali poiskati pravilni odgovor na vsa zastavljena vprašanja?

1. Branika je:
 - a) okop okoli gradu,
 - b) prsobran na Soški fronti,
 - c) enoletni prirastek drevesa,

d) prvi poganjek veje

2. Lubadar je:

- a) mizar,
- b) lesni škodljivec na drevesih iglavcev,
- c) lesni škodljivec na drevesih listavcev,
- d) lesni škodljivec, ki napada listavce in iglavce

3. Kolikšna je standardna napetost na žarnici v dnevni sobi?

- a) 220V,
- b) 230V,
- c) 240V,
- d) 250V

4. Kaj je varovalka?

- a) najšibkejši del tokokroga,
- b) element za stabilizacijo električne napetosti,
- c) regeneratorski magnetnega polja,
- d) zaščitno stikalo

5. Posoda je lahko izdelana iz materiala, ki se imenuje:

- a) muflon,
- b) teflon,
- c) zaslon,
- d) telefon

Potrebujete morda polovičko ali glas ljudstva? Ne pozabite, da vam je na voljo tudi klic v sili.

Odziv udeležencev je presejal vsa pričakovanja. Časa je bilo premalo, da bi se na odru lahko zvrstili vsi, ki so se želeli preizkusiti v poznavanju poklicev. Vsak udeleženec kviza je ne glede na dosežen rezultat prejel simbolično nagrado, ki so jo donirale srednje šole in delodajalci.

Publika v dvorani ob dogajanju ni ostala ravnodušna. S sugestijami in namigi je skušala pomagati vrstniku na odru.



Sliki 2, 3: Utrinki s kviza »Lepo je biti mojster«



Medtem ko so učenci v dvorani svoje poznavanje poklicev preverjali z odgovarjanjem na teoretična vprašanja, je druga polovica učencev praktično spoznavala poklice s področja lesarstva, zdravstva, elektrotehnike, strojništva, avtoservisne dejavnosti, gostinstva, storitvenih dejavnosti (frizerstvo, kozmetika), fotografije, oblikovanja materialov. Svoje spretnosti so preizkusili z opravljanjem preprostih delovnih nalog s posameznega poklicnega področja.

Ste se že kdaj vozil v pravem dirkalnim avtomobilu? Vsak nima te priložnosti. Udeleženci promocijskega dogodka v Sežani so jo imeli. Dekleta so bila deležna profesionalne manikure in barvanja

pramenov; vse brezplačno.

Tudi injekcijo so lahko pripravile in jo aplicirale; seveda pod strokovnim vodstvom in na lutki. Na stojnici Elektrotehniške in računalniške šole se je iskrilo, ko so v pogon spravili Teslov transformator, ki ga je eden od dijakov šole pripravil kot zaključno nalogo na poklicni maturi.

Za pravo gurmansko razvajanje so poskrbeli kuharji in natakarji, ki so poleg sadnih koktajlov pripravili odlično sadno-sladoljedno osvežitev. Dogajanje je bilo vseskozi pestro in razgibano in vsakdo je lahko našel kaj zanimivega zase.



Slika 4: Spoznavanje poklicev s področja elektrotehnike



Slika 5: Predstavitve zdravstvenih poklicev

V času od 9. do 11. 6. 2010 so v sklopu dogodka vrata svojih delavnic odprli številni obrtniki v lokalnem okolju. Učenci so v spremstvu staršev lahko spoznavali podobo realnega delovnega okolja, delovne stroje in naprave, ki se uporabljajo v različnih obrtnih panogah, seznanili so se z delovnimi nalogami na posameznih poklicnih področjih. Obrtniki so udeležencem predstavili lastne izkušnje iz samostojne poklicne kariere, ki ponuja izzive za posameznike, ki jim vedno nove možnosti in priložnosti predstavljajo navdih za iskanje novih idej. Katere lastnosti bi delodajalci na lestvici zaželenih lastnosti iskalcev zaposlitve uvrstili najvišje? Vsekakor so to: delavnost, pripravljenost za timsko delo, odgovornost, prilagodljivost, ustvarjalnost in iznajdljivost pri reševanju problemov, priпадnost in lojalnost, predlaganje idej in rešitev, ambicioznost, dobra usposobljenost, pripravljenost za nadaljnje izobraževanje in usposabljanje.

Vse to in še mnogo več so lahko spoznali udeleženci dogodka, ki so imeli možnost dobiti odgovore na številna vprašanja in dileme, ki se jim porajajo v zvezi z odločitvijo o nadaljnjem izobraževanju po zaključku osnovne šole in izbiri poklica.



Slika 6: Delati z lesom je lepo. S tem se je strinjal tudi Gojmir Lešnjak-Gojc.



Slika 7: Sladke domače dobrote za najmlajše obiskovalce prireditve

Evalvacija dogodka

Ko so žarometi ugasnili in se je publika razšla, je prišel čas analize dogajanja in urejanja vtisov.

Iz odzivov udeležencev in organizatorjev prireditve je bilo mogoče razbrati zadovoljstvo in naklonjenost tovrstnim promocijskim akcijam.

Tu je nekaj mnenj in vtisov, ki to potrjujejo:

Tina Lavrenčič, svetovalna delavka, OŠ Sežana:

»Z izvedbo dogodka Promocija deficitarnih in obetavnih poklicev smo bili na sežanski osnovni šoli zelo zadovoljni. Tako kviz kot tudi stojnice so bili zanimivi, učence so dobro animirali, ponujali veliko različnih gradiv in praktičnih ogledov. Naši učenci so imeli tudi delovne liste, ki so jih razmeroma vestno izpolnjevali. Eno izmed vprašanj na delovnem listu je bilo tudi: »Kaj bi spremenil oz. kaj je manjkalo na današnji predstavitvi?« Učenci so večinoma odgovarjali: »Nič, bilo je super.« S predstavitvami so bili torej

zadovoljni, kar je bil tudi naš skupni cilj.«

Danijela Želko, OŠ Hrpelje:

»Učenci menijo, da je bil dogodek zanimiv. Izvedbo bi težko izboljšali. Morda bi lahko dodali več glasbenih in plesnih točk ter skrajšali uvodni govor. Fantom je bila všeč predstavitev poklica kuhar in predstavitev Srednje tehniške šole Koper z dirkalnim avtomobilom ...«

Predstavniki srednjih šol smo se strinjali z mnenjem svetovalne delavke iz Srednje zdravstvene šole Izola, Snežane Lešnik: »Menimo, da je dogodek Promocija deficitarnih in obetavnih poklicev uspel. Pripravljeni smo sodelovati tudi v naslednjem letu.«

Osnovnošolcem je bilo všeč, da so različne poklice lahko spoznavali na enem mestu, da so bile predstavitve raznolike in dinamične, da so bili sami aktivni udeleženci in ne le opazovalci dogajanja.

Predstavniki šol in delodajalcev so pohvalili odlično organizacijo dogodka, v kateri so bili vsi ključni elementi skrbno načrtovani in brežhibno izpeljani.

Le obisk pri obrtnikih je bil nekoliko slabši. Redki starši so v popoldanskem času izkoristili ponujeno možnost, da se z otroki udeležijo predstavitev poklicev pri delodajalcih. V bodoče bi zato kazalo obveščanju in spodbujanju staršev in otrok za spoznavanje poklicev v realnem delovnem okolju nameniti večjo pozornost. Morda pa bi bilo smiselno organizirati skupinske obiske kar v okviru dejavnosti šole.

Viri:

1. Sankovič, N., Pleško, A., Penko, T., Dobravec, D.(2008). Kratek priročnik učinkovite promocije strokovnega in poklicnega izobraževanja. Ljubljana: Center RS za poklicno izobraževanje.
2. Rogan, M. (2009). Promocija deficitarnih in obetavnih poklicev. Pridobljeno 13. 4. 2010 s spletne strani: <http://www.ooz-sezana.si/prispevek.asp?IDpm=3835&ID=17760>
3. Promocija deficitarnih in obetavnih poklicev. Pridobljeno 16 .4. 2010 s spletne strani: <http://www.invel.si/index.php?juloxfx=MTYz&openroot=NDk=>
4. Zakaj sploh projekt »TO BO MOJ POKLIC«? Pridobljeno 21 .4. 2010 s spletne strani: <http://74.125.77.132/search?q=cache:KXkOzjxwPI8J:mediji.gzs.si/pripone/21808/oei42610d21808.doc+promocija+deficitarnih+poklicev>

Avtorica:

Mojca Stubelj, univ.dipl.psih., šolska svetovalna delavka
Tehniški šolski center Nova Gorica
Cankarjeva 10, Nova Gorica
mojca.stubelj@tsc.si

Lektoriranje:

Ksenija Bizjak Pavlica , prof. slov.
Tehniški šolski center Nova Gorica
Cankarjeva 10, Nova Gorica
ksenija.bizjak@gmail.com

LETAKI ZA PROMOCIJO POKLICEV

Izveček:

V letošnjem šolskem letu smo v okviru projekta Munus 2 izdelali letake in plakate za promocijo poklicev. Grafično zasnovano letakov in plakatov, ki so bili prvič predstavljeni na vseslovenskem sejmu izobraževanja v Ljubljani Informativa 2010, je izdelala priznana slovenska oblikovalka Jelena Sovre.

Na novo smo oblikovali tudi ikone, ki predstavljajo poklice in so nameščene na portalu www.bodiprofi.si. Le s klikom na ikono se odprejo nove strani, kjer so predstavljeni vsi podatki o poklicu in pripadajočem izobraževalnem programu. Dobra promocija poklicev ne pripomore le k povečanju njihovega ugleda, ampak tudi k večji zainteresiranosti učencev. Osnovnošolci tako pridobijo boljše informacije o poklicih in strokovnih ter poklicnih šolah, kar jim omogoča lažjo in bolj suvereno odločitev o njihovi poklicni poti.

Ključne besede: promocija poklicev, letaki, plakati, ikone.

Abstract:

Preparation and making new pamphlets and posters for the promotion of professions has been planned within the project MUNUS 2. The new graphic design was made by a well known Slovene designer Jelena Sovre. The drafts and realization of pamphlets were presented in public for the first time at the Educational fair of Ljubljana Informativa 2010.

Besides pamphlets there were also graphically renewed icons. The icons symbolically present the profession and you can find them on the portal www.bodiprofi.si the base for the entrance in to the data basis, where the users can get detailed information about professions and educational programmes. The promotion of professions is very important in order to raise their reputation. Primary school students will in this way get better knowledge about professions, employment and educational programmes of vocational and professional schools.

Key words: promotion of professions, pamphlets, posters, icons.

V okviru projekta MUNUS 2 se ukvarjamo tudi s PROMOCIJO. Skupina za promocijo, ki jo sestavljamo predstavniki šol iz vse Slovenije, si je v š.l. 2009/2010 zadala nalogo, da oblikuje nove letake, s katerimi bo promovirala poklice. Kar nekaj časa je trajalo, da smo se natančno dogovorili in odločili, kaj je tisto, kar bo najbolj pritegnilo in hkrati informiralo učence OŠ o poklicih. Predvsem je bila to sodobna likovno-grafična zasnova, opremljena s kratkim in jedrnatim besedilom, medtem ko so podrobnejše informacije o poklicih učencem dostopne na portalu www.bodiprofi.si – spletnih straneh projekta MUNUS 2. Tukaj so predstavljene ikone, uporabnik pa lahko izbira področje, ki ga zanima, in le s klikom na ikono dobi natančne podatke o posameznem poklicu, možnostih izobraževanja, o izobraževalnih programih, šolah, ki programe izvajajo, in zaposljivostjo ... Mladim smo gotovo prihranili ogromno časa, predvsem pa bi jim pri izbiri šolanja olajšali odločitev o njihovi poklicni poti.

Izdelavo letakov in plakatov sem prevzela članica skupine za promocijo, Marjetka Pajk – arhitektka, profesionalno pa se ukvarjam tudi z oblikovanjem in estetiko. Končno izdelavo in oblikovanje smo prepustili znani slovenski oblikovalki Jeleni Sovre iz Ljubljane. Sovre design ponuja umetniške in izobraževalne storitve. Znani so po zasnovi celostnih grafičnih podob (od zasnove do tiska), oblikovanju korporativnih publikacij, celostni rešitvi oglaševalskih akcij, promociji itd. in so se izkazali za izbiro, ki je povsem izpolnila naša pričakovanja. Kljub temu pa smo člani skupine za promocijo še vedno imeli ogromno dela. Vsa besedila, likovne predloge in fotografije za promocijo smo natančno pregledali, tako so bili mnjenja, predlogi in popravki skoraj nekaj vsakodnevnega, a se je izplačalo. Letaki so uspeli in zasijali v polni luči konec januarja 2010! Izdelali smo tudi plakate in CD s predstavitvijo poklicev.

Oblikovalka Jelena Sovre je grafično oblikovala tudi ikone, namenjene aplikaciji na spletni strani Munus 2 – portalu www.bodiprofi.si. S klikom na ikono se vam odpre nova stran, kjer izveste vse o želenem poklicu. Ikone so odlično zasnovane, vsebina, oblika in barve se zlivajo v celoto.

Precej zahteven je bil izbor fotografij, prikazanih na letakih, saj smo morali biti pozorni predvsem na to, da so fotografije na eni strani atraktivne in povezane s poklicem, hkrati pa sporočilne in sodobne.

V skupini smo se pri snovanju besedil zelo dobro dopolnjevali in sodelovali, zato bi se ob tej priložnosti rada zahvalila vsem kolegom za tako dobro timsko delo. Timsko sodelovanje pa je bilo uspešno tudi z našo oblikovalko, ki je sodelovala tudi pri pisanju teksta.



Novi letake in plakate smo prvič predstavili javnosti na sejmu izobraževanja Informativa 2010 v Ljubljani na stojnici projekta Munus 2 ter stojnici Šolskega centra Ljubljana. Tako smo na nov način predstavljali poklice lesarskega tehnika, mizarja, kemijskega tehnika in nov izobraževalni program, odprt na ŠC Ljubljana tehnik varovanja, obiskovalcem pa delili nove letake. Da so plakati in letaki zares dobri, potrjuje veliko število pohval, ki smo jih učitelji in dijaki na stojnici dobili od mimoidočih.

Letaki so bili kot ozadje ali del fotografij skupaj s kratkimi prispevki o sejmu Informativa objavljeni tudi v revijah Pri nas doma, Hoplja in Jana.

Novi letake smo v javnosti predstavili tudi člani skupine kurikulum in promocija ter dijaki ŠC Ljubljana. Promocija poklicev je potekala v trgovskih centrih v Ljubljani, in sicer v BTC-ju in trgovini Merkur in Emporiumu.



Avtorica:
Marjetka Pajk, univ. dipl. arh. inter.,
moderatorica in koordinatorica promocije v okviru projekta
Munus 2.
Šolski center Ljubljana, Aškerčeva 1, 1000 Ljubljana.
marjetka.pajk@gmail.com

Lektorica:
Nina Stopar, prof.
Šolski center Ljubljana, Aškerčeva 1, 1000 Ljubljana.

Z dijaki ŠC Ljubljana smo v trgovskem središču BTC v Ljubljani v trgovinah Merkur dom in Emporium izvedli akcijo »promocija poklicev«. Dijaki so mimoidočim delili letake, svoje izkušnje o šolanju in nasmehe. Akciji sta bili zelo uspešni, odziv več kot odličen.



PORTAL WWW.BODIPROFI.SI

Izveček:

Spletni portal www.bodiprofi.si je razvit kot orodje za posredno promocijo tehnike, gostinstva in turizma, zdravstva in medijev, predvsem med mladimi. Jedro portala je Forum, ki ga lahko oblikujejo vsi uporabniki z različnimi strokovnimi temami, zanimivostmi, s povezavami in celo z malimi oglasi.

Podsklop portala [Poklici](#) pa je namenjen pisnemu, slikovnemu in video informiranju mladih in širše javnosti o deficitarnih in drugih poklicih, pomembnih za naše gospodarstvo.

Ključne besede: promocija, izobraževanje, spletni portal, tehnika, forum.

Abstract:

[Www.bodiprofi.si](http://www.bodiprofi.si) portal is developed as a tool for indirect promotion of technology, gastronomy and tourism, health and media, especially among young people. The core of the portal is the forum where everyone could create, with different technical topics, interesting facts, links, and even small ads. Professions sub portal is dedicated to written, pictorial and video information to young people and the general public, about professions, important for our economy.

Key words: promotional, education, portal, technology, forum.

Spletni portal www.bodiprofi.si je izdelan kot orodje za posredno promocijo tematike in poklicev s področja tehnike, gostinstva in turizma, zdravstva, medijev ... v okviru aktivnosti promocije PIU (poklicnega izobraževanja in usposabljanja), projekta MUNUS 2 (Slika 1).

Portal je zasnovan kot spletišče različnih informacij, novic, zanimivosti, dogodkov in pripomočkov z omenjenih področij. Njegov osnovni namen je v mladih spodbuditi zanimanje in jih navdušiti za poklice, ki so v Sloveniji deficitarni in prezrti, hkrati pa zelo pomembni za inovativni razvoj gospodarstva.

Ciljna publika portala so tako:

- osnovnošolci,
- dijaki,
- študenti,
- učitelji in predavatelji,
- strokovna in
- širša javnost.



Slika 1: Vstopna stran portala www.bodiprofi.si

Interes za sodelovanje želimo doseči še posebej pri mladih, kajti le tako bomo zagotovili resnično uporabnost in trajnost portala.

Vstopna stran portala je razdeljena na tri sklope:

- a) osrednji del,
- b) dostop do podsklopov portala in
- c) povezave - linki do drugih spletnih strani.

Osrednji del je namenjen različnim informacijam, aktivnostim, zanimivostim in rezultatom s področja izobraževanja, gospodarstva, tehnike ...

Primeren je tudi za diseminacijo različnih projektov in dogodkov.

Uporaba tega dela in objave so brezplačne v času izvajanja projekta MUNUS 2 (do 2012) za vse zainteresirane, v skladu z uredniško politiko in vsebino objave. Objava se pošlje na elektronski naslov:

igor.doler@guest.arnes.si.

Vsebine (prispevki) morajo biti zapisane v urejevalniku besedil in lektorirane.

Vsebovati morajo naslednje elemente:

- kategorijo prispevka (novica, objava, obvestilo, anketa, povezava ...),
- naslov prispevka,
- kratko besedilo (povzetek),
- polno besedilo (preberi več).

Prispevku je lahko priloženo multimedijско gradivo (slike, fotografije, video zapisi, zvočne datoteke ...).

Vsa multimedijška gradiva morajo biti pripravljena za objavo na spletu (ustrezno velike slike oz. fotografije) ter v ločenih datotekah priložena tekstu (npr.: slike za prispevke pošljite ločeno, v JPG datoteki).

Najpomembnejši podsklopi portala so:

- poklici (na vrhu strani),
- podjetja in
- forum (levo).

V podsklopu Poklici lahko najdete orodje za obsežnejšo, a

vendarle jedrnato predstavitev poklicev. Te pisne in tudi video predstavitve poklicev predstavljajo podporo letakom (Slika 2), s katerimi želimo osnovnošolce informirati o različnih poklicih in možnostih izobraževanja. Več o letakah lahko najdete na spletni strani projekta: <http://munus2.tsc.si/> pod Promocija.

Odloči se ... pravilno!
www.bodiprofi.si



GRADBENI TEHNIK

Tehnik sooblikuje okolje, v katerem živimo.

Poklic gradbenega tehnika ponuja drzno, odgovorno in ustvarjalno delo. Lepe stavbe, drzne mostove, ceste, železnice, jezove uporablja in obdružuje več generacij.



Izobraževanje traja 4 leta. Šolanje se zaključuje s poklicno matura. Po zaključku šolanja lahko nadaljuje izobraževanje na višješolskih, visokošolskih in univerzitetnih študijskih programih ali se zaposli.

S projektiranjem in gradnjo novih objektov povezujemo sanje in realnost.




www.bodiprofi.si

Udeležba v mreži izobraževalnih programov v avstrijskem podjetnem in inovacijskem sodelovanju, področje strojne in gradbene tehnologije (2008-2012). Obrazloženo s strani Evropskega parlamenta, Evropskega sveta in Evropskega sveta za regionalni razvoj. Varnostni znak Evropskega parlamenta.

KLEPAR - KROVEC

Vsaka hišica mora imeti strehico ...

Izdeluješ in nameščaš žlebove, obrobe, prežračevalne naprave, prekrivaš strehe z različnimi kritinami.





Izobraževanje traja 3 leta. Šolanje se zaključuje z zaključnim izpitom. Po zaključku šolanja je možno nadaljnje izobraževanje ali zaposlitev.

Biti klepar-krovec je lepo.






www.bodiprofi.si

Udeležba v mreži izobraževalnih programov v avstrijskem podjetnem in inovacijskem sodelovanju, področje strojne in gradbene tehnologije (2008-2012). Obrazloženo s strani Evropskega parlamenta, Evropskega sveta in Evropskega sveta za regionalni razvoj. Varnostni znak Evropskega parlamenta.

IZDELOVALEC SPLETNIH STRANI

Računalništvo je rdeča nit 21. stol.

Če te ni na spletu, te ni (na spletu).


Izobraževanje traja 4 leta. Šolanje se zaključuje s poklicno matura. Po zaključku šolanja je možno nadaljevanje izobraževanja ali zaposlitev.

Biti izdelovalec spletnih strani je IN.




www.bodiprofi.si

Udeležba v mreži izobraževalnih programov v avstrijskem podjetnem in inovacijskem sodelovanju, področje strojne in gradbene tehnologije (2008-2012). Obrazloženo s strani Evropskega parlamenta, Evropskega sveta in Evropskega sveta za regionalni razvoj. Varnostni znak Evropskega parlamenta.

Slika 2: Primeri letakov za predstavitev poklicev

**VZDRŽEVALEC
INFORMACIJSKIH SISTEMOV**

Brez sistema nastane zmeda.
Iz zmede v red in lep je svet.

Za vse poskrbi vzdrževalec IS.



Izobraževanje traja 4 leta.
Šolanje se zaključuje s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možno nadaljnje izobraževanje ali zaposlitev.

Če si vzdrževalec IS, ne morejo brez tebe.

 www.bodiprofi.si  **MUNUS 2**

Uspesni mladi strokovnjaki, programirji in sistemski programirji in strokovnjaki vzdrževanja in področja mrežne za obdobje 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012.

RAČUNALNIKAR

Te zanimajo računalniki?
Servisiranje, vzdrževanje računalniških omrežij
in nameščanje programske opreme?

Postani računalnikar.



Izobraževanje traja 3 leta.
Šolanje se zaključuje s zaključnim izpitom. Po zaključku šolanja
je možno nadaljevanje izobraževanja ali zaposlitev.

*Tvoj hobi lahko preraste v poklic in
uspešno kariero.*

 www.bodiprofi.si  **MUNUS 2**

Uspesni mladi strokovnjaki, programirji in sistemski programirji in strokovnjaki vzdrževanja in področja mrežne za obdobje 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012.

AVTOSERVISNI TEHNIK (PTI)

*Osvajamo vse ceste sveta,
zanesljivo in varno.*

Z znanjem in veščinami poskrbimo, da motorjem, avtomobilom
in tovornjakom kilometri brezskrbno drsijo pod kolesi.



Izobraževanje traja 2 leti, vendar morate prej končati
3-letni program avtoservisirske stroke.
Šolanje se zaključuje s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možna zaposlitev ali nadaljnje izobraževanje.

Lepo je poslušati zven motorja! Pridružite se nam.

 www.bodiprofi.si  **MUNUS 2**

Uspesni mladi strokovnjaki, programirji in sistemski programirji in strokovnjaki vzdrževanja in področja mrežne za obdobje 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012.

TEHNIK MEHATRONIKE

Sodobna industrija te potrebuje.
Elektronika, mehanika in računalništvo =
mala mačca.



Izobraževanje traja 4 leta.
Šolanje se zaključuje s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možno nadaljnje izobraževanje ali zaposlitev.

Biti tehnik mehatronike je biti vsestranski.

 www.bodiprofi.si  **MUNUS 2**

Uspesni mladi strokovnjaki, programirji in sistemski programirji in strokovnjaki vzdrževanja in področja mrežne za obdobje 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012.

AVTOKAROSERIST

Da bo avtomobilček kot nov ...

Popravljaš in zamenjuješ okvarjene karoserijske dele vozil.
Vozila tudi barvaš in poliraš.



Izobraževanje traja 3 leta.
Šolanje se zaključuje s zaključnim izpitom.
Po zaključku šolanja je možno nadaljnje izobraževanje ali zaposlitev.

Biti avtokaroserist je cool (predvzno).

 www.bodiprofi.si  **MUNUS 2**

Uspesni mladi strokovnjaki, programirji in sistemski programirji in strokovnjaki vzdrževanja in področja mrežne za obdobje 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012.

AVTOSERVISER

Moj avto, moj svet.

Motorji, avtomobili, traktorji, ni panike,
mi popravimo vse.



Izobraževanje traja 3 leta.
Šolanje se zaključuje s zaključnim izpitom.
Po zaključku šolanja je možno nadaljnje izobraževanje ali zaposlitev.

Tudi najboljši avto potrebuje dobrega serviserja.

 www.bodiprofi.si  **MUNUS 2**

Uspesni mladi strokovnjaki, programirji in sistemski programirji in strokovnjaki vzdrževanja in področja mrežne za obdobje 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012. Obseg: 2008-2012.

KOZMETIČNI TEHNIK

Tudi urejenost telesa vpliva na dobro počutje.

Kozmetična nega, masaža, limfna drenaža, pedikura, manikira, ličenje in svetovanje - to bo tvoje delo.



Izobraževanje traja 4 leta.
Šolanje se zaključí s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možna zaposlitev ali nadaljnje izobraževanje.

Kozmetični tehnik je poklic, ki ljudem pomaga do zdravega izgleda in samozavesti.

 
www.bodiprofi.si munus 2

Uspesni mladi strokovnjaki, programji v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju, postajo hitreje za oddajo 2008-2012. Obenem so tudi izobraževalni inštitucije, ki s programi uspešno pripravljajo študente za delovni svet.

FARMACEVTSKI TEHNIK

Pomaga ljudem ohranjati zdravje ter jim lajšati težave med boleznijo.

Delo v farmacevtski in kozmetični industriji v lekarnah, specializiranih prodajalnah z zdravili brez recepta in dajanje navodil za pravilno uporabo zdravil ter za ohranjanje zdravega načina življenja-to bo tvoje delo.



Izobraževanje traja 4 leta.
Šolanje se zaključí s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možna zaposlitev ali nadaljnje izobraževanje.

Z znanjem pomagati ljudem pri lajšanju bolezenskih težav in ohranjanju zdravja.

 
www.bodiprofi.si munus 2

Uspesni mladi strokovnjaki, programji v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju, postajo hitreje za oddajo 2008-2012. Obenem so tudi izobraževalni inštitucije, ki s programi uspešno pripravljajo študente za delovni svet.

ELEKTRIKAR

Elektrika je naša nepogrešljiva, skrivnostna spremljevalka.

Čeprav je ne moremo objeti, naša življenja naredi topla, svetla in zabavna.
Elektrikar je njen najboljši prijatelj, saj natančno ve, kako ravnati z njo.



Izobraževanje traja 3 leta.
Šolanje se zaključí z zaključnim izpitom. Po zaključku šolanja je možno nadaljevanje izobraževanja ali zaposlitev.

Prištečaj se tudi ti in postani elektrikar.

 
www.bodiprofi.si munus 2

Uspesni mladi strokovnjaki, programji v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju, postajo hitreje za oddajo 2008-2012. Obenem so tudi izobraževalni inštitucije, ki s programi uspešno pripravljajo študente za delovni svet.

SREDNJA MEDICINSKA SESTRA / SREDNJI ZDRAVSTVENIK

Zdravje je naša skupna vrednota.

Naše delo je zdravstvena nega v bolnišnicah, zdravstvenih domovih, domovih starejših občanov, zdraviliščih in socialnih zavodih.



Izobraževanje traja 4 leta.
Šolanje se zaključí s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možna zaposlitev ali nadaljnje izobraževanje.

Poklic srednje medicinske sestre/srednjega zdravstvenika je plemenit in spoštovan.

 
www.bodiprofi.si munus 2

Uspesni mladi strokovnjaki, programji v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju, postajo hitreje za oddajo 2008-2012. Obenem so tudi izobraževalni inštitucije, ki s programi uspešno pripravljajo študente za delovni svet.

LOGISTIČNI TEHNIK

Kako najhitreje, najceneje in najvarneje od tu do tam.

To znamo logistični tehniki.
Potniki, blago, informacije - za vse najdemo prave poti.



Izobraževanje traja 4 leta.
Izobraževanje se zaključí s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možno nadaljevanje izobraževanja ali zaposlitev.

Svet pripeljemo k vam.

 
www.bodiprofi.si munus 2

Uspesni mladi strokovnjaki, programji v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju, postajo hitreje za oddajo 2008-2012. Obenem so tudi izobraževalni inštitucije, ki s programi uspešno pripravljajo študente za delovni svet.

ELEKTROTEHNIK

Ko se srečata + in -, nastane ELEKTRIČNA SILA, ki je najmočnejša ENERGIJA.

Ko se srečamo DJAKI, STARŠI in UČITELJI, nastane ELEKTROTEHNIK, kije kompetenten, da to energijo obvladuje.



Izobraževanje traja 4 leta.
Izobraževanje se zaključí s poklicno matura.
Po zaključku šolanja je možna zaposlitev ali nadaljnje izobraževanje.

Skrbeli bomo za okolju čim bolj prijazno proizvedeno energijo! Pridružite se nam!

 
www.bodiprofi.si munus 2

Uspesni mladi strokovnjaki, programji v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju, postajo hitreje za oddajo 2008-2012. Obenem so tudi izobraževalni inštitucije, ki s programi uspešno pripravljajo študente za delovni svet.

Letaki so zasnovani inovativno, kratko, jedrnato in zanimivo.

Tisti pa, ki jih bo določen poklic zanimal podrobneje, bodo lahko več informacij o poklicu, zanimivostih in možnostih izobraževanja našli na portalu, kjer bodo za vsak poklic podrobneje, pa še vedno kratko, predstavljene njegove glavne značilnosti in zanimivosti (Slika 3).



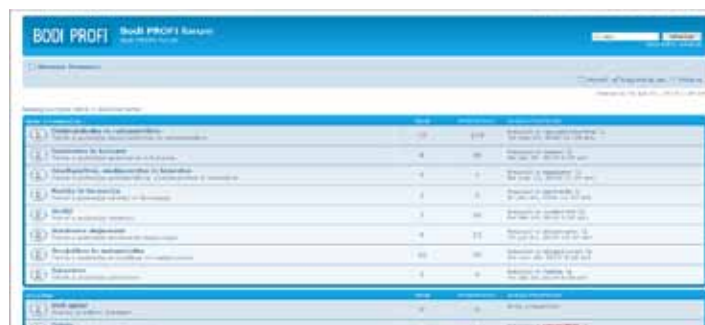
Slika 3: Vhodna stran predstavitve poklica mizar

Za podkrepitev veččutnega zaznavanja mladih so bile za 16 poklicev izdelane tudi kratke video predstavitve, ki bodo omogočale popolnejšo in realnejšo sliko o določenem poklicu. Filmi so dosegljivi pri poklicih v rubriki Kaj dela, dostopni za ogled in uporabo pa tudi na spletni strani YOUTube: <http://www.youtube.com/user/munus2poklici>.

Podsklop Podjetja je namenjen objavi različnih informacij (o štipendijah, potrebah po zaposlitvi, natečajih, dosežkih, tehnoloških novostih, projektih ...) za gospodarske, izobraževalne, javne in druge institucije, ki lahko prav tako svoje prispevke in povezave, vsaj do konca 2012, brezplačno objavljajo. S tem želimo krepiti povezanost med vsemi socialnimi partnerji v državi.

Tretji podsklop, Forum, pa je namenjen strokovni in drugi javnosti

(Slika 4). Gre za prostor - forum za izmenjavo strokovnih mnenj, informacij in gradiv, zanimivosti, seminarских in projektnih nalog, »plonk« listkov, malih oglasov ... Ta podsklop oblikujejo uporabniki sami, z enostavno prijavo v Forum. Je najvitalnejši del portala, ki z aktivnim sodelovanjem uporabnikov zagotavlja njegovo trajnost. Si upate pridružiti in objaviti prispevek tudi vi? <http://forum.bodiprofi.si/>.



Slika 4: Področja Foruma

Portal www.bodiprofi.si je zasnovala delovna skupina za promocijo PIU v okviru projekta MUNUS 2 in ga tudi vsebinsko ureja.

Tehnično je portal vzpostavil in ga tudi administrira Šolski center Velenje v imenu Konzorcija šolskih centrov Slovenije.

Avtor:

Denis Kač, univ. dipl. inž.

Učitelj, predavatelj, projektni koordinator.
Šolski center Celje, Pot na Lavo 22, Celje
denis.kac@guest.arnes.si

Lektorica:

Marija Pristovnik, prof.
Šolski center Celje, Pot na Lavo 22, Celje
mojca.pristovnik@siol.net