

PQ 010
MARKETING – ACCOGLIENZA – ORIENTAMENTO IN ENTRATA
 (Processo Principale)

Edizione **7** del **24 gennaio 2023**

Composta da **5** pagine

VARIAZIONI RISPETTO L'EDIZIONE PRECEDENTE

Parti eliminate Pag **1, 4**

Parti modificate Pag **1**

INDICE

1.1	SCOPO	pag	2
1.2	CAMPO D'APPLICAZIONE	pag	2
1.3	RESPONSABILITÀ	pag	2
1.4	STRATEGIE DI MARKETING E PIANIFICAZIONE	pag	2
1.5	MATERIALE ILLUSTRATIVO	pag	3
1.6	GESTIONE EVENTI	pag	4
1.7	COLLOQUI PRE ISCRIZIONE	pag	4
1.8	GESTIONE ACCOGLIENZA	pag	5
1.9	RIORIENTAMENTO	pag	5

MODALITÀ DI DISTRIBUZIONE

Copia controllata

Consegnata a **Dirigente Scolastico e Quality Assurance** il **24 Gennaio 2023**

Redatto da Quality Assurance	Controllato da Team di lavoro	Approvato da Dirigente Scolastico
Prof.ssa Giovanna Biasini Rebaioli	Proff. Boni Cristina, Marino Antonella	Prof Fabio Spagnoletti

1.1 SCOPO

Scopo di questa procedura è quello di definire le modalità per svolgere in modo corretto e secondo le linee guida dell'Istituto "Giovanni Falcone" le attività di marketing che possono distinguersi nei seguenti sottoprocessi:

- materiale illustrativo
- Orientamento in entrata (eventi di marketing dell'Istituto, colloqui pre-iscrizioni)
- Accoglienza alunni classi prime e riorientamento

Gli obiettivi che si vogliono raggiungere sono quelli di descrivere il flusso delle attività a garanzia che:

- il materiale illustrativo realizzato abbia una uniformità di immagine
- gli eventi di marketing siano pianificati e gestiti al fine di garantire la massima efficacia
- i colloqui di pre-iscrizione siano condotti nei tempi e nei modi definiti per garantire la uniformità di immagine dell'Istituto
- tutte le informazioni necessarie siano trasmesse in modo efficace ed efficiente all'intera organizzazione

1.2 CAMPO DI APPLICAZIONE

La seguente procedura si applica a tutte le attività che sono rivolte:

- all'esterno dell'Istituto
- ai genitori e agli studenti in fase di contatto iniziale
- ai genitori e agli studenti durante gli eventi di Marketing /Orientamento in entrata
- ai genitori per la spiegazione dell'importanza dell'accoglienza
- agli studenti che vengono accolti all'inizio del ciclo di studi.

Le attività di marketing/orientamento sono gestite da un apposito progetto e seguiranno le regole definite nella presente procedura.

1.3 RESPONSABILITA'

È responsabilità della Direzione, avvalendosi dell'attività della Funzione Strumentale dedicata, assicurarsi che il personale dell'Istituto abbia le informazioni necessarie per poter dare spiegazioni, illustrare l'attività dell'Istituto alle famiglie e condurre nel modo più opportuno il colloquio informativo.

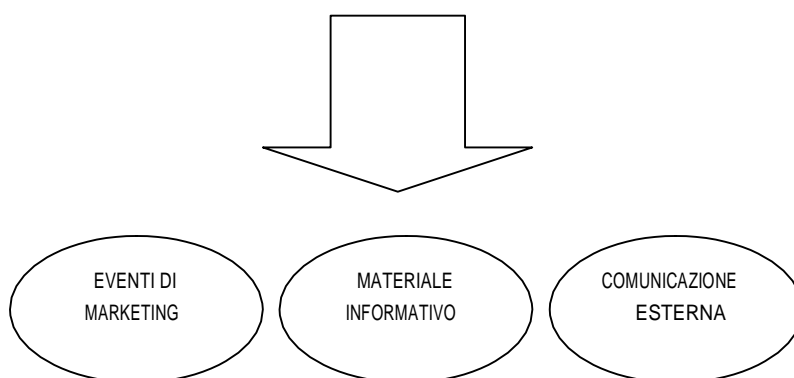
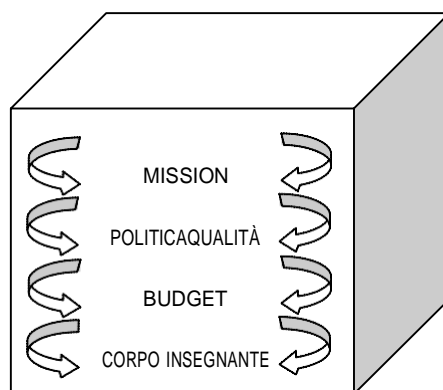
La Direzione deve rendersi disponibile per aiutare o supportare gli insegnanti nelle fasi di comunicazione con le famiglie.

Compito della Direzione, con la collaborazione dello staff di presidenza e delle Funzioni Strumentali, è definire:

- gli eventi di marketing e fissare gli obiettivi che si vogliono raggiungere
- le aree di competenza dei vari sottoprocessi
- le linee strategiche da seguire per i vari sottoprocessi

1.4 STRATEGIE DI MARKETING E PIANIFICAZIONE

Per strategie di promozione si intende l'insieme delle attività che l'Istituto vuole mettere in atto per presentarsi in modo efficace alle famiglie e agli studenti della scuola media al fine di interessarli per una eventuale iscrizione presso l'Istituto. L'attività di orientamento in entrata dell'Istituto si concretizza principalmente nelle attività gestite con il Progetto Orientamento in entrata, redatto dalla commissione dedicata.



Le attività che generalmente vengono prese in considerazione possono riassumersi in:

- preparazione materiale informativo
- eventi di Marketing / Orientamento in entrata
- gestione dell'accoglienza nell'Istituto
- colloqui con le famiglie

Tutte queste azioni devono essere tra loro coordinate al fine di ottenere il massimo beneficio.

Per definire nel modo corretto la strategia più opportuna, potrebbe essere utile procedere alla Mappatura delle necessità dell'utenza. Tale mappatura delle necessità potrebbe essere utilizzata per identificare quali fasi del processo principale dell'Istituto hanno maggiore impatto.

A tal fine verrebbero inviati i questionari alle famiglie degli alunni delle classi prime se si vuole avere la mappatura delle aspettative dei nuovi utenti. Gli stessi questionari potrebbero anche essere inviati agli alunni e ai genitori delle classi successive per poter effettuare una analisi degli interventi effettuati.

Per ogni indicatore, l'utenza esprimerebbe la propria preferenza in una scala di valori da 1 (minimo) a 5 (massimo). Il punteggio medio ottimale auspicato è maggiore/uguale a 3

1.5 MATERIALE ILLUSTRATIVO

E' compito della Direzione, in collaborazione con la Funzione Strumentale e la commissione dedicata, definire quale materiale informativo sia necessario per una corretta presentazione dell'Istituto. La Funzione Strumentale e la Commissione Orientamento in entrata seguiranno tutte le fasi di realizzazione del materiale deliberato e si preoccuperanno di valutare che l'immagine dell'Istituto che ne deriva sia in linea con la Politica della qualità.

La decisione di iniziare una campagna informativa sulle attività dell'Istituto può interessare due aspetti differenti:

- materiale informativo e pagine web
- editoriali

Qui di seguito vengono analizzate singolarmente queste due attività che dovranno seguire le modalità definite per un progetto.

MATERIALE INFORMATIVO E PAGINE WEB

Per la preparazione di questo tipo di materiale devono essere seguite le seguenti fasi:

- scelta del progetto creativo - grafico
- scelta layout di presentazione
- titoli e sottotitoli

- tipo di carta
- soluzione scenografica per fotografie
- testi

La Direzione dovrà approvare tutte le scelte effettuate.

È responsabilità del coordinatore dell'attività controllare le tempistiche e la qualità del materiale prodotto; in particolare deve controllare le bozze e solamente a validazione ultimata procedere con la produzione.

Una copia ultimata del materiale prodotto deve essere firmata dalla Direzione e archiviata tra le copie dei materiali informativi utilizzati e non obsoleti.

EDITORIALI

Tutte le riviste, giornali forniscono spazi per editoriali. In questo caso tutti i testi che verranno stampati dovranno essere preventivamente approvati dalla Direzione o da un suo delegato.

1.6 GESTIONE EVENTI

E' compito della Direzione definire a chi, nell'ambito della organizzazione, viene assegnata la responsabilità di gestire e coordinare le azioni di Marketing - Accoglienza - Orientamento in entrata.

Qualsiasi manifestazione deve essere impostata tenendo conto che in questo contesto viene presentata l'**immagine** dell'Istituto "Giovanni Falcone". Infatti l'organizzazione di un evento è un investimento che l'Istituto mette in atto sia per presentare i suoi servizi sia per creare immagine.

Gli obiettivi da perseguire in funzione della strategia sopra indicata devono pertanto essere i seguenti:

- trasmettere al Corpo docente il vantaggio che deriva dall'evento organizzato, in termini di immagine e di contatti sia con i genitori e alunni del bacino d'utenza sia con le scuole medie del territorio
- trasmettere agli utenti l'opportunità che viene a loro fornita di visionare i servizi offerti dall'Istituto

Nell'impostazione dell'organizzazione e allestimento degli spazi a questo scopo riservati devono essere presi in considerazione i seguenti aspetti:

- immagine dell'Istituto
- dimensione degli spazi
- servizi da presentare
- destinatari

Può rendersi necessaria la preparazione di cartelloni sia scritti sia fotografici per arredare le pareti degli spazi destinati alla manifestazione, totem illustrativi dei singoli indirizzi, presentazione in Power Point e video. Qualora fosse necessario avvalersi di servizi esterni all'Istituto si dovranno richiedere offerte a fornitori e tutto quanto accettato, **fotografie - disegni - scritte - presentazioni - video**, dovrà essere approvato dalla Direzione.

La decisione di predisporre eventuale materiale informativo, dovrà essere approvato dalla Direzione e di conseguenza anche la tipologia del materiale.

Ogni responsabile di progetto che organizza una manifestazione esterna o interna all'Istituto ha il compito di predisporre anche un Piano di presenza alla manifestazione (155) coprendo in modo efficace l'area predefinita con personale interno dell'Istituto.

1.7 COLLOQUI PRE ISCRIZIONE

Alla Direzione e ai docenti incaricati è demandato il compito di svolgere i colloqui richiesti dalle famiglie prima dell'iscrizione.

Il personale scolastico in funzione delle richieste di informazioni deve pianificare i colloqui prevedendo una calendarizzazione per gli incontri e tempi adeguati, tenendone registrazione in un apposito registro.

I colloqui possono essere svolti prima della data di iscrizione all'Istituto, anche come attività di "sportello", ma anche in tempi successivi, comunque prima dell'inizio del nuovo anno scolastico per mantenere un proficuo rapporto con le famiglie e gli studenti che hanno scelto l'Istituto.

Per gli alunni in difficoltà che provengono dalla scuola media, per gli alunni, interni o esterni, che chiedono il passaggio ad altro indirizzo di studi e per gli alunni neo arrivati si fa riferimento all'apposita procedura PQ022 "Gestione delle azioni di riequilibrio scolastico e Formativo". Il colloquio è il primo contatto che la famiglia ha con l'Istituto, pertanto è indispensabile la omogeneità di conduzione. Durante i colloqui devono essere sviluppati i seguenti argomenti:

- presentazione dell'Istituto
- mission e politica della qualità dell'Istituto
- piano offerta formativa
- servizi offerti

- modalità di formazione classi
- orari scolastici

A tutti i partecipanti può essere fatto eseguire un giro dell'Istituto con la presentazione delle aule, laboratori, biblioteca, palestre e degli spazi. Alla famiglia deve essere consegnato il materiale informativo predisposto.

1.8 GESTIONE ACCOGLIENZA

Questo processo viene gestito a livello progettuale utilizzando l'apposito documento **Piano di progetto / Programmazione didattica (210)** per poterne monitorare e misurare l'efficacia attraverso gli indicatori definiti ed è rivolto agli alunni delle classi prime.

ACCOGLIENZA ALUNNI CLASSI PRIME

Questo progetto ha lo scopo di definire gli obiettivi e le attività per garantire agli studenti un inserimento nell'ambito scolastico capace di creare un rapporto positivo tra coetanei, adulti e ambiente attraverso interventi a favore della socializzazione e della reciproca conoscenza. Viene gestito dalla Commissione Accoglienza.

Nel progetto sono definite le attività svolte dal Coordinatore di Classe, in collaborazione con tutto il Consiglio di Classe. Tale progetto accompagna l'inserimento degli alunni, fornisce agli alunni le informazioni sulle regole ed i regolamenti interni all'Istituto, ne monitora le capacità pregresse e verbalizza i risultati per la programmazione disciplinare del Consiglio di Classe. L'attività svolta dal Consiglio di Classe è coadiuvata dal responsabile del progetto per la gestione e la programmazione di tutte le attività d'accoglienza, con le regole previste nella relativa procedura di progettazione.

Il passaggio d'informazioni tra cicli scolastici si realizza attraverso il fascicolo **Scheda passaggio informazioni** necessità particolari (es. un disagio legato alla socializzazione o alla didattica manifestato e/o non dichiarato) può essere richiesto un colloquio con i docenti del ciclo precedenti di cui tenere traccia.

ACCOGLIENZA DEGLI INSEGNANTI DEI NUOVI DOCENTI

Come per gli allievi, anche per i nuovi insegnanti deve può essere predisposto un progetto di accoglienza al fine di favorirne l'inserimento nell'ambiente scolastico e permettere a loro di svolgere la propria attività in sintonia con la Politica della Qualità dell'Istituto e le modalità operative definite nel Sistema di Gestione per la Qualità. In mancanza di tale progetto, l'accoglienza per i nuovi docenti sarà gestita grazie al vademecum predisposto dall'Istituto

1.9 RIORIENTAMENTO

Questa attività è rivolta agli studenti che non sono riusciti ad inserirsi nell'attività didattica e pertanto richiedono il passaggio ad altro indirizzo scolastico o il passaggio ad un'altra scuola

L'attività di riorientamento può essere attivata:

- dopo la gestione del progetto accoglienza previsto per facilitare l'inserimento degli studenti.
- dopo lo scrutinio finale

Le fasi dell'attività di riorientamento dopo la gestione del progetto accoglienza possono riassumersi nel modo seguente:

- osservazione sul profilo degli studenti da parte del C.d.C. per verificarne le motivazioni, gli interessi
- esecuzione di una prima valutazione delle capacità, conoscenze, competenze e della loro coerenza con l'indirizzo di studi intrapreso
- comunicazione da parte del coordinatore di classe sia allo studente sia alla famiglia dei dati emersi dalle osservazioni eseguite
- richiesta di passaggio ad altro indirizzo/Istituto scolastico da parte della famiglia e/o dello studente (se maggiorenne) nel caso di passaggio ad altro indirizzo interno all'Istituto: attivazione di eventuali attività integrative di raccordo e certificazione delle competenze acquisite da parte del CdC nel quale l'alunno viene inserito.

Le fasi dell'attività di riorientamento dopo lo scrutinio finale sono esplicitate nella procedura PQ022

Le medesime informazioni che l'Istituto invia alla nuova unità scolastica devono essere richieste per tutti gli studenti in entrata.