

**UNIVERZITA KARLOVA
PEDAGOGICKÁ FAKULTA**

CENTRUM ŠKOLSKÉHO MANAGEMENTU

**STRATEGIE SPOLUPRÁCE
ZÁKLADNÍ A MATEŘSKÉ ŠKOLY PŘI
PŘECHODU DĚTÍ DO 1. TŘÍDY
ZÁKLADNÍ ŠKOLY**

Závěrečná bakalářská práce

Autor: Lenka Borková, Mgr.
Obor: Školský management
Forma studia: kombinované
Vedoucí práce: Václav Havelka, Mgr., Bc.
Datum odevzdání práce: duben 2012

Prohlašuji, že jsem předkládanou závěrečnou bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím zdrojů a literatury v ní uvedených. Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Praha, 12. dubna 2012

Lenka Borková

ANOTACE

Tato závěrečná bakalářská práce se zabývá tématem spolupráce základních a mateřských škol při přechodu předškoláků do 1. třídy ZŠ.

V teoretické části práce je uvedena charakteristika kooperujících subjektů. Z pohledu konkurenčního prostředí ve vzdělávání se zabývá školním trhem a marketingovým řízením školy, část práce je věnována rodičům jako zákazníkům a jejich rozhodovacímu procesu při volbě školy. Další kapitoly se věnují vnitřním a vnějším podmínkám úspěšné spolupráce, lidským zdrojům, motivaci.

Empirická část obsahuje průzkum konkrétních forem spolupráce základních a mateřských škol, jejich zkušenostem a osvědčeným strategiím. Dále se zabývá průzkumem rozhodovacího procesu rodičů, kritérii, podle kterých vybírají vhodnou školu pro své děti.

Klíčová slova: spolupráce, konkurenční prostředí ve vzdělávání, trh školy, marketingové řízení školy, rozhodovací proces zákazníka školy

ANNOTATION

This thesis focuses on cooperation between primary schools and preschools in enrollment of preschoolers to 1st grade of a primary school.

The theoretical part specifies characteristics of cooperating entities and addresses the school market and marketing management of a school in terms of competitive environment in education. One part is devoted to parents as clients and the process of their decision-making in the selection of a primary school. Other chapters address internal and external pre-requisites to successful cooperation, human resources, motivation.

The empiric part turns attention to the research of specific forms of cooperation between primary schools and preschools, their experience, and well-established strategies. Further, it addresses the research related to the process of parents' decision-making, and criteria applied by the same when selecting the appropriate school for their children.

Key words: cooperation, competitive environment in education, school market, marketing management of a school, decision-making process of a school's client

OBSAH

ÚVOD	3
TEORETICKÁ ČÁST	5
1 Přestup dítěte z mateřské do základní školy	5
1.1 Školní zralost a připravenost	5
1.2 Zápis k povinné školní docházce	6
1.3 Odklad začátku povinné školní docházky	7
1.4 Adaptace	8
2 Kooperující subjekty	10
2.1 Mateřská škola	10
2.2 Základní škola	11
2.3 Rodič jako partner vedení školy	12
3 Konkurenční prostředí ve vzdělávání	14
3.1 Trh školy	14
3.2 Kvalita školy a vzdělávacího programu	16
3.3 Marketingové řízení školy	19
3.3.1 Marketing jako strategický proces	20
3.3.2 Rozhodovací proces zákazníka školy	22
3.3.3 Marketingová komunikace	23
4 Lidské zdroje	24
4.1 Motivace	25
5 Spolupráce a její přínos	26
EMPIRICKÁ ČÁST	28
1 Konkrétní formy spolupráce základních a mateřských škol	28
1.1 Cíl a organizace průzkumného šetření	28
1.2 Metody průzkumného šetření	29
1.2.1 Rozhovor	29
1.3 Výsledky průzkumu a jejich diskuse	30
1.3.1 Spolupráce a její cíle	30
1.3.2 Konkrétní formy spolupráce	31
1.3.3 Hodnocení spolupráce, její přínosy a překážky	33

1.3.4 Zabezpečení spolupráce	34
1.3.5 Informovanost rodičů a veřejnosti	35
2 Kriteria výběru základní školy	35
2.1 Cíl a organizace průzkumného šetření	35
2.2 Metody průzkumného šetření	36
2.2.1 Dotazník	36
2.3 Výsledky průzkumu a jejich diskuse	37
2.3.1 Kriteria pro výběr základní školy	37
2.3.2 Zdroje informací o základní škole	39
3 Závěry průzkumného šetření	41
ZÁVĚR	43
SEZNAM POUŽITÉ A PROSTUDOVANÉ LITERATURY	44
PŘÍLOHY	47

ÚVOD

Pro svou závěrečnou bakalářskou práci jsem si vybrala téma „Strategie spolupráce základní a mateřské školy při přechodu dětí do 1. třídy základní školy“. Tomuto tématu bych se ráda věnovala ze dvou pohledů – z pohledu školní instituce, především jejího vedení, a z pohledu rodičů budoucích prvňáků.

Zahájení povinné školní docházky je pro dítě i celou jeho rodinu významným životním krokem a zároveň důležitým sociálním mezníkem. Vedle rodičů jsou to právě ředitelé i učitelé mateřských a základních škol, kteří mohou podmínky a okolnosti přestupu dítěte z jednoho stupně vzdělání do vyššího výrazně ovlivnit. Na přípravě dítěte na školní docházku se v některých případech podílejí také odborníci v pedagogicko-psychologických poradnách či logopedové. Všichni společně usilují o to, aby byl nástup do školy radostný a proběhl pokud možno bez obtíží.

Rodiče věnují v poslední době výběru vhodného vzdělávacího zařízení pro svého potomka více času a energie, než bylo zvykem dříve. Nespokojují se s umístěním dítěte do příslušné spádové školy, kritéria jejich výběru jsou stále náročnější. Tím v oblasti školského trhu roste konkurence, zvyšuje se tlak na kvalitu a ředitelé škol jsou nuceni zlepšovat a rozšiřovat nabídku svých služeb.

Ve své bakalářské práci se zaměřuji na spolupráci mateřských a základních škol v procesu adaptace dětí na školní docházku. Cílem mé práce je popsat možnosti spolupráce uvedených subjektů, zjistit, jaké cesty se v praxi osvědčují, zda splňují očekávání zúčastněných, především rodičů dětí, učitelů a ředitelů škol. Pokusím se navrhnout efektivní postupy takové spolupráce a poskytnout čtenářům osvědčené návrhy a doporučení.

Dalším cílem mé práce je zmapovat očekávání a požadavky žáků i rodičů, zákazníků škol, a na základě zjištěných informací poskytnout ředitelům škol doporučení, jak se v oblasti přijímání dětí do základní školy odlišit od konkurence, stát se pro zákazníky zajímavějším a získat na školském trhu výhodnější pozici.

V následujících kapitolách se věnuji spolupráci MŠ na ZŠ při přechodu dětí do 1. třídy ZŠ, vymezuji základní pojmy a legislativní rámec, spjatý s touto problematikou. Pokusím se zmapovat prostředí současných mateřských a

základních škol a jejich možnosti spolupráce v této oblasti. Zabývám se rolí rodičů, jejich požadavky a očekáváními, i způsoby, jak na ně školy reagují a vycházejí jim vstříc. Soustředím se na reálné možnosti managementu obou typů škol s využitím marketingových metod a nástrojů v uvedené oblasti.

Praktická část bakalářské práce je tvořena dvěma nezávislými výzkumy. První z nich se metodou rozhovoru snaží zmapovat různé způsoby spolupráce mateřských a základních škol, jejich přínosy i úskalí. Druhý průzkum využívá dotazníkové metody, kterou si klade za cíl zjistit potřeby a očekávání rodičů žáků jako klientů - odběratelů školských služeb – a úroveň jejich spokojeností s nabízenými službami. Při výzkumu jsem spolupracovala s mateřskými a základními školami na území České republiky.

Jsem přesvědčena, že základní školy, které se aktivně prezentují veřejnosti, věnují se marketingu, například formou spolupráce s mateřskými školami v procesu náboru budoucích prvňáků, jsou rodiči vyhledávány. Zároveň si budují své jméno na školském trhu, a získávají tak konkurenční výhodu oproti školám, které žádné nadstandardní služby v této oblasti nenabízejí. Tuto hypotézu se pokusím na následujících stranách ověřit.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Přestup dítěte z mateřské do základní školy

1.1 Školní zralost a připravenost

V naší kultuře představuje nástup dítěte do prvního ročníku základní školy významný předěl. Podle Vágnerové (2000) „je škola první významnou institucí, do níž se dítě dostává. Tato instituce se mu zcela zákonitě jeví jako velmi mocná, mocnější než rodiče, protože i oni musí rozhodnutí školy respektovat“. Dítě přijímá novou sociální roli, stává se školákem. Role školáka je velmi významná pro rozvoj dětské osobnosti i jeho budoucí sociální postavení (Vágnerová, 2001). Dítěti je tato role přiřazena společností a nese s sebou formální obsah i požadavky. Jde o podřízenou roli, která je však v očích dítěte vnímána jako velmi prestižní. Její získání je spojeno s určitými rituály v podobě zápisu, prvního školního dne apod.

Doba nástupu do školy je dle § 36 školského zákona přesně stanovena – začíná počátkem školního roku, který následuje po dni, kdy dítě dosáhne šestého roku věku, pokud mu není povolen odklad. Tato hranice je dána tradicí i poznatky vývojové psychologie a fyziologie. Každé dítě ovšem přichází z jiného prostředí, s různými zkušenostmi a na jiném stupni vývoje. Proto není možné označit za dítě zralé pro školní docházku každého předškoláka, který dosáhne šesti let. Samotný vstup do základní školy představuje pro mnoho dětí značnou zátěž. Musí si zvyknout na nové prostředí, přijmout novou autoritu – učitele, sžít se s novými spolužáky, vybudovat si pozici v kolektivu vrstevníků, naučit se respektovat nová pravidla, dokázat se soustředit na nové, náročnější povinnosti a postupně si samostatně organizovat svůj čas a dělit jej mezi práci a zábavu.

Na tomto místě je třeba upřesnit některé termíny. Dříve hojně používaný pojem „školní zralost“ akcentuje vnitřní, biologický aspekt, vycházející z dispozic jednotlivého dítěte při procesu jeho zrání. Oproti tomu pojmem „školní připravenost“ máme na mysli charakteristiky, které se vztahují k vnějším činitelům procesu učení, tedy vlivu vnějšího okolí a společnosti. Při stanovování požadavků nutných pro hladký přestup do základní školy vycházíme ze školní zralosti (např.

schopnost soustředění pozornosti) i připravenosti (např. rozvoj slovní zásoby), často i z interakce obou.

Pro nástup do první třídy základní školy je třeba posoudit školní zralost i připravenost dítěte na zvládnání školní zátěže. Úroveň školní zralosti a připravenosti významně podmiňuje jeho úspěšnost ve škole. Beníšková (2007) poukazuje na to, že jestliže dítě nastoupí do školy ještě nezralé, může zažívat zbytečná selhání a škola pro něj může být příliš zatěžující. Klégrová (2003) upozorňuje na to, že mezi dětmi nastoupivšími do první třídy se mohou vyskytnout značné rozdíly, neboť každé se vyvíjí různým tempem. Přijmout do prvního ročníku nezralé a nepřipravené dítě s sebou nese rizika související nejen s možnými nezdary na počátku školních let; mnoho výzkumů prokazuje, že je možné pozorovat rozdíly mezi dětmi ještě v průběhu celého prvního stupně základní školy a počáteční neúspěchy mohou vést ke ztrátě motivace a radosti z poznávání.

1.2 Zápis k povinné školní docházce

Ke zjištění školní zralosti slouží mimo jiné zápis. V souladu s § 36 školského zákona je zákonný zástupce povinen přihlásit dítě k zápisu k povinné školní docházce, a to v době od 15. ledna do 15. února kalendářního roku, v němž má dítě zahájit povinnou školní docházku.

U zápisu k povinné školní docházce se zjišťuje připravenost dítěte ke vstupu do školy. Školní připravenost je schopnost dítěte přizpůsobit se požadavkům, které na něj klade školní výuka. Je zjišťována připravenost v oblasti fyzického, psychického a sociálního vývoje dítěte. To vše buď pozorováním na základě znalostí vývojových zákonitostí, nebo pomocí nejrůznějších testů, sestavených odborníky v oboru psychologie a pedagogiky.

Pro mnoho dětí je zápis jejich první zkušeností se školou. Většina dětí se na zápis zpravidla těší, jedná se o důležitý a slavnostní okamžik v jejich životě, neboť stát se školákem pro ně znamená změnu společenského statusu. Podoba zápisu se ve školách liší. Mnoho škol se snaží pořádat zápis v přátelském prostředí, často hravou a zábavnou formou. Zápisy mívají podobu přátelského setkání, při němž má dítě příležitost prokázat, co se doposud naučilo.

Pro základní školu, resp. učitele, je zápis prostředkem pro zjištění úrovně dovedností budoucích prvňáků. Součástí zápisu bývá pohovor s dítětem, učitelé se při řízeném rozhovoru zaměřují na zjištění komunikačních a řečových dovedností dětí: schopnost samostatně odpovídat na otázky, říci své jméno, věk a adresu, případně zrecitovat básničku. Učitelé sledují, jak dítě reaguje na pokyny, zda se umí orientovat v prostoru, jak dokáže spolupracovat ve dvojici nebo skupině. Často jsou využívány pracovní listy s úkoly zaměřenými na zrakové a sluchové rozlišování, početní představy, grafomotoriku. Důležitou roli při zápisu hraje celkové vystupování dítěte, to, jak reaguje v komunikaci s cizími lidmi, zda není úzkostné, jak dlouho udrží pozornost a dokáže se soustředit. Průběh a výsledky svých zjištění zaznamenávají učitelé do zápisových archů. Na jejich základě mohou potom rodičům doporučit způsoby kompenzace toho, co se dětem zatím nedaří, čemu je třeba věnovat pozornost. Někdy mohou navrhnout návštěvu pedagogicko-psychologické poradny, logopeda nebo dětského lékaře, případně také odklad povinné školní docházky.

1.3 Odklad začátku povinné školní docházky

„Není-li dítě po dovršení šestého roku věku tělesně nebo duševně přiměřeně vyspělé a požádá-li o to písemně zákonný zástupce dítěte do 31. května kalendářního roku, v němž má dítě zahájit povinnou školní docházku, odloží ředitel školy začátek povinné školní docházky o jeden školní rok, pokud je žádost doložena doporučujícím posouzením příslušného školského poradenského zařízení, nebo odborného lékaře. Začátek povinné školní docházky lze odložit nejdéle do zahájení školního roku, v němž dítě dovrší osmý rok věku.“ (§ 37 školského zákona).

V posledních letech roste počet dětí, kterým je odložena školní docházka o jeden rok z důvodu školní nezralosti. Podle Beníškové (2007) byl dříve odklad školní docházky rodinou spíše odmítán, dnes je vnímán jako běžný postup v důsledku nezralosti dítěte. Odklad udílí ředitel školy na žádost rodičů, podpořenou posudkem pedagogicko-psychologické poradny nebo pediatrem. Toto opatření má zamezit tomu, aby odklad dostaly děti pro školu zralé, které by se o

rok později v první třídě nudily, případně by ztratily motivaci k učení a radost z poznávání, která raný školní věk přirozeně provází.

Klégrová (2003) uvádí, že nejčastějším důvodem odkladu školní docházky bývá častá nemocnost a snížená odolnost organismu dítěte, v otázce pracovní a sociální zralosti jde často o potíže s grafomotorikou či rozvojem zrakového a sluchového rozlišování. „Odklad školní docházky je preventivní opatření, které má chránit děti školně nezralé před selháváním.“

Také rodiče přikládají nástupu dítěte do první třídy stále větší význam. Pečlivěji sledují vývoj svých dětí, radí se s odborníky. Dbají na to, aby dítě nastoupilo do první třídy ve vhodný čas a přiměřeně vyspělé. Využívají nabídek vyšetření pedagogicko-psychologických poraden, kde mohou dostat vysvětlení konkrétních obtíží svého dítěte a zároveň doporučení, jaké nápravné prostředky zvolit. Vedle pedagogické nebo psychologické terapie může vést k harmonizaci vývoje také docházka do předškolního ročníku mateřské školy, zejména u dětí, jimž byl doporučen odklad školní docházky.

1.4 Adaptace

Pro úspěšné přijetí dítěte do povinné školní docházky se učitelé i děti začínají připravovat na nástup do prvního ročníku ZŠ. V tomto období procházejí děti tzv. adaptačním obdobím. Jeho úspěšné zvládnutí je podmínkou pozdějších školních úspěchů. Průcha, Walterová a Mareš (2001) definují adaptaci jako proces přizpůsobení. V biologickém smyslu je míněno přizpůsobení se organismu měnícím se životním podmínkám, jehož výsledkem je přežití. Ve vývojově-psychologickém smyslu přizpůsobení se jako výsledek dynamické rovnováhy mezi pasivnějšími pochody – akomodace, a aktivnějšími pochody – asimilace, toho, co člověka obklopuje. Sociální adaptace je přizpůsobení se novým sociálním podmínkám.

Sociální adaptace zaujímá významné místo v socializačním procesu jedince. Proces primární socializace se uskutečňuje výchovou v rodině, primární instituci. Dítě získává základní informace o světě, seznamuje se s ním. Sekundární institucí

se potom stává škola, která na sebe přebírá úkoly sociálního učení žáků, uskutečňuje proces sekundární socializace.

Podle Vágnerové (2001) dochází dítě k sociální adaptaci přes rozvíjení variant chování umožňujících přizpůsobení se školnímu prostředí. Dítě se nejprve učí přijímat informace, které slouží k jeho orientaci v daném prostředí, poté přijímá normy a pravidla chování, učí se přijímat různé role, jejichž obsah, vymezený požadovaným chováním, musí pochopit a podle těchto požadavků se chovat. Také se musí naučit regulovat své projevy a osvojit si nové návyky. Dítě je pak integrováno do skupiny tím, že plní její požadavky.

K adaptaci dochází také z hlediska psychologického. Nástup do základní školy je provázen množstvím změn v psychickém vývoji dítěte. Dochází ke kvalitativnímu posunu v poměru času, který dítě tráví hrou a povinnostmi.

Beníšková (2007) doporučuje, aby se učitelé i rodiče zaměřili na to, co se čerstvému prvňákovi daří, a akcentovali to. Důležité je dětem ukázat přínos školy, její pozitivní stránky. „I když se děti do školy těší, některé si na školu nezvyknou hned. Adaptační období může nějakou dobu trvat. U čerstvého prvňáčka se mohou objevit nejrůznější tělesné či psychické potíže ... Dítě se může začít chovat jako mladší, být roztržité, zapomnětlivé. Popisované syndromy jsou reakcí na zvýšenou zátěž a většinou přejdou samy, jak si dítě ve škole bude postupně zvykat. Pokud by však zmiňované adaptační potíže trvaly ještě koncem října a v listopadu, už nejspíš samy neodeznějí. Je potřeba je řešit.“

Úspěšná adaptace je jednou z podstatných podmínek školní úspěšnosti žáka. Když se dítěti daří, cítí se příjemně, má radost, a proto je motivováno pokračovat v činnosti dál. Školní úspěch dítěte je ovlivněn jeho rozumovými schopnostmi a jejich uplatněním v procesu učení, dále schopnostmi vyrovnat se se zvýšenými nároky, které na něho škola klade. V neposlední řadě také v atmosféře, již vytváří vztah mezi školou a rodinou.

Odborná pedagogická literatura uvádí mnoho metod a způsobů, které podporují úspěšnou adaptaci na školu. Smolíková (2004) poukazuje na nutnost respektovat stupeň zralosti centrální nervové soustavy dětí, které zahajují školní docházku, jako na faktor podmiňující jejich školní úspěšnost. Podle Smolíkové „je nezbytné poskytnout dětem dostatečný čas a prostor k tomu, aby se s novými

životními a vzdělávacími podmínkami seznámily a aby nová pravidla přijaly.“ Do tohoto procesu by měli být zapojeni i rodiče, aby byla zajištěna smysluplná spolupráce mezi rodinou a školou.

2 Kooperující subjekty

2.1 Mateřská škola

Jak je řečeno v § 33 školského zákona: „Předškolní vzdělávání podporuje rozvoj osobnosti dítěte předškolního věku, podílí se na jeho zdravém citovém, rozumovém a tělesném rozvoji a na osvojení základních pravidel chování, základních životních hodnot a mezilidských vztahů. Předškolní vzdělávání vytváří základní předpoklady pro pokračování ve vzdělávání. Předškolní vzdělání napomáhá vyrovnávat nerovnoměrnosti vývoje dětí před vstupem do základního vzdělávání a poskytuje speciálně pedagogickou péči dětem se speciálními vzdělávacími potřebami.“

Předškolní vzdělávání je organizováno zpravidla pro děti ve věku od tří do šesti let. Návštěva mateřské školy není povinná, ale je velmi vhodná pro harmonickou a všestrannou výchovu dítěte. Přednostně se k předškolnímu vzdělávání přijímají děti v posledním roce před zahájením povinné školní docházky. Prospěšnost předškolní výchovy je nejen v systematickém rozvoji intelektových, ale i sociálních a komunikačních dovedností. Dítě se učí začlenit do lidské skupiny, spolupracovat. Velmi prospěšné je to především u dětí, které vyrůstají ve zhoršených socioekonomických podmínkách. Pokud děti nemají z rodinného prostředí správné vzory, nebo výchovné prostředky jejich rodičů neodpovídají společenským normám, je návštěva mateřské školy jedinečnou možností k úpravě návyků. Dochází k oslabení vlivu rodiny a dítě má šanci poznat nové autority, hodnotové žebříčky, může si osvojit jiné modely chování.

Jedním z nejdůležitějších úkolů mateřské školy je připravit děti na přestup do první třídy základní školy tak, aby tento významný krok proběhl bezbolestně, bez potíží a možných zklamání. Na úspěšném dosažení tohoto cíle se podle Průchy (1999) podílejí především tyto faktory:

- délka předškolní výchovy
- kvalita výchovných programů
- podpora předškolní výchovy ze strany rodičů

Především poslední zmíněný bod je velmi významný. Pro mateřskou školu má kladná spolupráce s rodiči velký přínos, toto však platí i naopak. Obě edukační prostředí jsou partnery v procesu výchovy a vzdělávání dítěte.

Díky odbornému vzdělání a zkušenostem mohou učitelky mateřských škol včas rozpoznat, pokud je s dítětem z hlediska školní zralosti něco v nepořádku. Mohou upozornit rodiče na případné deficity, doporučit nápravné kroky, nebo poskytnout nezávislé porovnání s vrstevníky dítěte. Na druhou stranu, pokud rodiče požádají o odklad povinné školní docházky, aniž by k tomu byly reálné důvody, mohou učitelky MŠ pomoci rodičům vysvětlit možné negativní důsledky takového rozhodnutí, jako je ztráta motivace k učení, ztráta kontaktu s vrstevníky apod.

2.2 Základní škola

Podle § 44 školského zákona „vede základní vzdělávání k tomu, aby si žáci osvojili potřebné strategie učení a na jejich základě byli motivováni k celoživotnímu učení, aby se učili tvořivě myslet a řešit přiměřené problémy, účinně komunikovat a spolupracovat, chránit své fyzické i duševní zdraví, vytvořené hodnoty a životní prostředí, být ohleduplní a tolerantní k jiným lidem, k odlišným kulturním a duchovním hodnotám, poznávat své schopnosti a reálné možnosti a uplatňovat je spolu s osvojenými vědomostmi a dovednostmi při rozhodování o své další životní dráze a svém profesním uplatnění.“

Zatímco jednou z hlavních funkcí mateřské školy je systematická příprava dětí k přestupu do základní školy, nemají základní školy téměř žádnou zákonnou povinnost participovat na podpoře předškolních dětí před jejich nástupem do 1. třídy ZŠ.

V podstatě jedinou povinností, kterou v oblasti přípravy budoucích prvňáků na přechod do prvního ročníku ZŠ škole ukládá zákon, je podpora dětí ze sociálně nepodnětného prostředí. Podle § 47 školského zákona mohou zřizovatelé zřídit tzv. přípravné třídy základní školy pro děti v posledním roce před zahájením povinné

školní docházky, které jsou sociálně znevýhodněné a u kterých je předpoklad, že zařazení do přípravné třídy vyrovná jejich vývoj. Přípravnou třídu lze zřídit, pokud se v ní bude vzdělávat nejméně sedm dětí. O zařazení žáků do přípravné třídy základní školy rozhoduje ředitel školy na žádost zákonného zástupce dítěte a na základě písemného doporučení školského poradenského zařízení, které k žádosti přiloží zákonný zástupce. Obsah vzdělávání v přípravné třídě je součástí školního vzdělávacího programu. Ve školním roce 2009/2010 bylo na území České republiky otevřeno celkem 119 přípravných tříd.

Všechny ostatní aktivity v uvedené oblasti jsou čistě dobrovolným rozhodnutím vedení školy a závisí její na kreativitě a snaze odlišit se od jiných škol, od konkurence.

2.3 Rodič jako partner vedení školy

Nejdůležitější sociální skupinou je z hlediska utváření jedince rodina. Pro dítě je první „školou života“, v jejím prostředí si osvojuje mateřský jazyk, kulturu, zvyky a tradice. V rodině dítě získává modely svých budoucích vztahů, chování, návyky, vštěpuje si hodnotové žebříčky. Výchova v rodině je zaměřena na získávání obecných znalostí a dovedností, které jsou nezbytné pro každodenní život. Ostatní výchovné a vzdělávací instituce výchovu dítěte doplňují a zaměřují se na předávání specifických dovedností a znalostí.

„Pro českou rodinu bývá škola první institucí, které dítě podléhá. Její požadavky nelze ignorovat, protože je pro budoucnost dítěte důležitá, něčemu naučí a vytváří podmínky pro další vývoj.“ (Vágnerová)

I přes měnící se společenskou roli školy v posledních desetiletích a tolik diskutovanou otázku nedostatku financí ve školství, má učitelské povolání svou vysokou prestiž a pro většinu rodičů zůstává škola významnou autoritou. Nejpodstatnějšími složkami rodičovského postoje ke škole jsou jejich očekávání a posléze hodnocení školních výsledků vlastního dítěte. V představách rodičů se mísí racionální a emocionální vlivy, obvykle v nestejně míře. Rodiče mnohdy vkládají do svého potomka své vlastní nesplněné sny, představy, naděje i obavy, které si se školou spojili.

Rodiče se zároveň zajímají o to, jak jejich dítě prospívá, o jeho schopnosti a dovednosti. Pokud mají dojem, že je dítě v některé oblasti opožděné, vyhledávají daleko častěji než dříve odborníky a usilují o nápravu. V předškolním období byl dětský čas vyplněn především hrou a rodiče dětem ponechávali poměrně značnou svobodu volby. S nástupem do základní školy se v mnoha případech stává uspokojení z vlastní činnosti druhořadým a větší význam je kladen na výkon. Pod tlakem společnosti bývá školní úspěch vnímán jako potvrzení kvality rodičovské péče. Školní úspěch ovlivňuje prestiž rodičovské role, dá se říci, že do určité míry ovlivňuje sebehodnocení a sebevědomí rodiče. Očekávání rodičů úzce souvisí s úrovní jejich vzdělání, sociálním postavením a vlastní zkušeností se školou.

Podle Vágnerové (1997) vyplývá představa o úspěšnosti dítěte ve škole z hodnot uznávaných rodinou odrážejících se v tzv. rodinném příběhu. V něm se objevují modely určitých typů osob, které ztělesňují přijatelné či nepřijatelné varianty. Ve vztahu ke každému dítěti se postupně vytváří určitá očekávání, která do rodinného příběhu zapadají a mají zde své místo.

Očekávání rodičů může mít i extrémní varianty:

1. akcentovaně pozitivní – ve smyslu nerealistických nadějí
2. anxiózně negativní – obava ze selhání dítěte, kterou úzkostný rodič v podstatě očekává.

V historii šel vývoj rodiny a školy vždy ruku v ruce. V posledních letech však škola vedle své tradiční vzdělávací funkce přebírá od rodiny i mnoho z funkcí výchovných, spoluformuje osobnost dítěte, připravuje jej na budoucí profesi a s tím související začlenění do určitého sociálního a kulturního prostředí.

Z výše uvedeného vyplývá, že zájem rodičů o školu v poslední době roste, rodiče věnují volbě základní školy pro své dítě značný význam. Díky snazšímu přístupu k informacím se rodiče daleko lépe orientují na školském trhu, mají jasné představy o tom, co od základní školy očekávají, a jsou při výběru vzdělávací instituce kritičtější. Možnosti výběru jsou bohatší než dříve, dítě nemusí nastoupit na tzv. spádovou školu podle místa bydliště, je na rozhodnutí rodičů, kam své dítě zapíše. Rozšiřuje se nabídka soukromých základních škol s nejrůznějším zaměřením.

Na přípravě na povinnou školní docházku se v ideálním případě podílejí rodiče spolu s mateřskou školou. Podle Průchy (1999) je spolupráce obou edukačních prostředí velmi významná.

3 Konkurenční prostředí ve vzdělávání

3.1 Trh školy

Tržně orientované myšlení je v dnešním konkurenčním světě nezbytností. Také v oblasti školství roste konkurence. Trh může vzniknout pro jakýkoli produkt, pro vše, co má hodnotu. Dnes již nelze přehlížet, že trh ve vzdělávacích službách existuje a díky změnám v oblasti ekonomiky i demografickému vývoji posledních let dokonce sílí. Téměř žádný ředitel školy si nemůže dovolit konkurenci přehlížet. Podle Světlíka (2009) si školy konkurují především v získání zdrojů potřebných pro jejich přežití a rozvoj, jedná se zejména o:

- získání žáků a studentů v žádoucím množství a kvalitě
- získání kvalitních pedagogů (absolventů vysokých škol nebo zkušených učitelů)
- získání finančních prostředků (od zřizovatele, z grantů, od sponzorů, z mezinárodních projektů EU apod.)
- získání kladné pozornosti a hodnocení veřejnosti

Trh vzdělávacích služeb můžeme chápat jako určitou oblast reality společnosti, ve které dochází k výměně činností mezi jednotlivými ekonomickými subjekty (škola, domácnost, stát) prostřednictvím směny. Standardně je škola zařazena mezi neziskové organizace poskytující službu, z toho důvodu není hlavním cílem školy dosažení určité výše zisku, ale vzdělání žáků a studentů. Tento trh je však výjimečný a má své zvláštnosti. Nabídka vzdělávacích programů a poptávka po nich, na rozdíl od trhu zboží a služeb, nefunguje zcela tržně. Důvodů je více. Mezi hlavní důvody patří nízká informovanost domácností a konec konců i státu o kvalitě a hodnotě nabízeného produktu. Dalším důvodem je nefunkčnost jednoho z rozhodujících faktorů fungování trhu, kterým je cena. Rovněž především

regionální charakter školství a omezené možnosti dopravy a ubytování limitují silnější působení tržních sil na trhu vzdělání.

Trh školy představuje na jedné straně souhrn všech institucí poskytujících vzdělání a souhrn všech existujících a potenciálních kupujících na straně druhé. Na trhu se setkává nabídka s poptávkou. Velikost trhu školy je dána poptávkou po jejích službách. Poptávka není stálá a podléhá změnám. Tyto jsou způsobeny především demografickým vývojem, politicko-právními aspekty, ekonomickou situací a sociálně kulturními faktory ve společnosti.

České školy procházejí v posledních více než deseti letech velkými změnami. To, co společnost v současnosti očekává od škol a pedagogů, podléhá radikálním změnám. Rodiče i studenti začínají klást důraz na profesionalitu výuky a kvalitní výstupy. Mění se ekonomické a sociální podmínky a posun hodnot s sebou přináší nové potřeby společnosti po vzdělávacích službách. Vedení i učitelé některých škol však ignorují existenci okolního světa, zůstávají rezistentní k jeho změnám a lpí na zaběhaných stereotypech. Jen škola, která rychle a pružně reaguje na změny v prostředí, může být konkurenceschopná.

Také nárůst počtu soukromých škol s sebou přináší zvýšení konkurenčního prostředí. Školy jsou stále více konfrontovány s požadavky na prokázání své relevance, kvality práce a odpovědnosti ke společnosti a státu.

Ačkoli v posledních letech počet dětí v předškolním a raném školním věku narůstá, viz tabulka, lze předpokládat, že dlouhodobý demografický vývoj nebude tak příznivý a během následujících let začne demografická křivka klesat.

Počty dětí v mateřských a základních školách v České republice

	stav k 30. 9. 2007	stav k 30. 9. 2008	stav k 30. 9. 2009
5leté děti v MŠ	84 683	87 927	90 320
6leté děti v MŠ	18 369	19 699	19 586
děti starší 6 let v MŠ	383	451	447
děti v 1. třídách ZŠ	92 437	93 633	94 804

Zdroj: Statistická ročenka školství 2007/8, 2008/9, 2009/10

Rozhodujícími aspekty v konkurenčním prostředí vzdělávacích institucí jsou: kvalita vzdělávacího programu a jeho výjimečnost, pověst a dobré jméno školy, kvalitní studenti a kvalitní pedagogický sbor.

Podle Druckera (1993) je klíčem ke konkurenceschopnosti pochopení způsobu, jak zákazníci hodnotí a vybírají z nabídky škol. Faktory, které ovlivňují konkurenční boj mezi školami a podle nichž může cílový trh školy posuzovat, jsou:

- náročnost studia
- kvalita kurikula a nové přístupy k výuce
- snadnost či obtížnost vstupu
- další uplatnění absolventů školy
- úroveň vybavení a informačních technologií
- typ nabízených kurzů
- vyučující a ostatní lidské zdroje
- schopnost managementu školy
- umístění školy
- finanční dostupnost školy
- pověst školy, kvalita vztahů s okolím
- hodnocení rodiny, přátel, známých atd.

V dnešní době mohou rodiče vybrat školu, která je jim blízká vzdělávacími cíly, filozofií, kulturou či složením pedagogického sboru. Vzniká tak konkurenční prostředí, ve kterém se jednotlivé školy snaží upoutat na sebe pozornost a prezentovat se jako kvalitní vzdělávací instituce.

3.2 Kvalita školy a vzdělávacího programu

Rozhodujícím faktorem, kterým se jednotlivé školy od sebe navzájem odlišují, je jejich kvalita. Kvalita školy je úzce spojena s vnitřní organizací školy a jejím způsobem řízení, standardizací obsahu vzdělávání, účinností vzdělávacích metod.

Kvalitní škola je produktem především dobrého managementu. Takového, který se nebojí měnit zaběhlé školské stereotypy a chápat školu jako subjekt, jenž se v tržním prostředí musí chovat efektivně. Škola orientovaná na své klienty a

zákazníky (žáky, studenty, rodiče, zřizovatele, stát, ale i vlastní zaměstnance), škola zvažující, zdali je její vzdělávací program kvalitní a vycházející z potřeb společnosti a pracovního trhu, dbající o to, aby tento produkt školy byl poskytován ve vysoké kvalitě a v příznivém prostředí, škola úspěšně komunikující se svými partnery a veřejností, škola požívající vysoce kladné image na veřejnosti. Taková škola volí strategii založenou na marketingovém řízení.

Kvalitní škola usiluje o to, aby měl cílový zákazník pocit, že obdržel vyšší kvalitu služeb, než očekával. Je proto nutné identifikovat přání zákazníka, co se týče kvality, a odhalit, co si zákazník pod pojmem kvalita představuje. Pojem kvalita může být jak stranou nabízející, tak stranou kupující vykládán různě. Například studijní program školy může být vypracován velmi svědomitě a z pohledu školy kvalitně, přesto jej zákazník školy nemusí tak hodnotit. V období silící konkurence mezi školami a snaze o přežití je nutné, aby se školy více zajímaly o to, jak zákazníci hodnotí jejich kvalitu.

Rozhodující kritéria kvality z pohledu zákazníka:

- přístupnost (vhodné místo, doba)
- komunikace (služba je popsána přesně a srozumitelně)
- kompetence (zaměstnanci mají požadované znalosti a dovednosti)
- zdvořilost (zaměstnanci jsou přátelští, uctívají a pozorní)
- důvěryhodnost
- spolehlivost (služby jsou vykonávány důsledně a přesně)
- vnímavost (zaměstnanci reagují rychle a dokážou předvídat)
- bezpečnost
- reálnost (provedení služby odpovídá předpokládané kvalitě)
- porozumění a znalost zákazníka (individuální přístup)

Kvalitní školou rozumíme takovou vzdělávací instituci, ve které jednoznačně dochází k většímu osobnímu rozvoji žáků, než by se dalo očekávat vzhledem k jejich úrovni na vstupu, přičemž k tomuto osobnímu rozvoji dochází v příznivém vzdělávacím prostředí, v souladu se zájmy a potřebami společnosti a ekonomicky efektivním způsobem. Za hlavní atributy efektivní školy je podle Světlíka (2009) možné považovat:

- profesionální vedení školy

- sdílení vize a akceptování cílů školy spolupracovníky
- vhodné edukativní prostředí
- evaluace kvality práce školy
- učící se škola
- otevřená škola
- vzdělávání probíhá ekonomicky efektivním způsobem

Jedním ze základních rozhodnutí, které každá vzdělávací instituce musí udělat, je rozhodnutí, jaký vzdělávací program a popřípadě jaké další služby nabídne svým studentům. Šíře a kvalita nabídky školy je jedním z důležitých faktorů pro tržní umístění školy ve vztahu ke konkurenci a pro určení zájmu zákazníků o její služby. Posuzovaná kvalita vzdělávací služby je vždy spojena s tím, kdo ji přímo poskytuje. Studenti, rodiče a ostatní partneři školy posuzují kvalitu školou poskytovaných služeb nejen z hlediska výsledku, ale i z hlediska důvěry v toho, kdo tuto službu poskytuje, tedy učitele.

Vzdělávací nabídka kvalitní školy je tvořena konkurenceschopným vzdělávacím programem. Podle Walterové (1994) má tento program, nazývaný též jako komplexní kurikulum školy, následující části:

- formální kurikulum – vzdělávací program školy – zahrnuje cíle, obsah, organizaci, prostředky vzdělávání a způsob, jakým je program realizován ve vzdělávacím procesu
- neformální kurikulum – obsahuje rozšiřující aktivity školy (výlety, exkurze, soutěže, sportovní a kulturní aktivity atd.)
- skryté kurikulum – postihuje „skryté“ stránky života školy, které ve škole vycítíme, ale jsou těžko postižitelné – klima školy, vztahy mezi učitelem a žákem, postavení a vztahy školy ve vzdělávací soustavě, síť vztahů s dalšími partnery školy, složení učitelského sboru atd.

Velmi dobře tuto problematiku shrnuje Drucker (1994): „Porovnáváme-li školy, kde se děti něco naučí, se školami, kde se nenaučí nic, nespočívá rozdíl v kvalitě výuky. Školy, v nichž se děti něco naučí, se liší od těch druhých tím, že se tam od dětí očekává, že se něco naučí.“

3.3 Marketingové řízení školy

Světlík (2009) charakterizuje marketing ve školství jako „proces řízení, jehož výsledkem je poznání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníků školy efektivním způsobem zajišťujícím zároveň splnění cílů školy.“

Manažeři škol jsou si vědomi toho, že dnes již nestačí pouze vytvořit produkt (službu, vzdělávací program) a prodávat jej (vyučovat a vychovávat), ale je důležité umět produkt také náležitě představit a dokázat s potenciálními i stávajícími zákazníky komunikovat. Zároveň nelze přehlížet konkurenci. Pro školy je důležité pokud možno co nejlépe poznat své konkurenty, odhalit jejich silné a slabé stránky, záměry a strategie. Školy proto začínají analyzovat potřeby, identifikovat příležitosti a vytvářet nabídky pro skupiny zákazníků, které konkurence nedokáže uspokojit. Takovéto jednání lze označit za marketingové jednání.

Každá škola si vybírá svůj cílový trh. Žáci, kteří splňují podmínky přijetí na určitou školu a mají zájem o studium na této škole, tvoří cílový trh školy.

Zákazníci škol jsou velmi specifičtí a jejich okruh je široký. Podle Egera a Egerové (2000) je komunikace školy směřována k cílovým spotřebitelům i celé veřejnosti. Zákazníky školy dělí do dvou kategorií:

1. vnější – rodiče, obec, Česká školní inspekce, Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, další orgány veřejné správy a samosprávy, sponzoři aj.
2. vnitřní – žáci a studenti (z určitého úhlu pohledu), učitelé a ostatní zaměstnanci, rada školy aj.

Marketingový přístup vedení školy vnáší do jejího řízení nové prvky. Škola se zaměřuje na definování poslání a cílů, provádí analýzu svých silných a slabých stránek a sestavuje dlouhodobý strategický plán, jehož cílem je efektivní využití zdrojů tak, aby vedlo k vytyčenému cíli.

Úspěšné jsou ty školy, které uplatňují marketing na všech úrovních řízení. Marketingový přístup se projevuje již ve tvorbě kurikula, ve formách a metodách výuky, v přístupu ke studentům, v jednání se zaměstnanci školy, v úrovni a otevřenosti komunikace s okolím. Spokojenost zákazníků školy potom vede

k tomu, že vyhledávají její služby, rádi a často s ní spolupracují a (to je velmi cenné) doporučují ji dále.

3.3.1 Marketing jako strategický proces

Marketing jako strategický proces má tři fáze:

1. přípravná fáze – zahrnuje informační audit a analýzu
2. realizační fáze – zde se využívá marketingového mixu
3. kontrolní fáze – analýza efektivnosti vynaložených prostředků

Situační analýza – marketingový audit – slouží ke zmapování a porozumění současné situaci, struktuře všech dostupných a relevantních informací. Snahou marketingového auditu je získat maximum informací z vnitřních i vnějších zdrojů. Pro sběr informací lze využít různých metod. Nejjednodušší a nejčastěji užívanou je SWOT analýza:

S – strengths – silné stránky (zde se zaznamenávají skutečnosti, které přinášejí výhody zákazníkům i pedagogům)

W – weaknesses – slabé stránky (věci, které škola nedělá dobře, nebo ve kterých si jiné školy vedou lépe)

O – opportunities – příležitosti (skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku, nebo mohou lépe uspokojit zákazníka a přinést škole úspěch)

T – threats – hrozby (skutečnosti, trendy, události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků)

Ve školství lze získat informace sledováním následujících ukazatelů:

- vývoj vnějšího prostředí
- informace o trhu, zahrnující potenciální zákazníky, současné, konkurenty, nové potřeby
- rozsah různých opatření (zákony, vyhlášky ...)
- schopnosti školy nabídnout tyto služby

Pro zjištění velikosti trhu, určení segmentu svých zákazníků a zjištění své pozice na trhu využívá firma tzv. marketingový mix, který zahrnuje všechny aktivity, které firma vyvíjí, aby vzbudila poptávku po určitém výrobku či službě a lépe uspokojila přání a potřeby svých klientů. Pro školské účely charakterizujeme

marketingový mix jako soubor kontrolovaných marketingových proměnných, připravených k tomu, aby byl vzdělávací program co nejbližší potřebám cílového trhu, a skládá se ze všeho, čím může škola ovlivnit poptávku po nabídce svého vzdělávacího programu. Klasická podoba marketingového mixu je tvořena čtyřmi prvky, jsou označovány jako „4P“:

1. Product - produkt
2. Place - distribuce, umístění
3. Price – cena
4. Promotion - komunikace

V oblasti školství může být sestaven z více prvků:

1. Product – vzdělávací program školy a další rozšiřující nabídky, jeho kvalita a výjimečnost, jeho komplexnost
 2. Place – distribuce, místo – umístění školy a její dostupnost, distribuce vzdělávacího programu
 3. Price – cena poskytované služby
 4. Promotion – marketingová komunikace, Public Relations, publicita – atraktivita vzdělávacího programu a samotné školy, image školy
 5. People – lidé – kvalita lidí
- a další.

Světlík (2009) uvádí, že se použití nástrojů marketingového mixu zaměřuje především na:

- přizpůsobení studijní nabídky školy potřebám studentů
- poskytování studijní nabídky v ceně odpovídající výši její vnímané hodnoty
- přiměřenou studijní zátěž kladenou na studenty (stará pedagogická zkušenost říká, že nároky na studenty by měly být mírně nepřiměřené)
- dodání vzdělávacích služeb školy ve správném místě a v dobrém edukačním prostředí
- podporu služeb školy vhodnými nástroji propagačního mixu
- zvyšování odborné úrovně, účinnou motivaci pracovníků, zlepšování vnitřního klimatu školy a kultivace její kultury prostřednictvím vnitřního personálního marketingu.

Každá škola si potřebuje vytvořit takový marketingový mix, který jí umožní posílit své konkurenční postavení na trhu, přičemž musí brát v úvahu souvislosti mixu s výdaji, které si může dovolit.

3.3.2 Rozhodovací proces zákazníka školy

Bez zákazníka nemá výroba produktu nebo služby smysl. Taktéž školy bez žáků a studentů ztrácí smysl. Je nutné, aby si všichni zaměstnanci školy byli vědomi toho, že finanční prostředky na jejich mzdy jsou poskytovány zákazníky. Škola, která nemá dostatečný počet studentů k tomu, aby se užívala, nemá opodstatnění další činnosti. Úspěch provozu školy je závislý na neustálém pozorování chování pravděpodobných i současných zákazníků, odhalování jejich přání a potřeb, zvyklostí a samozřejmě jejich uspokojování. Je to však velmi složitý proces, neboť chování zákazníka je faktorem velmi proměnlivým.

Rozhodnutí o tom, kterou školu bude žák navštěvovat, může být ovlivněno:

- vztahy v rodině
- náboženstvím
- zvyky
- kulturou

Zákazníkově rozhodování o výběru školy má poněkud jiný průběh, než rozhodování jednotlivce o nákupu určitého výrobku či služby. Každá vzdělávací instituce by měla znát vlivy, které působí na rozhodovací proces jejich zákazníků. Je třeba si také položit otázku, proč si někteří zákazníci naši školu nevybrali. Poznat tyto vlivy můžeme prostřednictvím dotazování.

Rozhodovací proces má několik hledisek:

Marketing – produkt, cena, místo a distribuce, balík služeb, program, lidé...

Prostředí – ekonomické, sociálně-kulturní, politicko-právní

Vlastnosti kupujícího – kulturní, sociální, osobní apod.

3.3.3 Marketingová komunikace

Úkolem marketingu není pouze produkt vytvořit podle potřeb a přání zákazníků, ale umět jej také náležitě představit, umět se současnými i potencionálními zákazníky komunikovat. Marketingová komunikace je jednou z nejvýznamnějších a nejvíce viditelných oblastí marketingu. Cílem marketingové komunikace je učinit určitý výrobek nebo službu přitažlivými pro cílovou skupinu zákazníků, tedy informovat, přesvědčovat a připomínat.

Škola potřebuje informovat své stávající i potenciální zákazníky a partnery o své existenci, cílech, aktivitách, nabídce, a vyvolat zájem.

Marketingová komunikace – např. model AIDA – má tyto fáze:

Awareness - upoutat pozornost

Interest - vzbudit zájem

Desire - vyvolat přání či touhu

Action - dosažení akce

Marketingová komunikace bývá často zužována pouze na reklamu, mezi její další nástroje řadíme podporu prodeje, Public Relations, přímý marketing nebo osobní prodej.

Reklama má který má primárně za úkol informovat zákazníka o existenci produktu či služby a sekundárně vzbudit v zákazníkovi zájem.

Zřejmě nejvýznamnější zastoupení má v komunikaci se zákazníky Public Relations (PR), neboli vztahy s veřejností. Sem řadíme komunikaci s novináři, zákazníky, partnery, investory, zaměstnanci i širší veřejností. V našich podmínkách to znamená vydávání tiskových zpráv, poskytování rozhovorů, účast na veletrzích a výstavách apod. Cílem těchto aktivit je zajistit, aby se o příslušné společnosti či produktu psalo či mluvilo v médiích.

Velice důležitou součástí marketingové komunikace jsou také marketingové materiály. Jsou to především webové stránky, tištěné nebo elektronické materiály souhrnně popisující firmu či konkrétní produkt či službu, firemní časopisy, souhrnné tištěné prezentační materiály jako katalogy, edukativní materiály, výroční zprávy apod. Na rozdíl od reklamy by však marketingové materiály měly působit maximálně důvěryhodně a objektivně.

Mezi marketingové materiály se řadí i tzv. PR články. PR článek bývá v médiích označen slovy jako inzerce nebo reklama, ale navenek vypadá jako běžný článek, který napsala sama redakce. Vedle samostatných PR článků se také využívají tzv. komerční přílohy, které jsou seskupeny ve formě samostatné novinové či časopisové přílohy.

Další možnou formou marketingové komunikace jsou marketingové akce. Jedná se o nejrůznější semináře, workshopy, konference, dny otevřených dveří apod. pořádané pro stávající a potenciální zákazníky, které mají za úkol představit samotnou firmu nebo podpořit prodej konkrétního produktu či služby. Marketingové akce mívají obvykle svou formální a neformální část. Formální část zahrnuje přednášky či představení novinky, neformální část je spíše společenskou záležitostí.

V posledních letech se stále více rozmáhá také online marketingová komunikace se zákazníky. Do ní řadíme například online diskuse se zákazníky, blogy nebo sociální sítě (firmy využívají pro komunikaci se zákazníky facebook, twitter apod.).

4 Lidské zdroje

Služby jsou poskytovány převážně lidmi. Ti mají určitou pracovní kapacitu, kvalifikaci, různé osobní vlastnosti. Lidský faktor významně ovlivňuje spokojenost zákazníka s poskytovanou službou.

Úkolem vedení školy je vyhledat a vybrat vhodné pracovníky, pečovat o jejich osobní rozvoj, vhodně je motivovat, odměňovat, postarat se o to, aby se jim dostalo odpovídajícího uznání za jejich práci.

Důležitost učitelů a dalších zaměstnanců školy spočívá v tom, že se podílejí na tvorbě služeb a jejich kvalitě, které jsou nabízeny zákazníkům, jimiž jsou bezprostředně žáci a studenti. Učitelé a zaměstnanci školy by měli být vedením školy utvrzováni v tom, že jsou konečnými články v nabídce produktu a mají přímý vliv na jejich kvalitu.

Kvalitu konkrétní školy představuje pedagogický sbor, kvalitu konkrétního předmětu příslušný pedagog, který předmět vyučuje. Na úrovni kvality školy se

podílejí i samotní žáci. To v souhrnu znamená, že kvalitu vytvářejí lidé. K tomu potřebují vhodné pracovní prostředí, pracovat v podmínkách, které jim umožňují dělat jejich práci dobře. Potřebují podporu a uznání jejich úspěchů a výsledků. Základním nástrojem aktivace lidí, jak žáků, tak i učitelů, je jejich motivace. Proto je nutné motivovat učitele i žáky.

4.1 Motivace

Podle Armstronga (1999) k motivaci dochází, když lidé očekávají, že určitá akce pravděpodobně povede k dosažení nějakého cíle a ceněné odměny – takové, která uspokojuje jejich individuální potřeby. Dobře motivovaní lidé jsou lidé s jasně definovanými cíli, kteří podnikají kroky, od nichž očekávají, že povedou k dosažení těchto cílů. Efektivně pracují, protože mají silně vyvinutý pocit povinnosti, jsou si vědomi toho, že jejich úsilí slouží jak k uspokojení potřeb organizace, tak jejich vlastním zájmům.

Motivaci členíme na vnější a vnitřní. V prvním případě jsou lidé motivováni zvnějšku, svými nadřízenými, prostřednictvím takových nástrojů jako je odměna, např. zvýšení platu, povýšení, pochvala apod., nebo trest, např. odepření finanční odměny, kritika apod. V případě vnitřní motivace lidé motivují sami sebe tím, že vyhledávají práci, která uspokojuje jejich potřeby a přináší jim radost. Vnitřními motivátory mohou být odpovědnost, svoboda rozhodování, příležitost využívat a rozvíjet vlastní dovednosti a schopnosti, zajímavá a podnětná práce a příležitost k dalšímu růstu. Nemá však smysl si zastírat, že v praxi se vedoucí pracovník setkává i s méně ušlechtilými vnitřními motivátory, kterými jsou např. touha po změně sociálního statutu, touha ovládat jiné, ekonomická favorizace apod. Při správném vedení mohou být i takto motivovaní zaměstnanci platnými členy fungujícího týmu.

Praxe ukazuje, že vnější motivátory (stimuly) mívají zpravidla bezprostřední účinek, ale nepůsobí vždy dlouhodobě, naopak vnitřní motivátory mají hlubší a dlouhodobější účinek, protože vycházejí z hierarchie hodnot a přání každého jednotlivce a nejsou mu přidělené zvnějšku.

Tradičním vnějším stimulem jsou peníze, které bývají manažery i ekonomy odborníky zařazovány na čelní místo žebříčků. Jiný názor mají však psychologové, kteří zdůrazňují, že peníze stimulují různé typy zaměstnanců v různých situacích odlišně. Je třeba proto si uvědomit, že existují i jiné formy motivace, které mohou být daleko účinnější. Toto úzce souvisí s hierarchií hodnot každého člověka.

5 Spolupráce a její přínos

Spolupráce je významným vztahem ve všech oblastech lidské činnosti. Je principem, ale také nástrojem při dosahování společných cílů. Umožňuje snadněji a účinněji dosáhnout potřebných výsledků, v řadě případů není dokonce možné k cíli bez spolupráce vůbec dojít.

Spolupráce je pojem, který definují různé vědní disciplíny různě. Například podle Kolajové (2006) jde o „systematickou integraci úsilí jedinců při dosahování společného cíle“ a „je spojením dvou faktorů: na jedné straně stojí faktor součinnosti (členové týmu současně pracují na společném úkolu a sdílejí odpovědnost za výsledek) a na druhé straně faktor koordinace, který spočívá ve společné odpovědnosti za úkol, který je plněn postupně, některé subjekty vykonají první část úkolu, pak mohou pracovat další a ti opět předávají práci ostatním.“

Búšik (2005) uvádí, že spolupráce je především horizontálním vztahem dvou nebo více subjektů, kterými mohou být jednotlivci nebo společenské skupiny, hospodářské, kulturní nebo politické organizace, instituce veřejné správy. Mezi její atributy patří především dobrovolnost, zaměření na cíl, vzájemná důvěra a respekt, zodpovědnost, korektnost a vzájemná výhodnost. Účelem spolupráce podle něj bývá vytvoření podmínek k aktivitám, které by subjekty nemohly vykonávat samostatně.

Spolupráce je jednou z metod řízení a pro zúčastněné strany má významné ekonomické i neekonomické přínosy. První výhodou efektivní spolupráce je využití znalostí, přenos zkušeností, výměna know-how, vzájemné obohacení a transfer tzv. best-practices. Další výhodou je dělení nákladů a kapacitních nároků, neboť není třeba budovat vlastní kapacity v celém rozsahu, náklady na ně jsou

diferencovány. Zároveň je možné pracovat s daleko větší variabilitou kvalifikovaných sil.

Od spolupráce se očekává, že partneři budou vzájemně respektovat své názory, že si rozloží odpovědnosti, že budou participovat na přípravě a realizaci společných záměrů, že budou dodržovat dohodnutá pravidla a časová a věcná rozhodnutí. Podstatnou otázkou fungování spolupráce je zvládnutí konfliktů mezi partnery, dále fungující informační kanály, transparentnost, tolerantnost a koordinování aktivit a procesů.

Spolupráce se v praxi ukazuje jako ekonomicky výhodnější, podstatně rychlejší způsob dosažení cíle, než zajišťovat tytéž úkoly s využitím pouze vlastních sil a prostředků. Hospodaření se znalostmi se stává hlavní konkurenční výhodou. Úspěšná spolupráce vede ke značnému zvyšování konkurenceschopnosti.

EMPIRICKÁ ČÁST

V empirické části mé závěrečné bakalářské práce jsem se zabývala jednak průzkumem ve vybraných devíti základních a třech mateřských školách na území České republiky, nadpoloviční většinou v Praze a ve Středočeském kraji, jednak průzkumem založeném na očekávání a zkušenostech rodičů budoucích či čerstvých prvňáků.

Východiskem k první části byly kapitoly 2 a 3 a má vlastní zkušenost se spoluprací naší základní školy s několika mateřskými školami. Pro druhou část průzkumu byl podnětem zájem o názory rodičů, které mohou výrazně ovlivnit směřování aktivity škol ke vzájemné spolupráci.

1 Konkrétní formy spolupráce základních a mateřských škol

1.1 Cíl a organizace průzkumného šetření

Spolupráce základních a mateřských škol není v žádné formě nijak předepsána, dána zákonem či jinými orgány doporučována. Je to aktivita založená čistě na dobrovolnosti a kreativitě ředitelů jednotlivých škol. Obsah spolupráce školy přizpůsobují svým cílům a požadavkům. Zároveň si v dnešní době rodiče dětí mohou vybrat školu podle svých preferencí, školu, která je jim blízká svým vzdělávacím programem, složením pedagogického sboru nebo svou filozofií. Již není nutné hlásit děti k povinné školní docházce do spádové školy podle místa bydliště. Školám se tak otvírá konkurenční prostředí, získávají tak možnost se odlišit od konkurence a oslovit a najít nové klienty, tedy rodiče a žáky.

Předmětem průzkumu se staly konkrétní cesty spolupráce jednotlivých mateřských a základních škol, přičemž pozornost byla směřována především k formě, obsahu, personálního zabezpečení a časové a finanční náročnosti spolupráce.

Za účelem průzkumu jsem kontaktovala sedmnáct základních a mateřských škol. Při jejich výběru jsem vycházela z informací, které zveřejňují na svých webových stránkách a z doporučení rodičů dětí z mého okolí nebo internetových

diskusí. Záměrně jsem volila školy s různými zřizovateli, mezi oslovenými byly školy státní, soukromé i církevní, vedle pražských škol jsem se obrátila také na školy sídlící v menších městech i v malých obcích. Téměř všechny oslovené školy reagovaly na mou prosbu vstřícně, některé mi dokonce umožnily zúčastnit se nabízených aktivit v rámci vzájemné spolupráce, ve čtyřech případech jsem byla zdvořile odmítnuta s vysvětlením, že spolupráce avizovaná na webových stránkách již není aktivní nebo se vedení školy nemělo zájem o své zkušenosti podělit.

1.2. Metody průzkumného šetření

Pro účely tohoto průzkumu byla vybrána metoda rozhovoru.

1.2.1 Rozhovor

„Rozhovor je v sociálních vědách nejužívanější výzkumná a diagnostická technika, která spočívá v dotazování a výměně informací a dělí se dle různých hledisek.“ (Hartl, Hartlová, 2010).

Podle Skalkové (1983) je rozhovor typický přímou sociální interakcí a použitím verbální komunikace. Jde o přímé setkání tazatele a respondenta. Rozhovor je pružný a kdykoli se může přizpůsobit dané situaci. Odpovědi respondenta se dají hlouběji vysvětlit a rozvést a jsou objektivnější, pravdivější a širší. Mezi tazatelem a respondentem musí být dodržen určitý odstup, aby výpovědi nebyly ovlivněny vzájemným osobním vztahem. Otázky, které se vztahují k cíli zkoumání, klademe doprostřed rozhovoru.

Rozhovor dělíme podle různých hledisek. Podle počtu zúčastněných osob na individuální a skupinové. V mém případě se vždy jednalo o rozhovory individuální.

Podle struktury dělíme rozhovor na:

1. standardizovaný (strukturovaný) – typické pro tuto formu rozhovoru je, že znění i sled otázek je předem určeno. Jeho výhodou je snadná zpracovatelnost, hloubka poznání se však zmenšuje. Využívá se tehdy, kdy se tazatel zaměřuje jen

na určitou jemu předem známou problematiku či její hledisko, výsledky jsou dobře srovnatelné a lze je využít k ověřování hypotéz.

2. nestandardizovaný (nestrukturovaný) – otevřený, volný, nedržící se předem daného schématu, tazatel má připravené otázky v hrubých rysech, jejich znění se může měnit podle aktuální situace. Zpracování je náročnější. Nejčastěji se používá v případech, kdy se tazatel s danou problematikou teprve seznamuje, má za cíl vyjasnit si téma a získat první hypotézy.

Ve svém průzkumu jsem volila kombinaci obou přístupů (jednalo se o rozhovor polostrukturovaný, tedy polostandardizovaný). Otázky jsem měla předem připraveny, ale v průběhu rozhovoru jsem podle aktuální situace měnila jejich pořadí, některé doplnila, případně zpřesnila. Otázky mohou být otevřené či uzavřené, až na několik výjimek jsem většinou kladla otázky otevřené. Během rozhovoru jsem si dělala poznámky do připraveného záznamového archu. Pro upřesnění některých nesrovnalostí nebo doplnění neúplných informací jsem se v několika případech spojila s respondenty ještě následně telefonicky nebo prostřednictvím e-mailové korespondence.

1.3 Výsledky průzkumu a jejich diskuse

1.3.1 Spolupráce a její cíle

Výsledky rozhovoru:

Všech dvanáct oslovených škol spolupracuje s jednou základní, resp. mateřskou školou, případně s více školami, většinou volí školu v sousedství nebo blízkém okolí. Jako důvod uvádějí školy skutečnost, že většina rodičů volí pro své děti možnost navázat na další vzdělávání ve známém prostředí, v blízkosti bydliště, ve dvou případech je důvodem návaznost učebních programů, konkrétně pokračování ve výuce cizího jazyka. Pouze v případě církevní školy není akcentována místní dosažitelnost, zde jsou motivy výběru dány jinými faktory, filozofií školy, specifickým vzdělávacím programem apod. Ve třech případech vzešla iniciativa ze strany mateřské školy, v ostatních se pro spolupráci rozhodlo vedení obou stran na základě poptávky rodičů.

Devět škol uvádí jako cíl spolupráce umožnit předškolákům seznámit se s prostředím školy, zprostředkovat jim pokud možno plynulou návaznost předškolního a školního vzdělání a ulehčit jim adaptační proces. Pět z těchto škol vidí jako další cíl navázání a prohlubování kontaktů s rodinou a předání důležitých informací. Tři ze škol uvádějí jako další cíl představit a prezentovat se rodičům jako budoucím potenciálním klientům.

Pouze jedna škola si klade za cíl seznámit se se svými budoucími žáky a využít spolupráce a aktivit v jejím rámci k vytipování šikovných uchazečů o studium.

1.3.2 Konkrétní formy spolupráce

Výsledky rozhovoru:

Čtyři školy uvádějí, že pro každý školní rok zpracovávají plán spolupráce. Dá se však předpokládat, že ostatní školy s ním pracují rovněž, i když jej výslovně nezmiňují, neboť mnohé z nich od počátku počítají se zapojením svých pracovníků do aktivit, s jejich participací na projektech spolupráce je již předem počítáno v pracovních úvazcích apod.

Ačkoli, až na jedinou výjimku, to není výslovně zmíněno, dělí školy spolupráci a aktivity s ní spojené na metodické a společenské, formální či neformální setkávání dětí a rodičů.

Jedenáct škol zařazuje do spolupráce aktivity z oblasti metodické. Konkrétně se jedná o návštěvy předškoláků v 1. třídách ZŠ, při této příležitosti se mohou děti zapojit přímo do vyučovacího procesu, seznámit se s průběhem školního dne, prostorami školy, pozdravit své o rok starší kamarády, kteří jsou již školáky, ti jim ukáží, co se již ve škole naučili, často je provedou školou a zavedou je do tělocvičny, školní jídelny či družiny. Děti se také účastní některé z odpoledních mimoškolních aktivit.

Ve dvou případech organizují základní školy návštěvu čerstvých prvňáků v předškolních ročnících mateřských škol, ti ukáží svým mladším kamarádům školní tašku, učebnice a sešity a vypráví jim, čím se ve škole zabývají.

Sedm škol nabízí předškolní přípravu v nejrůznějších podobách, ať už formou edukativně stimulačních skupin a kroužků nebo jako ucelený formalizovaný cyklus. Zajímavé je, že tři ze čtyř škol, které pořádají cyklus předškolní přípravy, jej shodně nazývají „Škola nanečisto“, v jednom případě nese název „Škola na zkoušku“. Předškolní příprava probíhá formou pravidelných setkání v délce 30 až 90 minut, většinou jednou týdně, případně jednou měsíčně, vždy v odpoledních hodinách. Dvě školy začínají s kurzy v říjnu, resp. listopadu a trvají do června příslušného školního roku, jedna škola organizuje kurzy jen v období před zápisem, od září do ledna, další škola začíná s kurzy v lednu a končí v červnu, dvě školy nechávají přípravku až na konec školního roku, probíhají od dubna, resp. května do června.

Náplní kurzů předškolní přípravy je zaměřena na rozvoj a posilování znalostí a dovedností související se školní zralostí a připraveností budoucích prvňáků. Jejich cílem je zajistit rovnoměrný vývoj dětí a jejich úspěšný vstup do školy.

Kurzy předškolní přípravy provozují školy zdarma, pouze jedna škola si za cyklus 15 lekcí účtuje poplatek ve výši 700 Kč.

Tři školy nabízejí v době, kdy se děti věnují předškolní přípravě v kurzech, individuální konzultace pro rodiče. Při této příležitosti informují rodiče o případných zjištěných nedostatcích a možnostech jejich nápravy.

Sedm základních škol organizuje speciální schůzky pro rodiče předškoláků, v jejichž rámci se prezentují se svými vzdělávacími programy, nabídkou kroužků a odpoledních aktivit, zvou rodiče na dny otevřených dveří, v jednom případě dokonce na návštěvu výuky. Vedení základních škol dále seznamuje rodiče s průběhem zápisu a požadavky pro přijetí do ZŠ. Jedna škola pro rodiče připravuje cyklus přednášek na vybraná témata, která souvisejí s přestupem do základní školy, školní zralostí apod.

Šest škol zařazuje do spolupráce aktivity z oblasti neformálních setkání, ať už na poli společenském nebo sportovním. K nim patří příprava a společné vystupování na nejrůznějších oslavách a besídkách, mikulášské, vánoční, velikonoční, u příležitosti Dne matek nebo Mezinárodního dne dětí, školní akademie. Školy pořádají společné výtvarné dílny, trhy a jarmarky, vernisáže,

projektové dny, sportovní odpoledne a jiné sportovní akce, ve dvou případech i za aktivní účasti rodičů.

Jedna škola zmiňuje osvědčenou a úspěšnou formu spolupráce, do níž se zapojují také starší žáci, patří sem organizace čtenářských dílen, při nichž se setkávají předškoláci se žáky 2. stupně ZŠ, spolu s pedagogy se podílejí na přípravě didaktických her, soutěží a pracovních listů. Tato praxe se škole osvědčuje jako efektivní prevence možné šikany, neboť slouží k navazování trvalých vztahů mezi spolužáky různých věkových skupin.

V jednom případě je akcentován přínos spolupráce také pro učitele mateřských i základních škol, vzájemně si mohou předat informace o budoucích prvňácích a naopak získat zpětnou vazbu o tom, jak se bývalí předškoláci adaptují na nové prostředí v základní škole.

1.3.3 Hodnocení spolupráce, její přínosy a překážky

Výsledky rozhovoru:

Všech dvanáct škol hodnotí spolupráci jako smysluplnou a úspěšnou. Čtyři z nich pozorují nárůst zájmu o nabízené akce ze strany rodičů, dvě základní školy potom ze strany dalších mateřských škol. Tři školy považují nabízenou spolupráci za svou marketingovou výhodu s možností se nestandardně prezentovat svým potenciálním klientům.

Školy sídlící v menších obcích uvádějí, že se díky akcím, které v rámci vzájemné spolupráce pořádají, podílejí na spoluutváření pospolitě atmosféry v obci.

Dvě školy kladně hodnotí významnou podporu od svých zřizovatelů, finanční i organizační.

Na straně překážek uvádějí dvě školy klesající zájem pedagogů se na společných akcích, v čase po pracovní době, nad svůj úvazek, podílet. Vedení těchto škol se začalo intenzivně zabývat možnostmi zvyšování motivace svých pracovníků.

Jedna škola zmiňuje, že se každoročně potýká s nedostatkem finančních prostředků především pro realizaci větších společenských akcí (velikonoční trhy,

společná vystoupení apod.), zatím se jí daří získávat potřebné finanční zdroje díky sponzorským darům.

1.3.4 Zabezpečení spolupráce

Výsledky rozhovoru:

Prostory – všechny školy shodně uvádějí, že většinu společných akcí pořádají v prostorách zúčastněných mateřských a základních škol, v učebnách, školní družině, školním klubu, jídelně, tělocvičně, na hřišti. S využitím těchto prostor školám nevznikají žádné další náklady. Dvě školy mají k dispozici prostory zřizovatele, na základě vzájemné dohody jsou jim poskytnuty zdarma. V jednom případě školy využívají obecních prostor, jelikož se na pořádání některých aktivit s obecním zastupitelstvem spolupodílejí, je součástí vzájemné domluvy bezplatné využití těchto prostor.

Lidské zdroje - personálně jsou tyto aktivity zabezpečovány především pedagogy mateřských a základních škol, vychovatelkami školní družiny, schůzek s rodiči se zúčastňují ředitelé škol, v jednom případě pracovnice zodpovědná za nábor dětí a studentů. Na testování dětí a kurzech předškolní přípravy se ve třech školách podílejí také speciální pedagožky a externí psycholožka z pedagogicko-psychologické poradny. Většina škol zmiňuje také aktivní účast rodičů na pořádaných společenských a sportovních akcích, jedna spoluprací s místním mateřským centrem.

Jednotlivé školy řeší otázku personálního zabezpečení rozdílně. V sedmi školách jsou povinnosti spojené s realizací společných aktivit součástí pracovního úvazku učitelů a pracovníků škol. Například v jedné základní škole mají učitelé ve svých úvazcích zahrnuto vedení jednoho odpoledního zájmového kroužku, předškolní příprava je právě jedním z těchto kroužků. Školám tím proto nevznikají žádné další náklady. V pěti školách tomu tak není, zúčastnění pracovníci jsou za práci navíc odměňováni následujícími způsoby: formou čerpání náhradního volna za vzniklé přesčasy, ředitelka jedné školy však vnímá tento způsob odměny za nedostatečný a chystá se jej pro příští období řešit jinou cestou; formou účasti na

dalším vzdělávání, kurzech a školeních, které pracovníkům stoprocentně uhradí škola; v případě, kdy jsou kurzy předškolní přípravy účastníky placené, jedná se o vedlejší hospodářskou činnost školy, je čas strávený přípravou a realizací těchto kurzů učitelům zaplacen, po dohodě se zřizovatelem na základě dohody o provedení práce; v jednom případě oceňuje vedení školy zúčastněné pracovníky formou odměn, toto je možné díky sponzorským darům, které škola na spolupráci každoročně získává.

1.3.5 Informovanost rodičů a veřejnosti

Výsledky rozhovoru:

Jedenáct škol shodně uvádí, že o spolupráci informují na svých webových stránkách. Čtyři školy inzerují v lokálním tisku. Tři školy uvádějí, že jako neúčinnější a neefektivnější forma inzerce se osvědčuje doporučení rodičů stávajících prvňáků, kteří školní aktivity se svými dětmi v uplynulých letech absolvovali a byli s nimi spokojeni.

Tři školy inzerují na nástěnkách ve svých prostorách, dvě na obecní nástěnce. Jedna také na webových stránkách obce. Tři mateřské školy představují spolupráci se základními školami na svých třídních schůzkách, při setkání s rodiči a na dnech otevřených dveří.

Jedna základní škola sama svou spolupráci s mateřskými školami zvlášť neprezentuje, inzerci zprostředkovávají spolupracující mateřské školy.

2 Kriteria výběru základní školy

2.1 Cíl a organizace průzkumného šetření

V teoretické části bakalářské práce jsou popisována specifika trhu školy, aspekty, které jsou v prostředí vzdělávacích institucí rozhodující. Klíčem ke konkurenceschopnosti je pochopení způsobu, jak zákazníci hodnotí a vybírají z nabídky škol. Druhá část výzkumného šetření se proto zabývá zjišťováním

faktorů, jimiž se zákazníci, rodiče dětí, při výběru konkrétní školy řídí a která jsou pro ně rozhodující.

2.2 Metody průzkumného šetření

Pro účely tohoto průzkumu byla vybrána metoda dotazníku.

2.2.1 Dotazník

Výhodou dotazníku je možnost oslovit větší počet respondentů a získat tak v poměrně krátké době velké množství výpovědí, dále jeho snadná administrace a zpracování a vyhodnocení získaných dat.

Respondenti mohou při vyplňování dotazníku více zvažovat své odpovědi, nejsou pod tlakem nutnosti okamžité odpovědi jako je tomu například při aplikaci metody rozhovoru.

Dotazníkovou metodou můžeme zjišťovat tvrdá fakta (pohlaví, povolání, věk respondentů) nebo měkká fakta (názory, postoje, hodnotový systém, potřeby apod.).

Otázky v dotazníku mohou být:

1. uzavřené – nabízejí respondentům volbu mezi dvěma či více odpověďmi, např. formou ano – ne – nevím; jejich výhodou je jednotná měřitelnost i snadná zpracovatelnost výsledků, nevýhodou je určitá povrchnost, neboť bez dalších doplňujících otázek se tazatel nedostane pod povrch odpovědí
2. otevřené – kladou na odpovědi daleko méně omezení, mohou poukázat na vztahy a souvislosti, otázky bývají pružné a nabízejí možnost prohlubování, jejich nevýhodou je komplikovanější zpracování výsledků
3. škálové – nabízejí posuzovací škálu, jinak řečeno hodnotící stupnici, rating scale; slouží k záznamu jednotlivých vlastností posuzovaného předmětu, zajišťují určitou míru objektivitu a umožňují kvantitativní zachycení zkoumaného jevu

Významným hlediskem pro zajištění kvalitního dotazníkového šetření je zajištění reprezentativnosti výběru dotazovaných osob. Jedná se o to, aby mezi dotazovanými byly ve správném poměru zastoupeny všechny důležité skupiny

obyvatelstva, např. ženy i muži, různých věkových kategorií, z větších měst i menších obcí, lidé různých politických názorů a přesvědčení apod. Respondenti jsou vybíráni buď náhodně na základě teorie pravděpodobnosti, nebo tzv. kvótním výběrem, při němž tazatelé cíleně vyhledávají určité skupiny osob tak, aby konečná skupina dotazovaných představovala co nejvěrnější vzorek celé populace.

Pro účely průzkumného setření byl vypracován dotazník se škálovými otázkami, který byl ověřen dvěma řediteli pražských základních škol a pracovníkem oddělení marketingu jedné významné nadnárodní společnosti. Smyslem ověření bylo odhalit případné nejasnosti v zadání dotazníku a ve formulaci otázek. Upravené dotazníky byly rozdány náhodně vybraným respondentům, rodičům budoucích nebo současných prvňáků, v Praze a ve Středočeském kraji. Bylo distribuováno celkem padesát dotazníků, zpět se navrátilo čtyřicet šest vyplněných, návratnost je devadesát dva procent. Výsledky a závěry průzkumného řešení vychází tedy ze čtyřiceti šesti vyplněných dotazníků.

Dotazník se skládá ze dvou částí. V první části jsou respondenti žádáni seřadit jedenáct kritérií pro výběr základní školy pro své dítě podle svých preferencí. Ve druhé části zjišťujeme zdroje informací, odkud se rodiče dozvídají o nabídce základních škol. V obou částech je prostor pro doplnění dalších kritérií i zdrojů informací.

Dotazník je součástí příloh této bakalářské práce.

2.3 Výsledky průzkumu a jejich diskuse

2.3.1 Kritéria pro výběr základní školy

V dotazníku bylo uvedeno následujících jedenáct kritérií pro výběr základní školy:

- vzdálenost od místa bydliště
- nabízené kroužky a mimoškolní aktivity, kvalita a provozní doba družiny
- školní vzdělávací program – koncepce vzdělání, speciální programy
- doporučení známých nebo příbuzných
- pro školu se rozhodli také kamarádi syna/dcery

- kvalita pedagogického sboru, konkrétní učitel/ka
- výuka cizích jazyků – ve větší míře nebo se s ní začíná dříve
- přítomnost a kvalita školní jídelny
- systém hodnocení – známkování nebo slovní hodnocení
- známe ZŠ díky společným akcím s naší MŠ
- velikost školy, počet dětí ve třídě

Respondenti rozdělili své preference (celkem 3036 možných hlasů) následovně:

pořadí	počet hlasů	kriteria
6.	264	vzdálenost od místa bydliště
7.	172	nabízené kroužky a mimoškolní aktivity, kvalita a provozní doba družiny
1.	596	školní vzdělávací program – koncepce vzdělání, speciální programy
9.	101	doporučení známých nebo příbuzných
10.	93	pro školu se rozhodli také kamarádi syna/dcery
2.	501	kvalita pedagogického sboru, konkrétní učitel/ka
5.	301	výuka cizích jazyků – ve větší míře nebo se s ní začíná dříve
11.	61	přítomnost a kvalita školní jídelny
8.	112	systém hodnocení – známkování nebo slovní hodnocení
4.	375	známe ZŠ díky společným akcím s naší MŠ
3.	460	velikost školy, počet dětí ve třídě

Nejvýznamnějším kritériem pro výběr základní školy je podle většiny oslovených respondentů kvalita vzdělávacího programu školy, koncepce vzdělání, případné speciální programy, které škola nabízí. Druhým podstatným rozhodovacím kritériem je pro rodiče kvalita pedagogického sboru školy nebo znalost konkrétní učitelky, která bude jejich dítě vzdělávat a především v úvodních letech školní docházky také významně ovlivňovat jeho postoje, hodnotová měřítko,

návyky. Na třetím místě je uvedena velikost školy a počet dětí ve třídě. Ačkoli to není v dotazníku výslovně zmíněno, dá se předpokládat, že rodiče upřednostňují menší školy s rodinnou atmosférou a odpovídajícím počtem žáků ve třídě, který by neměl být příliš vysoký, aby učitelům umožňoval individuální přístup k dětem, zároveň by měl být dostatečný pro možnost navazování sociálních vazeb dětí. V pořadí čtvrtým kritériem je uvedena znalost základní školy díky její spolupráci s mateřskou školou, kterou dítě předtím navštěvovalo. U tohoto kritéria se často objevovala poznámka, že jej nelze oddělovat od prvních tří, neboť bez znalosti základní školy by rodiče získávali informace o jejím vzdělávacím programu, pedagogickém sboru a velikosti méně snadno nebo by se k těmto informacím nedostali vůbec. Páté kritérium – výuka cizích jazyků – souvisí se vzdělávacím programem školy. Na šestém místě figuruje pragmatické hledisko – vzdálenost školy od místa bydliště. Také sedmé a osmé kritérium – mimoškolní aktivity, družina a systém hodnocení – má spojitost se vzdělávacím programem školy a jeho kvalitou. V poslední třetině tabulky se objevují kritéria jako doporučení známých a příbuzných a skutečnost, že se pro vybranou školu rozhodli kamarádi dítěte. Téměř všichni respondenti uvedli na poslední místo existenci školní jídelny a její kvalitu.

K předem daným kritériím respondenti doplnili další – jméno a pověst školy, finanční dostupnost, atmosféra a prostředí školy, kvalita vedení školy, úroveň vybavení školy (počítačová technika, interaktivní tabule, vybavení tělocvičny a sportovního zázemí), náročnost studia, další uplatnění absolventů školy.

Jednotlivá kritéria jsou přehledně uvedena v tabulce na straně 41.

2.3.2 Zdroje informací o základní škole

V dotazníku bylo uvedeno následujících pět zdrojů informací o základní škole:

- doporučení známých nebo příbuzných
- webové stránky školy
- dny otevřených dveří školy
- doporučení pedagogicko-psychologické poradny
- z mateřské školy, kam moje dítě chodí/chodilo, ZŠ s ní spolupracuje

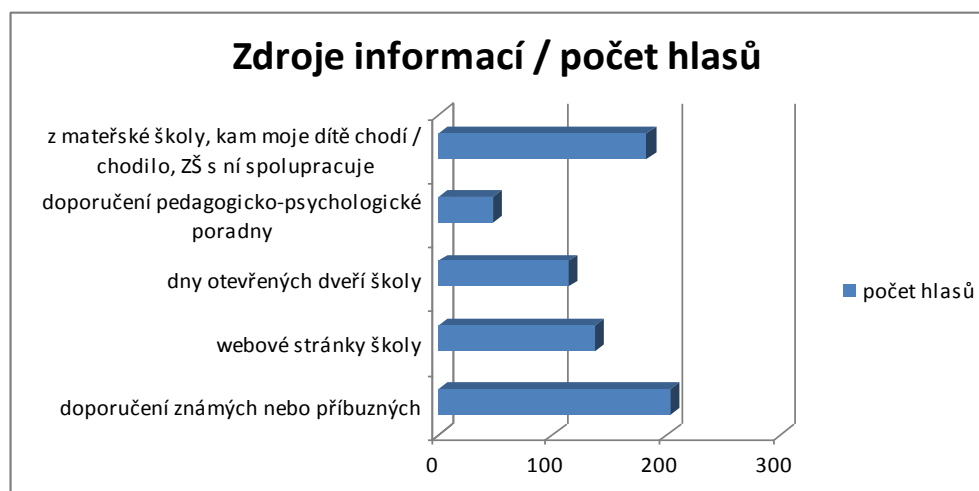
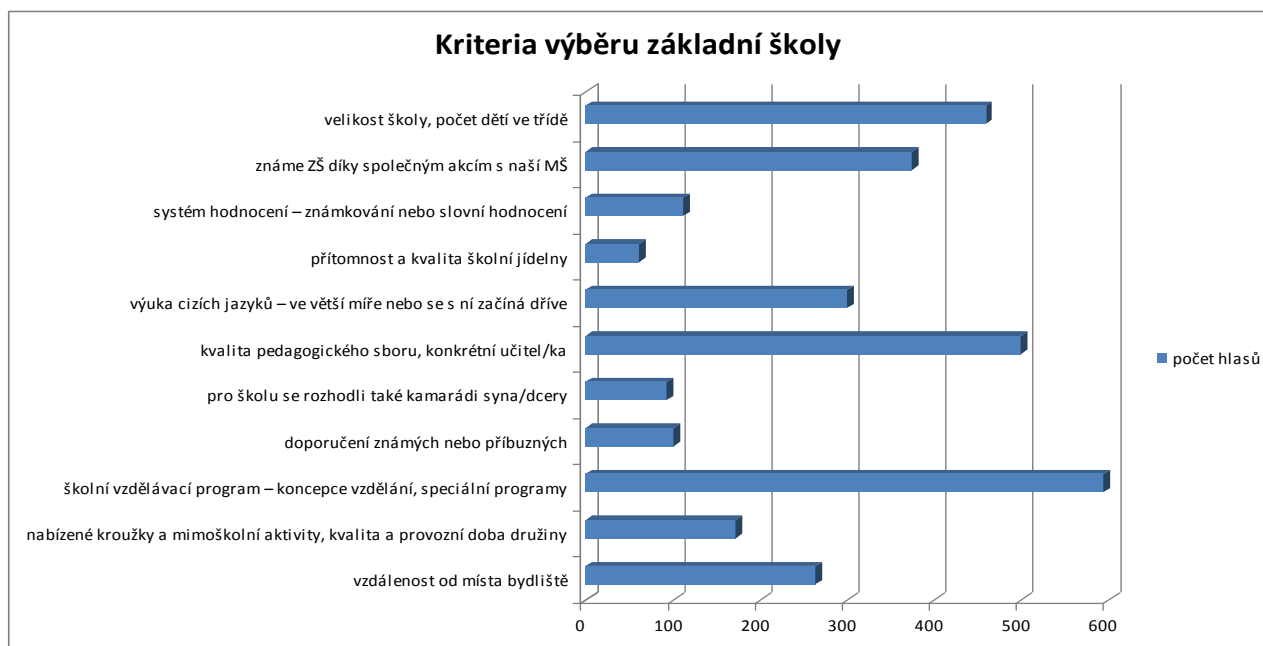
Respondenti rozdělili své preference (celkem 690 možných hlasů) následovně:

pořadí	počet hlasů	zdroje informací
1.	205	doporučení známých nebo příbuzných
3.	138	webové stránky školy
4.	115	dny otevřených dveří školy
5.	48	doporučení pedagogicko-psychologické poradny
2.	184	z mateřské školy, kam moje dítě chodí/chodilo, ZŠ s ní spolupracuje

Nejvýznamnějším zdrojem informací je podle respondentů osobní doporučení známých nebo příbuzných. Na druhém místě rodiče uvádějí informace, které získali díky spolupráci základní a mateřské školy, kterou jejich dítě navštěvovalo či dosud navštěvuje. Téměř shodný počet respondentů čerpá informace z webových stránek nebo navštěvují dny otevřených dveří školy. Nejméně rodičů využívá doporučení pedagogicko-psychologických poraden, toto se týká pravděpodobně především rodičů dětí, kteří uvažují o odkladu školní docházky nebo se pro něj již rozhodli.

K předem daným zdrojům informací respondenti doplnili další – diskuse rodičů a žáků školy na internetu, facebook, inzerce v místním tisku, inzerce v denním tisku v sekci Vzdělávání.

Jednotlivé zdroje jsou přehledně uvedeny v tabulce na následující straně.



3 Závěry průzkumného šetření

Průzkumné řešení bylo provedeno s cílem zjistit, jaké formy a cesty spolupráce základní a mateřské školy volí, jaké jsou jejich přínosy a úskalí. Dále s cílem zjistit, zda a jak tato spolupráce přispívá k naplňování požadavků vedení škol, které spočívají v získání stabilnější situace na trhu škol, jejich odlišení od konkurence a snaze stát se pro své zákazníky, rodiče dětí, zajímavým a vyhledávaným

dodavatelem vzdělávacích služeb. Dalším cílem, který s oběma předcházejícími úzce souvisí, bylo zmapovat očekávání a požadavky rodičů, jejich klientů.

Průzkum ukázal, že zúčastněné školy volí spolupráci ze dvou důvodů – prvním je snaha usnadnit předškolákům adaptační proces a zajistit jim i jejich rodičům nestresující přechod mezi mateřskou a základní školou. Druhým je snaha škol otevřít se a prezentovat veřejnosti a rodičům jako budoucím potenciálním klientům.

V textu uvádím doporučení a návrhy, které se zúčastněným školám při dosahování výše uvedených cílů v jejich praxi osvědčily. Jedná se především o aktivity v oblasti metodické i společensko-sportovní, konkrétní formy těchto aktivit jsou podrobněji popsány v kapitole 1.3. Ukazuje se, že pro úspěšnou realizaci těchto projektů je třeba zajistit vhodné vnitřní i vnější podmínky. K vnitřním patří vzájemná kooperace mezi vedením a pracovníky škol, jejich přátelské neformální vztahy, zájem a dostatečná motivace pedagogických pracovníků a v neposlední řadě podpora vedení. K vnějším se řadí mj. podpora a vstřícnost zřizovatelů a místní samosprávy, zajištění případných finančních darů, spolupráce se sponzory apod. Upozorňuji také na případná úskalí, se kterými se školy v procesu spolupráce potýkají, např. nedostatek finančních prostředků nebo klesající motivace zaměstnanců, a zmiňuji, jak je vedení škol v praxi řeší.

V druhé části průzkumu se potvrdilo, že rodiče věnují výběru školy pro své děti značnou pozornost, orientují se na školském trhu a v rozhodovacím procesu preferují kriteria a faktory, které jsou v úzké korelaci s kvalitou školy a jejími marketingovými aktivitami, uvedenými v teoretické části práce.

Pro účely první části průzkumu byla zvolena forma rozhovoru, který se osvědčil pro svou pružnost a otevřenost, odpovědi respondentů bylo možné okamžitě upřesnit nebo hlouběji rozvést.

V druhé části průzkumu byla využita dotazníkové metoda šetření, vhodná pro zmapování základních informací o preferencích rodičů při výběru základní školy pro jejich děti.

ZÁVĚR

Ve své bakalářské práci „Strategie spolupráce základní a mateřské školy při přechodu dětí do 1. třídy základní školy“ jsem se pokusila postihnout specifika školského trhu v procesu adaptace dětí na školní docházku. Vypracovala jsem dotazník a strukturovaný podklad pro rozhovor, jejichž prostřednictvím jsem uskutečnila průzkumná šetření v základních a mateřských školách a zmapovala očekávání a přání rodičů jako zákazníků škol.

Jak se ukázalo, vybrané školy jsou si vědomy změn situace na současném školském trhu, reagují na ně a přizpůsobují jim styl svého řízení. Hledají nové cesty, jak se svými klienty komunikovat, aktivně zjišťují jejich potřeby, orientují se na svou cílovou skupinu zákazníků, ačkoli to tak výslovně nenazývají, jednájí marketingově. Právě spolupráce škol v jejich nejrůznějších podobách a formách je efektivním nástrojem uplatnění marketingu ve školní praxi. Těmito aktivitami se školy odlišují od konkurence a budují si pevné místo i dobré jméno na trhu vzdělávacích institucí. Bohužel některé školy nevyužívají zcela svého potenciálu, potýkají se s nedostatkem finančních prostředků nebo menším zájmem a motivací svých pracovníků podílet se na společném budování image školy. Ve většině případů si je však vedení škol těchto slabých stránek vědomo a aktivně hledá cesty k jejich vyřešení nebo odstranění. Pozitivním bylo zjištění, že ačkoli mnohé školy mají díky dlouhodobému demografickému vývoji dostatek žáků a teoreticky nemusí o své klienty usilovat, přesto investují do marketingových aktivit, vycházejí vstříc svým zákazníkům a nabízejí nadstandardní služby.

Dotazníkový průzkum poukázal na fakt, že rodiče jsou v pozici klientů stále náročnější a zvyšují svá očekávání a požadavky na školy. Při výběru vzdělávací instituce preferují ty, které se dokážou v dobrém smyslu slova odlišit, nabízejí kvalitní služby a jsou otevřené veřejnosti.

Dle mého názoru je téma této bakalářské práce aktuální především v souvislosti s tlakem společnosti na změnu školských stereotypů, s novou rolí školy jako subjektu, který se musí v tržním prostředí chovat efektivně a mnohdy svou pozici na trhu obhajovat.

SEZNAM POUŽITÉ A PROSTUDOVANÉ LITERATURY

ARMSTRONG, M. *Personální management*. Praha : Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-614-5.

BACÍK, F.; KALOUS, J.; SVOBODA, J., aj. *Kapitoly ze školského managementu*. Praha : Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1998. ISBN 80-86039-49-8.

BENÍŠKOVÁ, T. *První třídou bez pláče*. Praha : Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1906-1.

BLAHÚTOVÁ, J., BÚŠIK, J., ČECHÁK, V., HELIKAROVÁ, K., MALACH, A., NOVÁK, T., POTLUKA, O., ŠELEŠOVSKÝ, J. In *Sborník příspěvků*. Brno, 2005. ISBN 80-210-3764-4.

CELER, Č. Nebojme se marketingu. *Učitel'ské noviny – týdeník pro učitele a přátele školy*. 2006, roč. 109, č. 9, s. 15-17. ISSN 0139-5718.

ČAPEK, R. *Třídní klima a školní klima*. Praha : Grada Publishing, 2010, ISBN 978-80-247-2742-4.

DRUCKER, P.F. *Inovace a podnikavost*. Praha : Management Press, 1993. ISBN 80-85603-29-2.

DRUCKER, P.F. *Řízení neziskových organizací*. Praha : Management Press, 1994. ISBN 80-85603-38-1.

EGER, L.; EGEROVÁ, D. *Image školy*. Liberec : Technická univerzita Liberec, 2000. ISBN 80-7083-440-4.

HARTL, P.; HARTLOVÁ, H. *Velký psychologický slovník*. Praha : Portál, 2010. ISBN 80-7178-303-X.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Aplikace marketingu ve školství*. Plzeň : ZČU, 1998, ISBN 80-7082-453-0.

KLÉGROVÁ, J. *Máme doma prvňáčka*. Praha : Mladá fronta, 2003, ISBN 80-204-1020-1.

KOUBEK, J. *Řízení lidských zdrojů. Základy moderní personalistiky*. Praha : Management Press, 2007. 978-80-7261-168-3.

KOLAJOVÁ, L. *Týmová spolupráce: Jak efektivně vést tým pro dosažení nejlepších výsledků*. Praha : Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1764-6.

KROPÁČKOVÁ, J. *Budeme mít prvňáčka*. Praha : Portál, 2008, ISBN 978-80-7367-359-8.

PRÁŠILOVÁ, M. *Vybrané kapitoly ze školského managementu pro pedagogické pracovníky*. Olomouc : Univerzita Palackého, 2006, ISBN 80-244-1415-5.

PRŮCHA, J.; WALTEROVÁ, E.; MAREŠ, J. *Pedagogický slovník*. 3. rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-579-2.

SKALKOVÁ, J. *Úvod do metodologie a metod pedagogického výzkumu*. Praha : SPN, 1983, ISBN chybí.

SMOLÍKOVÁ, K. K návaznosti předškolního a základního vzdělávání – východiska, doporučení, metodické náměty. *RVP* [online]. 2004, [cit. 2004-08-19]. Dostupné na WWW: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/o/p/62/K-NAVAZNOSTI-PREDSKOLNIHO-A-ZAKLADNIHO-VZDELAVANI---VYCHODISKA-DOPORUCENI-METODICKE-NAMETY.html>> ISSN: 1802-4785.

Statistická ročenka školství. Výkonové ukazatele. 2007/2008. Praha : Ústav pro informace ve vzdělávání. 2008. ISBN 978-80-211-0551-5.

Statistická ročenka školství. Výkonové ukazatele. 2008/2009. Praha : Ústav pro informace ve vzdělávání. 2009. ISBN 978-80-211-0574-4.

Statistická ročenka školství. Výkonové ukazatele. 2009/2010. Praha : Ústav pro informace ve vzdělávání. 2010. ISBN 978-80-211-0596-6.

SVĚTLÍK, J. *Marketingové řízení školy*. Praha : Wolters Kluwer, 2009. ISBN 978-80-7357-494-9.

VÁGNEROVÁ, M. *Psychologie školního dítěte*. Praha : Univerzita Karlova, 1997, ISBN 80-7184-487-X.

VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie, dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál, 2000, ISBN 80-717-830-80.

VÁGNEROVÁ, M. *Kognitivní a sociální psychologie žáka základní školy*. Praha : Karolinum, 2001, ISBN 80-246-0181-8.

WALTEROVÁ, E. *Kurikulum – Proměny a trendy v mezinárodní perspektivě*. Brno : Masarykova univerzita, 1994, ISBN 80-210-0846-6.

Zákon č. 561/2004 Sb., zákon o předškolním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

PŘÍLOHY

1. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 26. září 2011

Škola: ZŠ v Praze 4

Charakteristika školy: státní škola s rozšířenou výukou jazyků

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme s mateřskou školou v sousedství, je státní, mnoho dětí, které tuto MŠ navštěvují, pokračují poté v naší ZŠ. Je to dáno lokalitou (děti bydlí v blízkém okolí) a také tím, že MŠ nabízí výuku angličtiny a děti potom plynule pokračují ve studiu u nás. Cílem spolupráce je umožnit předškolákům a jejich rodičům seznámit se s prostředím základní školy, ulehčit jim adaptační proces přestupu. Pro nás je přínosem to, že se seznámíme s budoucími školáky a můžeme si mezi nimi vytipovat ty šikovné, kteří mají větší předpoklady ke studiu v naší základní škole.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Máme vypracovaný plán spolupráce, který je v průběhu školního roku naplňován. Pořádáme společné akce, které jsou předem důkladně promyšleny a připraveny. Jedním z prvních kontaktů je podzimní návštěva prvňáčků – bývalých předškoláků, kteří po přechodu do 1. třídy navštíví MŠ, přijdou se pochlubit aktovkou, ukážou dětem učebnice a sešity a vypráví, čím se ve škole zabývají. Dalším krokem je návštěva předškoláků v 1. třídách, přijdou se podívat do výuky, jejich bývalí kamarádi jim předvedou, co se za krátkou dobu ve škole naučili, provedou je školou, zavedou je do tělocvičny, jídelny, družiny. Předškoláci se také zúčastňují školních akcí, které pořádáme – sportovní dny, projektové dny, školní akademie, vernisáže, mikulášská nadílka apod.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Předškoláci se nenásilnou formou seznamují s prostředím základní školy, atmosférou, našimi rituály, i pedagogy. Když potom přicházejí na zápis, již vědí, co je čeká. Tyto aktivity jsou velmi podporovány rodiči budoucích prvňáčků, kteří se sami také podílejí na realizaci některých z nich. Zároveň je to příležitost pro naše

učitele, aby se předem seznámili s budoucími prvňáky, případně získali informace od učitelek MŠ. Často si již v průběhu těchto akcí předvybíráme bystré uchazeče, které bychom rádi přijali do 1. tříd.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Na realizaci uvedených akcí se podílejí učitelé naší základní školy, vychovatelé školní družiny, učitelky mateřské školy a poslední dobou stále častěji také rodiče budoucích prvňáků, pro které jsou mj. příležitostí se lépe seznámit s prostředím ZŠ. Akce v naprosté většině případů probíhají v době výuky nebo odpoledních hodinách, v prostorách naší školy, tělocvičny, hřiště, nebo v prostorách mateřské školy. Nevznikají nám tedy žádné další náklady.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O všech akcích informujeme rodiče i širokou veřejnost především na webových stránkách školy, dále na nástěnkách ve škole a po domluvě s ředitelkou MŠ také na třídních schůzkách a nástěnkách v mateřské škole.

2. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 3. října 2011

Škola: ZŠ v Praze 4

Charakteristika školy: *soukromá škola s rozšířenou výukou jazyků*

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme se dvěma mateřskými školami v blízkém okolí, obě jsou soukromé, ony tuto spolupráci v podstatě iniciovaly. Jelikož jsme sami školou soukromou, vnímáme tuto spolupráci jako možnost prezentovat se a dát o sobě vědět případným budoucím uchazečům, neboť cílová skupina klientů – rodičů MŠ i naší ZŠ je velmi podobná.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Vybraní pedagogové a speciální pedagožka naší školy docházejí do MŠ a spolupodílejí se na předškolní přípravě předškoláků, která probíhá formou pravidelných setkání jedenkrát týdně v období od září do ledna příslušného školního roku, tedy do termínu zápisů do 1. třídy. Zároveň se v obou mateřských školách prezentujeme na třídních schůzkách, zveme rodiče na naše dny otevřených dveří nebo návštěvu výuky.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Tuto spolupráci takto praktikujeme již přibližně tři roky a myslím, že jsme – všechny zúčastněné strany – tedy MŠ, ZŠ i rodiče dětí, spokojeni. Pro mateřskou školu je námi realizovaná předškolní příprava velkou marketingovou výhodou, pro nás je naopak možností prezentovat se před cílovou skupinou našich možných budoucích klientů.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Všechny uvedené aktivity pokrýváme personálně našimi učiteli a speciální pedagožkou. Třídních schůzek se za naši školu účastní ředitel a pracovnice zodpovědná za nábor žáků a studentů. Tyto akce reálně probíhají mimo pracovní dobu učitelů a vyžadují od nich poměrně náročnou přípravu, za tento čas a úsilí se proto učitelé po vzájemné dohodě mohou účastnit školení či dalšího vzdělávání, které jim plně hradíme.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

Informovanost o naší spolupráci a nabízených nadstandardních aktivitách na sebe přebírá vedení obou mateřských škol, které je inzerují na svých webových stránkách a informují o nich při setkání s rodiči a při svých dnech otevřených dveří. Naše škola sama tyto akce nijak zvlášť neprezentuje.

3. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 12. října 2011

Škola: ZŠ ve Středočeském kraji

Charakteristika školy: státní škola umístěná v menší obci

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme s mateřskou školou v naší obci, většina dětí, které tuto MŠ navštěvují, i jejich sourozenci, nastupují potom do naší ZŠ. Ačkoli máme v posledních letech zájem o naši školu v podstatě zaručen (většina dětí z naší obce k nám k plnění povinné školní docházky nastupuje), dohodli jsme se s obecním zastupitelstvem i paní ředitelskou mateřské školy na spolupráci. Jejím cílem je umožnit předškolákům a jejich rodičům seznámit se s prostředím naší školy, usnadnit jim tak tento první významný krok.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Spolupráce probíhá ve dvou oblastech – metodické a na úrovni setkávání dětí a jejich rodičů, konkrétně takto:

metodická oblast – návštěva předškoláků v 1. třídě ZŠ - zapojení dětí do vyučovacího procesu (říjen, listopad), návštěva učitelek základní školy ve škole mateřské – příprava na zápis (v lednu), účast učitelek MŠ při zápisu dětí do 1. tříd (leden, únor), návštěvy předškoláků ve školní družině – příprava na vstup do školy (duben, květen);

setkávání dětí – v předvánočním období navštíví naši noví prvňáci mateřskou školu, společně zdobí vánoční stromek, žáci 9. tříd zajišťují Mikuláše, vánoční pásmo – společné vystoupení pro rodiče, zpívání koled, sportovní a soutěživé odpoledne, společné tvořivé dílny pro děti MŠ, prvního stupně ZŠ a rodiče (využití keramické pece v základní škole), společné pálení čarodějnic 30. dubna, sportovní odpoledne, kterého se aktivně zúčastňují také tatínkové děti, společná příprava Mezinárodního dne dětí;

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Spolupráce takto probíhá již několik let a hodnotíme ji jako velmi úspěšnou, umožňuje především dětem navázat a udržet vztahy v období, kdy ti mladší ještě

zůstávají v mateřské škole a starší již přestupují do školy základní. Protože jsme malá obec, lidé se tu spolu většinou dobře znají, stávají se některé společné akce již tradicí a automaticky se s nimi počítá pro následující roky, nezúčastňují se jich jen děti z našich škol a jejich rodiče, ale stávají se akcemi obecními – například sportovní odpoledne, pálení čarodějnic 30. dubna, oslava Mezinárodního dne dětí apod. Na organizaci těchto akcí se potom také spolupodílí obecní úřad.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Na realizaci uvedených akcí se podílejí učitelé naší základní školy, vychovatelé školní družiny, učitelky mateřské školy a často rodiče budoucích prvňáčků, na některých participuje také sama obec, jak je uvedeno výše. Akce buď probíhají v době výuky v prostorách ZŠ nebo MŠ, nebo ve volném čase - v odpoledních hodinách, večer, někdy i o víkendu. Pokud se ve svém volném čase účastní pracovníci školy, snažíme se jim za tyto přesčasy nabídnout čerpání náhradního volna. Využíváme prostor obou škol, školní zahradu, školní hřiště, dále obecní prostory, fotbalové hřiště. Sportovní pomůcky a tělovýchovné doplňky zapůjčujeme z našeho fondu. Využíváme keramickou pec ZŠ. Obec finančně i materiálně přispívání na některé akce ze svého rozpočtu (sportovní odpoledne, pálení čarodějnic, oslava MDD).

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O všech akcích informujeme rodiče i obyvatele obce na webových stránkách školy, dále na nástěnkách v MŠ, ZŠ i obecní nástěnce, v našem obecním měsíčníku a v neposlední řadě na webových stránkách obce. Protože jsme malá obec, informace se tu šíří také takřikajíc samospádem, verbálně.

4. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 31. října 2011

Škola: ZŠ ve Středočeském kraji

Charakteristika školy: *státní škola umístěná ve městě se 13 tis.obyvatelem, nedaleko Prahy*

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme s několika mateřskými školami v našem městě, nejedná se však o úzkou spolupráci, plošně nabízíme přípravné kurzy pro budoucí prvňáky. Smyslem organizace těchto kurzů je seznámit rodiče a děti s naší základní školou, umožnit jim setkat se s ní před samotným zápisem a zároveň jim usnadnit zvládnutí zápisu a celého procesu, který s přechodem z MŠ do 1. třídy ZŠ souvisí.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Náš kurz nazýváme „Škola nanečisto“, jedná se o 15 lekcí přípravy budoucích prvňáků před jejich nástupem do školy. Jednotlivé kurzy jsou postupně zaměřeny na procvičení všech znalostí a dovedností, které souvisí se školní zralostí. Činnosti probíhají ve formě her, pravidelně jednou týdně v odpoledních hodinách po dobu 60 minut. Kurzy jsou vedeny lektorkami – zkušenými učitelkami 1. stupně naší školy. Vedle těchto kurzů pro děti probíhají paralelně individuální konzultace pro rodiče. Počítáme se součinností rodičů, děti dostávají domácí úkoly, aby si mohly probíranou látku procvičovat i doma. Kurzy začínají v lednu, cena celého cyklu je 700 Kč.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Spolupráce v této formě úspěšně probíhá již několik let a hodnotíme ji velmi pozitivně. Účast v kurzech je přínosem především pro děti, které se postupně a pravidelně seznamují s prostředím základní školy, s učitelkami, které je budou v příštích letech vyučovat, zároveň si osvojují základní znalosti a dovednosti související se školní zralostí, toto vše jim usnadní jejich start ve škole.

Pro nás je organizace těchto kurzů konkurenční výhodou na trhu ZŠ v našem městě. Začali jsem jako první, postupně se přidávají i jiné školy, ale my jsme si naštěstí vybudovali tradici i dobré jméno, takže jsou naše kurzy stále hojně

vyhledávané. Výhodou je také to, že učitelky poznají budoucí prvňáky již předem, zmapují si situaci, komu bude třeba věnovat větší pozornost apod., jak děti později rovnoměrně rozdělit do tříd apod. Velkou výhodou je skutečnost, že můžeme u dětí, u kterých odhalíme určité mezery nebo nedostatky, doporučit v dostatečném časovém předstihu zjednání nápravy – např. spolupráci s logopedem apod.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Uvedené kurzy probíhají pod vedením učitelek 1. stupně naší základní školy v odpoledních hodinách v prostorách – učebnách – naší ZŠ. Protože jsou kurzy placené, jedná se vedlejší hospodářskou činnost školy, můžeme, po dohodě se zřizovatelem, zúčastněným pedagogům čas stráveným vedením kurzů i přípravou na ně zaplatit, formou dohody o provedení práce.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O přípravných kurzech informujeme na webových stránkách naší školy a také formou inzerce v místním týdeníku. Podle našich zkušeností je však nejúčinnějším zdrojem informací doporučení těch, kteří naše kurzy již v minulosti absolvovali.

5. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 27. října 2011

Škola: MŠ v Praze 9

Charakteristika školy: státní mateřská škola

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme s vybranými základními školami v blízkém okolí, snažíme se dětem ulehčit přechod z MŠ do ZŠ, ideálně tím, že dostanou šanci ji předem navštívit a blíže se s ní seznámit.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Spolupracujeme konkrétně s několika učitelkami 1. stupně vybraných základních škol a vychovatelkami školní družiny. Vždy sestavíme plán návštěv tak, abychom co nejméně narušovaly chod obou škol. První návštěvu uskutečňujeme ještě před zápisem, aby se budoucí prvňáci seznámili se budovou školy a jejím prostředím. Poté následuje návštěva zástupců okolních ZŠ v naší MŠ, při které představují své školy rodičům předškoláků. Nejoblíbenější bývá návštěva budoucích prvňáků v 1. třídách ZŠ přímo při vyučovací hodině, při této příležitosti se děti setkávají se svými staršími kamarády, dozvídají se, co všechno se už naučili, jak probíhá běžný den ve škole apod. Vyhledávané jsou také návštěvy školní družiny, budoucí školáci se seznamují s tím, jak prvňáci tráví volný čas, jaká je nabídka mimoškolních aktivit, často spojujeme i s prohlídkou jídelny nebo knihovny.

Především pro učitele základních škol je přínosná jejich návštěva našich závěrečných besídek. Je to příležitost se seznámit s rodiči budoucích prvňáků, promluvit s nimi o nárocích a požadavcích, které budou na děti kladeny.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Spolupráce je přínosná pro všechny zainteresované strany. Zájem rodičů v posledních letech narůstá, mnohdy sami iniciativně nabízejí svou spoluúčast na našich akcích.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Návštěvy probíhají většinou v době školní výuky a prostorách škol. Účast pedagogů a pracovníků školy na těchto akcích je součástí jejich pracovních úvazků.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O připravovaných akcích a návštěvách informujeme rodiče na webových stránkách naší školy i webech zúčastněných základních škol, dále na rodičovských schůzkách a při dnech otevřených dveří naší MŠ.

6. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 16. září 2011

Škola: ZŠ a MŠ v Praze 4

Charakteristika školy: státní mateřská a základní škola

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Jelikož jsme jeden subjekt, nejedná se v našem případě o externí spolupráci. Naprostá většina absolventů naší mateřské školy pokračuje ve studiu v naší základní škole. Přesto, jelikož se jedná o velmi podstatný krok v životě dětí, chceme našim předškolákům přechod z MŠ do 1. třídy ZŠ usnadnit, proto organizujeme cyklus pořadů jako přípravu pro vstup do školy.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Cyklus jsme nazvali „Škola nanečisto“, není to originální název, jsme si vědomi toho, že obdobné označení používá více organizací, ale vhodně popisuje obsah této naší aktivity. Cyklus pořadů je určen budoucím prvňákům i jejich rodičům. Děti si pod vedením zkušených učitelek 1. stupně naší ZŠ vyzkouší, co je ve škole čeká, formou her rozvíjejí potřebné dovednosti, seznámí se se svými budoucími spolužáky, prostředím „velké“ školy a v neposlední řadě také s učitelkami a učiteli, kteří je budou v následujících letech vyučovat. Pořady probíhají od října do května, přibližně jednou měsíčně, v odpoledních hodinách, trvají 90 minut. Účast rodičů je vítaná.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Tradice našeho cyklu pořadů je již poměrně dlouhá, rodiči i dětmi stále hojně vyhledávaná. Jen se bohužel v posledních letech setkáváme s mírným poklesem zájmu našich učitelů na jejich organizaci. Řešíme, jak zvýšit motivaci pedagogů pro aktivní účast na tomto cyklu.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Pořady probíhají v prostorách základní školy. Začínají v 15.30 a končí v 17 hodin, konají se tedy po pracovní době pedagogů, snažíme se jim účast na nich i náročnou přípravu, která jim předchází, nahradit formou náhradního volna za přesčasy, ale

v poslední době se to ukazuje jako nedostatečné, pro příští školní rok se budeme muset touto problematikou zabývat.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

Díky dlouhé tradici naší „Školy nanečisto“ vstoupila tato aktivita do povědomí rodičů a ukazuje se, že nejlepší reklamou je osobní doporučení těch, kteří cyklus již absolvovali. Vedle toho samozřejmě uvádíme naši aktivitu na webových stránkách školy a inzerujete také v novinách, které vydává naše městská část.

7. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 18. října 2011

Škola: MŠ ve Středočeském kraji

Charakteristika školy: státní mateřská škola v menším městě

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

V naší mateřské škole připravujeme předškoláky nenásilnou formou na přechod do ZŠ. Při tom spolupracujeme se třemi základními školami z našeho města. Tyto školy jsme oslovili a spolupráci iniciovali, neboť se jedná o školy s dobrým jménem a jsou rodiči našich dětí žádané. Ačkoli je o naši mateřskou školu velký zájem a každoročně míváme převis poptávky, je pro nás tato aktivita jednou z „vlajkových lodí“ naší školy a odlišuje nás od konkurenčních mateřských škol v našem městě.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Naše spolupráce má několik fází. Na podzim provádíme v předškolních třídách testy, při nichž zjišťujeme připravenost dětí na povinnou školní docházku, při nich spolupracujeme se speciální pedagožkou ze základní školy. S výsledky testů seznamujeme rodiče dětí, na jejich základě potom připravujeme individuální programy a činnosti pro jednotlivé děti, ukáže-li se to potřebné. Spolu s učitelkami ZŠ organizujeme edukativně-stimulační kroužky, jejichž náplní je posilovat jednotlivé oblasti školní připravenosti. Jsou zcela dobrovolné, ale účastní se jich většina předškoláků. V lednu provádíme standardní testy školní zralosti, k nim pozýváme speciální pedagogy z příslušné pedagogicko-psychologické poradny. Rodiče jsou opět s výsledky testů podrobně seznamováni. Koncem ledna probíhá schůzka rodičů dětí, které půjdou k zápisu, se spec. pedagožkou z PPP, schůzky se také zúčastňují zástupci spolupracujících základních škol. Při této příležitosti seznamují rodiče s požadavky pro přijetí do ZŠ, obsahem a průběhem zápisu, se školou samotnou, vzdělávacím programem, nabízenými kroužky a odpoledními aktivitami apod. Rodiče mají možnost se blíže seznámit s učitelkami, které příští školní rok povedou první ročníky.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Uvedená praxe a spolupráce se základními školami se nám osvědčuje, rodiče předškoláků ji velmi vítají. Také pro základní školy jsou pořádané akce, především informační schůzka před samotným zápisem, příležitostí pro prezentaci a představení se budoucím klientům, tedy rodičům žáků. Občas však narážíme na menší vstřícnost základních škol při personálním obsazování testování. Vedení základních škol má zájem se rodičům prezentovat, méně vstřícně se však podílí na zadávání a zpracování výsledků testů školní zralosti. Je to škoda, neboť toto je příležitost pro školy poznat své budoucí žáky, seznámit se s jejich silnými a slabými stránkami.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Všechny uvedené akce probíhají v prostorách naší školy. Testování se snažíme plánovat na dopolední hodiny, kdy jsou děti čerstvé a schopné soustředění, schůzky s rodiči se konají většinou večer. Naše pedagožky vykonávají činnosti spojené s přípravou předškoláků na školní docházku v rámci svého pracovního úvazku, nevyplývají nám z toho tedy žádné další personální náklady.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O předškolní přípravě a spolupráci se základními školami informujeme poměrně podrobně na našich webových stránkách, neboť se domníváme, že se jedná o službu, na jejíž kvalitu můžeme být hrdi. Také jednotlivé základní školy zmiňují informační schůzku s rodiči na svých webech. Příležitostně inzerujeme také v lokálních novinách našeho města.

8. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 22. září 2011

Škola: ZŠ v Praze 1

Charakteristika školy: církevní základní škola

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Pro spolupráci s mateřskou školou jsem si vybrali spřízněnou církevní mateřskou školou v Praze 1. Smyslem této spolupráce je zabezpečit bezproblémový přechod dětí z MŠ do 1. třídy ZŠ, jejich adaptaci na nové prostředí a také zvýšit informovanost rodičů.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Předškoláci se mají možnost setkat s žáky 1. stupně naší základní školy při nejrůznějších příležitostech, např. společném zpívání; v souvislosti s nejrůznějšími slavnostmi pořádáme společné školní i mimoškolní akce. Děti tak mají možnost poznat své budoucí spolužáky, prostředí základní školy i učitele a ostatní pracovníky školy, se kterými se budou za několik měsíců setkávat.

Pro rodiče pořádáme informační besedy a přednášky na vybrané témata, která souvisí s přestupem do základní školy, dále je informujeme o školním vzdělávacím programu, volnočasových aktivitách a případných specifikách naší školy.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Se spoluprací jsme spokojeni, rodiče tyto aktivity většinou vítají, máme velkou podporu v partnerské mateřské škole i našem zřizovateli.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Pro naše akce využíváme prostory naší školy, mateřské školy a jsou nám také zdarma k dispozici prostory našeho zřizovatele.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O spolupráci a s ní spojených aktivitách informujeme rodiče na pravidelných setkáních, stručně také na webových stránkách naší školy.

9. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 14. října 2011

Škola: ZŠ v Pardubickém kraji

Charakteristika školy: státní základní škola ve městě s přibližně 10 tis. obyvateli

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme s mateřskou školou v sousedství a mateřským centrem, které je v naší části města velmi aktivní. Cílem našich aktivit je seznámit rodiče s nabídkou naší školy a zprostředkovat budoucím školákům plynulou návaznost předškolního a školního vzdělání pokud možno bez stresu a zbytečných obav. Dále prohlubovat vzájemné vztahy mezi školou a rodinami našich budoucích žáků.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Na začátku každého školního roku vypracujeme plán společných akcí, pro letošní školní rok má tuto podobu:

září – MŠ s pomocí učitelek naší ZŠ organizuje edukativně stimulační skupiny pro předškoláky;

říjen – letošní prvňáci navštíví spolu se svými učitelkami předškolní třídy MŠ;

listopad – probíhá informační schůzka rodičů předškoláků s učitelkami 1. tříd ZŠ, při níž se rodiče dozvědí o požadavcích a průběhu zápisu do ZŠ; zároveň učitelky MŠ navštíví 1. třídy ZŠ, aby se seznámily s úrovní adaptace předškoláků, kteří ještě vloni chodili do jejich mateřské školy, aby zjistily, jak se dětem ve škole daří;

leden – probíhá schůzka rodičů předškoláků s představiteli vedení ZŠ, učitelkami 1. stupně a psychologkou z pedagogicko-psychologické poradny, tématem setkání je školní zralost, připravenost dětí na přestup, představení ZŠ a jejího vzdělávacího programu rodičům;

únor – návštěva předškoláků ve výuce 1. tříd ZŠ, seznámení s prostředím školy, stylem výuky, návštěva školní jídelny, tělocvičny;

duben – květen – společné sportovní a kulturní akce – sportovní odpoledne, příprava vystoupení ke Dni matek;

červen – slavnostní rozloučení předškoláků s MŠ za účasti učitelek ZŠ, při této příležitosti si učitelé obou škol předávají informace a konzultují děti přecházející z MŠ do ZŠ;

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Formu naší spolupráce jsme postupně léty upravovali, v této podobě jsem s ní nyní spokojeni. Spokojenost projevují také rodiče našich dětí, což je pro nás nejlepším vysvědčením. Občas se potýkáme s větším zájmem rodičů, než jsme v danou chvíli schopni zvládnout, ale na této své „slabší“ stránce pracujeme.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Pro naše akce využíváme prostory naší a mateřské školy. Personálně je zajišťujeme učitelkami naší školy, vychovatelkami školní družiny, učitelkami mateřské školy, aktivními maminkami mateřského centra a částečně také psychologkou z PPP. Máme štěstí, že všechny zúčastněné subjekty mají na spolupráci zájem, jsou kreativní a neúnavně přicházejí s novými podněty a nápady.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O našich akcích dáváme vědět prostřednictvím webových stránek naší základní školy i spolupracující mateřské školy. Šíření dobrých referencí a zpráv o nás zajišťuje také již zmíněné mateřské centrum, nejlepší vizitkou jsou však reference rodičů dětí, které se zmiňovaných akcí zúčastňují.

10. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 21. září 2011

Škola: ZŠ v Praze 5

Charakteristika školy: státní základní škola

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme se dvěma mateřskými školami na sídlišti v blízkém okolí. Spolupráce se odehrává na několika úrovních, viz níže. Cílem je seznámit předškoláky se školním prostředím a předat rodičům co nejvíce informací o škole.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Pořádáme kurz pro předškoláky, který nazýváme „Škola nanečisto“. Kurzy probíhají závěrem školního roku, od května do června, vždy jednou týdně v odpoledních hodinách, trvají 60 minut. Kurzy jsou zaměřené na rozvoj schopností a dovedností, které jsou nezbytné pro rovnoměrný vývoj dětí a jejich úspěšný vstup do školy. Cílem předškolní přípravy není naučit děti číst a psát, ale zajistit jejich harmonický rozvoj tak, aby byly ve škole úspěšné. Náplň jednotlivých hodin je zároveň návodem pro rodiče, mají-li zájem, na které činnosti se s dítětem zaměřit, které procvičovat a případně je zařadit do volného času.

Pro předškoláky organizujeme také společenské akce, které se uskutečňují buď v jim známém prostředí mateřské školy, nebo na které je zveme do naší školy, např. vánoční besídka, výroba velikonočních vajíček apod.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Spolupráci hodnotíme jako vydařenou, především kurzy pro předškoláky jsou mezi rodiči velmi žádané. Uvažujeme o rozšíření dalších forem spolupráce, např. zařazení společných sportovních akcí apod.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Pro naše akce využíváme prostory ZŠ i MŠ. Personálně je zajišťujeme učitelkami všech zúčastněných škol. Co se týče pedagogů naší školy, je příprava kurzů i jejich realizace součástí jejich úvazku.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

Prostřednictvím webových stránek naší základní školy i spolupracujících MŠ.

11. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 1. listopadu 2011

Škola: ZŠ v Liberci

Charakteristika školy: státní základní škola ve městě se 100 tis. obyvateli

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme s mateřskou školou v blízkém sousedství. Po dohodě s ředitelkou MŠ jsem se od loňského roku rozhodli organizovat cosi jako multý ročník, přípravku pro vstup do 1. třídy základní školy. Nazýváme jej „Škola na zkoušku“.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Kurzy se konají od listopadu do června, jedou týdně po dobu 30 minut. Vedou je učitelky mateřské školy spolu s našimi pedagogy 1. stupně, občas spolupracujeme se speciální pedagožkou. Účast v kurzech je dobrovolná, zájem o kurzy narůstá většinou po zápisech, tj. v únoru, kdy jsou děti a především jejich rodiče více namotivováni. Kurzy jsou zaměřeny na rozvoj znalostí a dovedností souvisejících se školní zralostí a připraveností budoucích prvňáků. S rodiči potom individuálně konzultujeme případné potíže, které se u dětí v průběhu přípravy projeví, a doporučujeme nejlepší cestu nápravy.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Spolupráce nese své ovoce, kurzy získávají stále větší popularitu mezi rodiči (zájem projevují především rodiče dětí, které dostali odklad školní docházky), dokonce se na nás obrátila další mateřská škola s nabídkou o spolupráci.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Kurzy probíhají v prostorách naší školy. Jsou vedeny pedagogy mateřské školy i našimi učiteli prvního stupně. Učitelé je mají zahrnuty v úvazcích, součástí úvazku každého učitele je vedení jednoho zájmového kroužku týdně, předškolní příprava je jedním z těchto kroužků.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

Nabídku kurzů, termíny a jejich obsah zveřejňujeme na webových stránkách naší školy a na stránkách mateřské školy.

12. Spolupráce základní a mateřské školy

Datum: 20. října 2011

Škola: ZŠ v Praze 8

Charakteristika školy: státní základní škola

Rozhovor s vedením školy:

1. Spolupracujete s MŠ/ZŠ a co je cílem této spolupráce?

Spolupracujeme s mateřskou školou v okolí naší školy. Cílem je připravit budoucí prvňáky na vstup do základní školy a usnadnit jim socializační proces v novém prostředí.

2. Jakou formou tato spolupráce probíhá?

Naše spolupráce má tyto konkrétní podoby –

- *návštěva předškoláků v ZŠ, děti mají možnost účastnit se výuky, pozdravit prvňáky, kteří dříve navštěvovali mateřskou školu*
- *dvakrát ročně pořádáme společné výtvarné dílny, při nich mj. využíváme keramickou pec v prostorách MŠ*
- *u příležitosti Velikonoc pořádáme trhy, prodáváme výrobky, které děti vytvořily v rámci výtvarných dílen*
- *organizujeme vánoční besídku, v jejímž rámci společně vystupují předškoláci i žáci 1. stupně ZŠ*
- *v období před zápisem připravují společně učitelé ZŠ a MŠ didaktické hry pro předškoláky, při jejich realizaci pomáhají žáci 2. stupně ZŠ*

Velmi se nám osvědčuje spolupráce dětí různých věkových skupin, např. organizujeme čtenářské dílny, při nichž žáci 2. stupně ZŠ čtou předškolákům a dále spolu potom pracují. Starší žáci, pod vedením pedagogů, připravují pro budoucí prvňáky pracovní listy, didaktické hry, soutěže. Tato praxe se nám velice osvědčuje mj. jako forma prevence možné šikany, slouží k navázání trvalejších vztahů mezi různě starými spolužáky, resp. budoucími spolužáky.

3. Jak dosavadní spolupráci hodnotíte, její přínosy, případně překážky, se kterými se setkáváte?

Spolupráce je možná díky výrazné podpoře vedení obou škol a aktivnímu zapojení učitelů. Každoročně se potýkáme s nedostatkem finančních prostředků pro některé

naše akce (trhy, společná vystoupení apod.), v těchto případech se snažíme najít sponzory, naštěstí se nám to zatím daří, a to především z řad rodičů stávajících či budoucích školáků.

4. Jak spolupráci zabezpečujete – personálně, finančně, prostory apod.?

Akce probíhají v prostorách obou škol, pro organizaci kulturních vystoupení nebo společné vánoční besídky si najímáme společenský sál nedalekého kulturního domu. Náklady s tím spojené hradíme nejčastěji ze sponzorských darů. Na přípravě a organizaci společných akcí se podílejí pedagogové obou škol, pracovníce školní družiny, mnohé z akcí se mohou uskutečnit jen díky aktivní účasti a pomoci rodičů dětí. Jelikož mnohé aktivity vyžadují dlouhodobější přípravu a konají se často po pracovní době a ve volném čase našich pracovníků, snažíme se jejich nasazení a energii, kterou do těchto projektů vkládají, ocenit alespoň symbolickými odměnami. Vážíme si jejich práce a přístupu a chceme jim to dát najevo; toto je do značné míry možné právě díky sponzorským darům.

5. Jak o této nadstandardní nabídce informujete veřejnost, rodiče dětí?

O pořádaných akcích informujeme rodiče i veřejnost prostřednictvím webových stránek naší školy, pozvánku na některé významnější aktivity, jako například společná kulturní vystoupení, zveřejňujeme v místním tisku.

Dotazník pro rodiče

1. Podle jakých kritérií jste vybírali/vybíráte základní školu pro vaše dítě, budoucího prvňáka? Jednotlivá kritéria označte číslem podle jejich důležitosti (1 = nejdůležitější, 11 = nejméně podstatné), případně doplňte další.

	vzdálenost od místa bydliště
	nabízené kroužky a mimoškolní aktivity, kvalita a provozní doba družiny
	školní vzdělávací program – koncepce vzdělání, speciální programy
	doporučení známých nebo příbuzných
	pro školu se rozhodli také kamarádi syna/dcery
	kvalita pedagogického sboru, konkrétní učitel/ka
	výuka cizích jazyků – ve větší míře nebo se s ní začíná dříve
	přítomnost a kvalita školní jídelny
	systém hodnocení – známkování nebo slovní hodnocení
	známe ZŠ díky společným akcím s naší MŠ
	velikost školy, počet dětí ve třídě

Další kritéria:

2. Odkud jste získávali informace o základní škole?

	doporučení známých nebo příbuzných
	webové stránky školy
	dny otevřených dveří školy
	doporučení pedagogicko-psychologické poradny
	z mateřské školy, kam moje dítě chodí/chodilo, ZŠ s ní spolupracuje

Další zdroje informací:

Děkujeme za Váš čas a ochotu.