

Handelsgymnasiet, Århus Købmandsskole

Strategi 2011

Ny vision og bæredygtige indsatsområder

Strategi 2011 omfatter perioden 1/1 2009 til 31/12 2011. Ved Strategi 2011 anvendes ”Balanced Scorecard” som strategiværktøj.

Ny vision

I forbindelse med udarbejdelsen af Strategi 2011 er der udviklet følgende vision for Handelsgymnasiet, Århus Købmandsskole

Handelsgymnasiet er det moderne gymnasium.

Det stiller krav til elever, medarbejdere og ledelse om

- engagement
- anerkendende kommunikation
- fokus på samfundsudviklingen
- faglig og personlig udvikling
- tid til eftertanke

Vi er stolte af det, vi er og gør.

Mission

Handelsgymnasiet tilbyder uddannelsen til højere handelseksamen (hhx), som er målrettet mod unge, der ønsker en virkelighedsnær gymnasial uddannelse med en erhvervsrelateret og international profil.

Eleverne opnår almindelig uddannelse, viden og kompetencer, der ruste dem til videre uddannelse og aktiv deltagelse i et demokratisk samfund. Dette sker i et samspil mellem den faglige uddannelse og skolemiljøet.

Strategikort

Nedenfor ses et overordnet strategikort for Handelsgymnasiet.

<p>Vision</p> <p>Handelsgymnasiet er det moderne gymnasium.</p> <p>Det stiller krav til elever, medarbejdere og ledelse om</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ engagement ▪ anerkendende kommunikation ▪ fokus på samfundsudviklingen ▪ faglig og personlig udvikling ▪ tid til eftertanke <p>Vi er stolte af det, vi er og gør.</p>	<p>Strategiske indsatsområder</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markedsføring og profilering af handelsgymnasiet • Optimering af arbejdsprocesser og –vilkår • Organisations- og teamudvikling • Pædagogisk udvikling • Arbejdsfællesskaber for elever og personale
<p>Interessenter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elever • Grundskoler • Ungdommens Uddannelsesvejledning • Aftagere • Det politiske system, herunder Undervisningsministeriet 	<p>Økonomi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budgetoverholdelse
<p>Interne processer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Læringsprocesser • Skolemiljø • Administrative processer og økonomistyring • Fysiske rammer og bygninger • Innovative processer 	
<p>Læring og vækst</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pædagogiske, faglige og ledelsesmæssige kompetencer • Kommunikation og dialog • Vores evne til at understøtte innovative processer 	

Strategiske indsatsområder

Handelsgymnasiet har for perioden frem til 2011 defineret 5 strategiske indsatsområder:

- Markedsføring og profilering af Handelsgymnasiet
- Optimering af arbejdsprocesser og –vilkår
- Organisations- og teamudvikling
- Pædagogisk udvikling
- Arbejdsfællesskaber for elever og personale

De af direktionen udpegede indsatsområder:

- Partnerskab med erhvervslivet og key account
- Innovation og entrepreneurship
- Pædagogisk udvikling tæt på praksis
- Profilering og synliggørelse (branding)

er indarbejdet i ovenstående indsatsområder.

I valget af indsatsområder er der lagt vægt på en tostrengt strategi, hvor vi dels holder fokus på markedet og styrker vores markeds-mæssige position samtidig med, at vi udvikler organisationen (de interne processer) og kerneproduktet for at kunne imødekomme nuværende og fremtidige markeds-mæssige behov. Det vil uden tvivl blive en balancegang at få disse to fokusområder til at følges ad, men samtidig er det afgørende for at skabe en bæredygtig skole og leve op til den beskrevne vision.

Markedsføring og profilering af Handelsgymnasiet

Formålet er at øge Handelsgymnasiets markedsandel i regionen og udbrede kendskabet til Handelsgymnasiet hos potentielle elever og influenter.

Handelsgymnasiets profil udtrykker skolens ønsker til det image, som elever og influenter har. I den kommende strategiperiode vil der derfor være fokus på markedsbearbejdning og udvikling af den innovative ungdomsuddannelse. Antallet af elever fra 9. klasse, der søger hhx som 1. prioritet lever fortsat ikke op til vores forventninger. Den gennemsnitlige frekvens dækker dog over store udsving, da der er store forskelle på optaget fra de østjyske grundskoler, hvilket understreger behovet for at udbrede viden om skolen og dens uddannelse. En mere systematiseret informationsindsamling medfører stærkere beslutningsgrundlag og mere professionel markedsføring.

Vores stærkeste markedsføringstiltag er fortsat den direkte kontakt med potentielle elever, som deltager på introduktionskurser og brobygning. Det er derfor vigtigt, at vi hele tiden udvikler og fornyer vores koncept.

Vi ønsker at tiltrække de elever, der vil os og som har ønsker og kompetencer til at gennemføre en gymnasial uddannelse på et moderne gymnasium.

Mål:

- Klar og kommunikerbar profil for Handelsgymnasiet
- Entydig og systematiseret informationsindsamling om elevers beslutningsmønstre og Handelsgymnasiets image
- Målrettet markedsføring overfor elever og influenter (UU'ere, grundskoler og efterskoler)
- Nyt koncept for præsentationskurser og brobygning
- Udvikling af studieretninger til markedet

Targets	2008	2009	2010	2011
Andel, der har Handelsgymnasiet som førstevalg, set i f.t. antal ansøgere til de gymnasiale uddannelser i Århus-området	18,3 %	20 %	21,5 %	23 %
Ekstraoptag efter uddannelsesstart	40	40	40	40
Antal elever på introduktionskurser (8. klasse)	457	750	700	700
Antal nye studieretninger	0	3		3

Optimering af arbejdsprocesser og –vilkår

Gymnasireformen stiller krav om nye administrative opgaver og arbejdsprocesser samtidig med, at vi må konstatere, at rigtig mange arbejds gange stadig er karakteriseret ved tunge papirgange og mange personers involvering. For at skabe effektivitet i administrationen og frigøre underviserne til det, der er deres primære opgave samt skabe rum for idérigdom og innovation, er det afgørende at få gennemarbejdet og optimeret de centrale administrative processer.

Gymnasireformen stiller ligeledes krav om øget tværfagligt samarbejde og flere pædagogiske metoder i undervisningen, hvilket i øjeblikket ikke i tilstrækkeligt omfang imødekommes af skolens fysiske rammer. Det er derfor afgørende, at vi over de næste tre år får indrettet vores fysiske rammer således, at de ikke længere hindrer den pædagogiske udvikling, de kreative forløb med eleverne og samarbejdet om de tværfaglige opgaver. Det er ligeledes vigtigt, at de fysiske rammer fungerer understøttende for den videndeling, som er ønskelig og nødvendig og som ikke skal og kan foregå virtuelt (fx via Sharenet eller Outlook).

Mål:

- Centrale administrative arbejdsprocesser gennemarbejdes og optimeres
- Tilpasning af fysiske rammer til pædagogik, arbejdsprocesser og struktur

Targets	2008	2009	2010	2011
Flex implementeres	X			
Nyt system til registrering af fravær		x		
Etablering af fysiske rammer, der understøtter teamstruktur		x	x	x
Etablering af fleksible rammer til at understøtte den pædagogiske platform				x

Organisations- og teamudvikling

Handelsgymnasiet er en vidensorganisation karakteriseret ved, at alle medarbejdere har stor viden på hvert deres felt, et stort engagement i elevernes uddannelse og et væld af ideer til, hvordan vi kommer tættere på vores vision om det moderne handelsgymnasium. For at kunne udnytte disse karakteristika er det nødvendigt - i den kommende strategiperiode - at videreudvikle vores team, beslutningsstrukturerne og samarbejdet mellem faggrupperne i og mellem de to huse. Denne udvikling ligger i forlængelse af arbejdet i foregående strategiperiode.

Mål:

- Én kommunikationsplatform på hele Handelsgymnasiet
- Teams har ansvaret for og gennemfører innovative processer/udviklingsprocesser
- Ledelsesbeslutninger i forhold til klasser træffes af klassens lærere
- Ledelsen fungerer som facilitatorer i forhold til enkelte medarbejdere, grupper af medarbejdere og team
- Redefinere faggruppernes formål og opgave

Targets	2008	2009	2010	2011
Al kommunikation med elever foregår via Sharenet		x		
Al intern kommunikation foregår via Sharenet <ul style="list-style-type: none"> • Information • Dialog med større grupper 		x	x	
Antal fejl og nye ideer, der anvendes til handling	Index 100	115	150	250

Pædagogisk udvikling

De første tre år med den nye bekendtgørelse har været præget af arbejdet med at forholde sig til de nye målformuleringer og den nye struktur. Det er derfor vigtigt, at der i de kommende år bliver arbejdet med en ny pædagogisk platform, som indeholder:

- Vores syn på eleverne
- Vores fælles læringssyn

Processen skal være med til at give underviserne et bedre grundlag for mødet og samarbejdet med eleverne om at skabe en god uddannelse. Det faktum, at elevgruppen bliver stadig mere differentieret og stiller stadig større krav til undervisningen, understøtter behovet for innovation – også i den pædagogiske udvikling.

Vi skal hele tiden udvikle nye metoder og ideer til at sætte scenen for elevernes læreprocesser, og vi skal drøfte den måde vi arbejder med eleverne på i relation til f.eks. praksisrelatering, samarbejde og ansvarliggørelse.

Vi forventer, at et øget fokus på pædagogisk udvikling vil være med til at sænke frafaldsprocenten yderligere.

Mål:

- Pædagogisk platform for Handelsgymnasiet.
- Interessebaseret videndeling mellem personer, faggrupper, team og mellem afdelinger.

Targets	2008	2009	2010	2011
Antal dage anvendt til pædagogisk udvikling (pr. pers. pr. år)	1	2	3	2
Pædagogisk platform vers. 1		x		
Kompetencekrav til undervisere			x	
Andel af medarbejdere der i medarbejderundersøgelsen svarer enig eller meget enig i udvalgte spørgsmål i "Medarbejder 2" (Tidspunkter for de næste undersøgelser kendes ikke p.t.)	Index 100 (2007)	115	125	

Arbejdsfællesskaber for elever og personale

I det moderne handelsgymnasium er sociale relationer og muligheder for at afprøve teorierne i praksis afgørende for kvaliteten i uddannelsen. Samtidig er elevernes input og deltagelse vores garanti for, at skolemiljøet er tilpasset skolens elever.

Elevernes deltagelse i markedsførings- og informationsaktiviteter skal sikre, at budskabet om det moderne handelsgymnasium når ud til potentielle elever. Erfaringerne viser, at eleverne er effektive formidlere i relation til kommende ”kunder”, og vi ønsker at øge indsatsen på området.

I arbejdsfællesskaberne opbygges fælles ånd og stolthed og dermed fundamentet for vores fremtidige image.

Mål:

- Involvering af elever i PR og markedsføringsaktiviteter
- Etablering af arbejdsfællesskaber mellem elever og medarbejdere som skal videreudvikle og skabe nye traditioner (skolemiljø)

Targets	2008	2009	2010	2011
Ambassadørkorps		x		
Tutorordning for 1. årselever		x		
Eleverne svarer på spørgsmål på hjemmesiden		x		
Eleverne er en central del af åbent hus		x		
Andel af skolemiljøaktiviteter i arbejdsfællesskab	30%	50%	75%	95%

Til operationalisering af de opstillede mål vil der inden for hvert indsatsområde blive udarbejdet handlingsplaner, der indeholder hovedaktiviteter, flow og ansvarlige.