



**VALGAMAA KUTSEÕPPEKESKUSE**

# **KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA**

**2016 – 2018**

Märts 2016, Tallinn

Koostas: Alfa-Omega Communications



HARIDUS- JA  
TEADUSMINISTEERIUM

## LÄHTEÜLESANNE

Valgamaa Kutseõppekeskuse (VKÕK) kommunikatsioonistrateegia kõige olulisem eesmärk on aidata kaasa organisatsiooni arengukavast tulenevate strateegiliste eesmärkide saavutamisele süsteemse ja juhitud kommunikatsioonitegevuse kaudu. Strateegia lähtub eeldusest, et kommunikatsioon on plaanipärane ja eesmärgistatud tegevus VKÕK võimekuse parimaks esitlemiseks nii sise- kui väliskommunikatsioonikanalite kaudu. Kutseõppekeskuse eesmärkide saavutamiseks peab kommunikatsioonilisi aspekte arvestama kõikide valdkondade otsuste tegemise juures.

Käesolev kommunikatsioonistrateegia sõnastab kaheks õppeaastaks (2016-2018) VKÕK-i eesmärgid, sihtrühmad ning nendeni jõudmiseks fokuseeritud sõnumid ja kommunikatsioonikanalid. See dokument on abivahend, mis aitab püstitada ülesandeid teavituskampaaniate ja muude kommunikatsioonitegevuste planeerimisel ning jälgida nende vastavust kommunikatsiooni strateegilistele eesmärkidele.

Kommunikatsioonistrateegia ei ole detailne tegevusplaan. Detailsemad tegevusplaanid kujundatakse lühemateks perioodideks lähtuvalt kommunikatsioonistrateegia põhimõtetest, kutseõppehariduse valdkonna arengutest ning reaalsest võimalustest ja vajadustest.

## METOODILINE LÄHENEMINE

Kommunikatsioonistrateegia koostamiseks tutvus AOC kõigepealt VKÕK-iga kui kõrvaltvaataja, kasutades, vaid tavatarbijana kättesaadavaid infokanaleid ja materjale. Esmane eelanalüüs (LISA 1) andis hea välispilgu, millisenäeb kooli juhuslik inimene. Analüüsi peamisel online massimeediat, portaale ja sotsiaalmeediat.

Peale esmast välisanalüüsi toimusid mitmed kohtumised kutseõppekeskuse meeskonnaga, mille käigus kaardistati kooli senised kommunikatsioonitegevused ning tulevikueesmärgid. Sealhulgas koostati ka SWOT analüüs, mis tõi välja kooli senised tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud (vt Tabel 1).

Kommunikatsioonistrateegiat koostades kaardistati Valgamaa Kutseõppekeskuse eripärad, võrreldes neid eelkõige tema piirkondlike konkurentidega haridusturul. Analüüsi käigus selgitati välja kooli eripärad ja tugevad küljed, et neid kui konkurentsieeliseid ära kasutada.

Kogutud informatsiooni põhjal koostas AOC VKÕK-i kommunikatsioonistrateegia järgmiseks kaheks aastaks koos sinna juurde kuuluva tegevusplaaniga.

Tugevused	Nõrkused
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaasaegne tehnika</li> <li>• Renoveeritud õppehoone</li> <li>• Meediakajastused kohalikus meedias</li> <li>• Kool pakub huvi välisõppuritele (Läti, Gruusia)</li> <li>• Logistika eriala inglise keelne õpe</li> <li>• Palkmajade ehitus</li> <li>• Õppegruppide mobiilne loomine vastavalt tööturu vajadustele</li> <li>• Suur praktikabaas tuntud ettevõtetes</li> <li>• Aktiivne Facebook sotsiaalmeedia kanalina</li> <li>• Informatiivne koduleht</li> <li>• Piirkonna ettevõtted varustavad kooli vajalike materjalidega</li> <li>• Vähene konkurents piirkondlike kutseharidusasutuste seas</li> <li>• Koolil oma õpilaskodu</li> <li>• Kooli õpetajateks on praktikud reaalses elus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vabariiklikus meedias kajastused puuduvad</li> <li>• Õpiahimulisi põhikoolijärgseid õpilasi on raske tabada</li> <li>• Puudub strateegiline kommunikatsiooniplaan</li> <li>• Mõnedel erialadel õppimise vastu liiga madal huvi</li> <li>• Õpilaste väljalangevus: õppeedukus, õpilaste osavõtt</li> <li>• Kutsehariduse diplomite vähene väärtustamine</li> <li>• Kutsehariduse madal maine üldhariduskooli õpilaste ja õpetajate seas.</li> <li>• Eesti elanike teadlikkus ja arvamus kutseõppest on madal</li> <li>• Valgas on noortel vähe atraktiivseid võimalusi vaba aja veetmiseks</li> <li>• Majas pole tööl stabiilseid õppejõude „ÄSSAD“ puuduvad</li> <li>• Haridus- ja Teadusministeeriumi poolt sõnum, et kutseharidus on võrdne üldkeskharidusega</li> </ul>
<p style="text-align: center;">Võimalused</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Õpilasomavalitsus on ühendavaks kanaliks õpilaste ja juhtkonna vahel</li> <li>• Vabariikliku meedia huvi tõstmine VKÕK vastu</li> <li>• Kooli suurem rahvusvahelistumine</li> <li>• Õpilaste endi valmistatud toodete ja teenuste müük, mille kaudu tutvustada kooli avalikkusele</li> <li>• Aktiivne mitme sotsiaalmeedia kanali kasutamine, mille kaudu jõuda oluliste sihtrühmadeni</li> <li>• Seniste edulugude esiletõstmine ning seeläbi kutseõppe teadlikkuse ja maine tõstmine</li> <li>• Vilistaste aktiivsem kaasamine kooli projektidesse</li> <li>• Kooli ürituste efektiivsem kommunikeerimine avalikkusele</li> <li>• Konverentsi- ja seminariruumide aktiivne kasutamine ürituste korraldamisel avalikkusele (kino/etendused): Kool kui kogukonna tõmbekeskus</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Takistused</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ettevõtetel on ranged piirangud, ei luba õpilasti ettevõttesse, kardetakse tööstusspionaaži</li> <li>• Ühistransport Valga, Viljandi, Tartu vahel on ei sobi kellaajaliselt koolis käimiseks</li> <li>• Kooli kajastused kohalikus meedias ei ole kõigile tasuta lugemiseks</li> <li>• Sihtrühmade madal teadlikkus kutseõppest</li> <li>• Üldhariduse ja kutsehariduse asutuste vaheline konkurents pärsib koostööd</li> <li>• Ettevõtjad ei taha käia koolis loenguid pidamas</li> <li>• Raske leida töökohta väljaspool Valga linna</li> <li>• Tsentraliseerimine raskendab koostööd kohalike ettevõtjatega</li> <li>• Oskustööliste hulgas on ettevõtjatel odavam palgata lätlasi</li> <li>• Üldharidussüsteemis on kõrgemad soodustused õpilastele</li> <li>• Kooli personali kohatine rahulolematust paistab välja ka väljaspool töökeskkonda</li> </ul>

**Joonis 1 - SWOT Valga Kutseõppeasutus**

## KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA

### EELDUSED

Käesoleva kommunikatsioonistrateegia koostamisel eeldati, et kutsehariduse üldise maine tõstmisega tegeleb järgmisel kahel aastal ka Eesti riik läbi oma erinevate institutsioonide.

Käesolev kommunikatsioonistrateegia keskendub konkreetsemalt Valgamaa Kutseõppekeskuse (VKÕK) kohta teadlikkuse tõstmisele, kooli maine parandamisele ja seal õppimisvõimaluste vastu huvi äratamisele ning ei pretendeeri kogu kutseõppehariduse populariseerimisele Eestis.

### ORGANISATSIOONI STRATEEGILISED EESMÄRGID

Organisatsiooni strateegilised eesmärgid vastavad küsimusele, kus VKÕK soovib olla kahe aasta pärast:

- Olla Lõuna-Eesti kõige mainekam ja mobiilsem (tööturu vajadustele kohanev) õppeasutus
- Koolis õppivate õpilaset arv on kasvanud 600ni
- Parendada inimeste sotsiaalset positsiooni ühiskonnas - *toimub tööturu muutustele paindlikult reageeriv, inimest väärtustav, õppija individuaalset arengut ja võimeid arvestav kutseõpe (VKÕK visioon).*

### KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA EESMÄRGID

Kommunikatsioonistrateegia eesmärk on aidata kaasa organisatsiooni strateegiliste eesmärkide saavutamisele. Eesmärgid, mida järgmise kahe aasta jooksul püütakse saavutada läbi kommunikatsiooni on:

- Tööturu vajaduste tuvastamiseks on välja kujunenud efektiivne suhtlemine ettevõtjatega
- Sihtrühmade teadlikkus VKÕK kutseõppe võimalustest ja kooli mobiilsusest on tõusnud

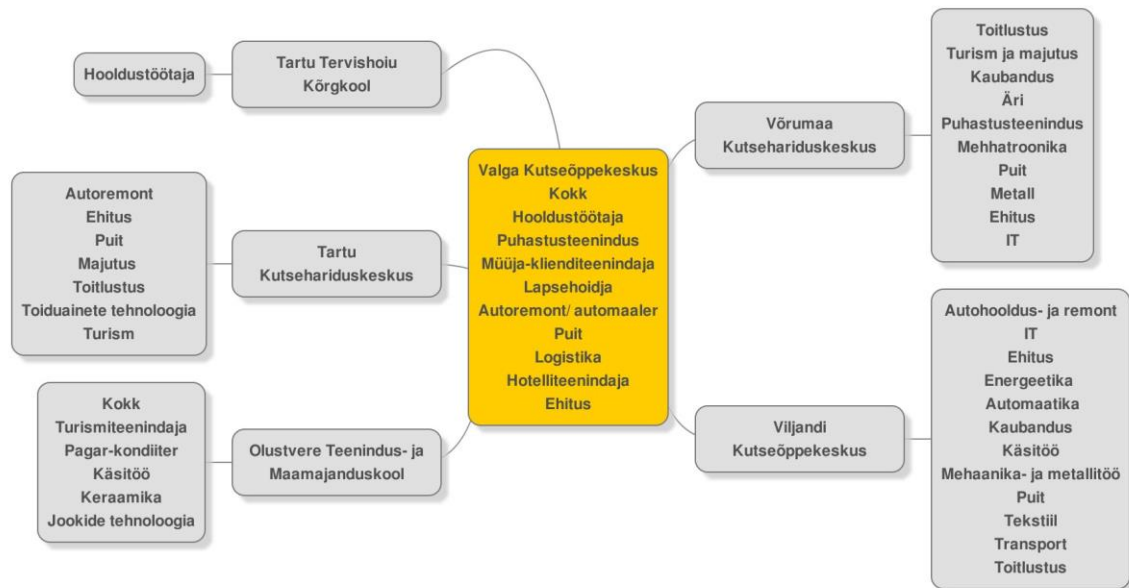
### VÄLIS- JA SISEKOMMUNIKATSIOON

Väliskommunikatsiooni puhul peetakse silmas organisatsiooni suhteid meedia ja avalikkusega. Sisekommunikatsiooni mõiste all käsitletakse organisatsiooni sees toimuvat informatsiooni edastamist ning vahetamist.

### VKÕK POSITSIOONI KAARDISTAMINE KUTSEHARIDUSE TURUL

Kommunikatsioonistrateegiat koostades kaardistati VKÕKi piirkondlikud konkurendid. Selleks võrreldi VKÕKis pakutavate erialade valikut teistes Lõuna-Eesti kutseharidusasutustes õpetatavate ainetega, mis on seotud sarnaste erialadega. Vaatlus näitas, et Lõuna-Eestis saab sarnaseid või samu erialasid õppida veel viies erinevas kutseõppeasutuses. Samas on VKÕK oma maakonna suurim kutseõppeasutus, mis asub Eesti koolidest Läti piirile kõige lähemal. Oma lähedust piirile, kui oma eripära on kool ka ise rõhutanud, näiteks sloganis: POPP kool - Põhjalikud Oskused

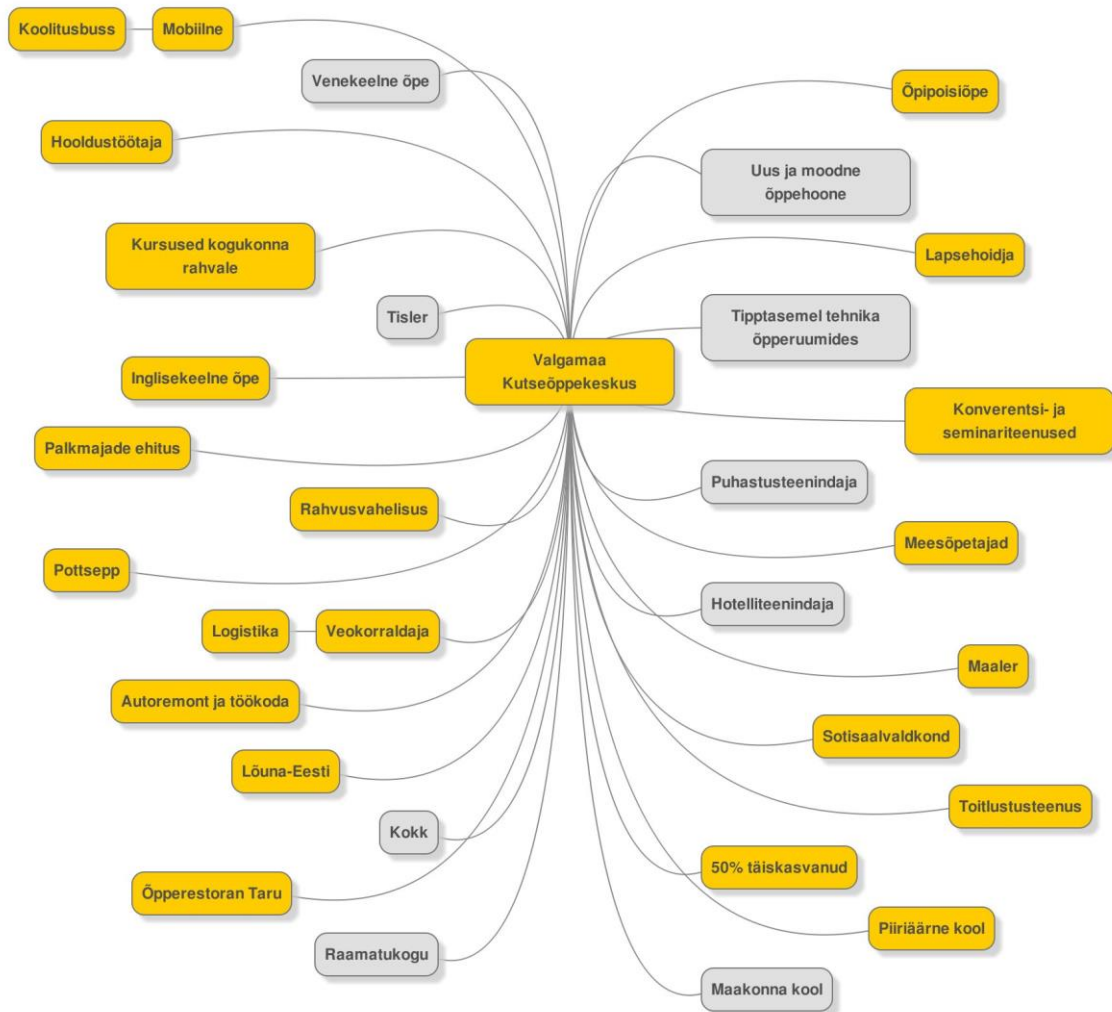
Piirideta Piirikoolist. Oma eripära väljatoomiseks võib tõesti rõhutada enda piirilähedust või teha seda ka väikse kiiksuga – Eesti kõige lõunamaisem kool, Eesti kuumim kool.



Joonis 2 - VKÕK konkurendid

Vaatluse käigus selgitati välja ka VKÕKi eripärad ja tugevad küljed, mida kommunikatsioonis silmapaistmiseks ning konkurentidest eristumiseks ära kasutada. Siinkohal toome välja mõned märksõnad, mida VKÕK oma tuntuse tõstmiseks võiks kasutada: **mobiilsus, meesõpetajad, 50% täiskasvanuid, logistika, palkamajade ehitus, hooldustöötajad, rahvusvaheline ja piiriäärne kool.**

Joonisel 3 on kollase värviga välja toodud märksõnad, mis iseloomustavad just Valgamaa Kutseõppekeskust ning nende iseloomustavate märksõnade kaudu võiks avalikkus VKÕKi osata tulevikus kirjeldada või nimetada mõne väljatoodud sõnadest, kui räägitakse Valgamaa Kutseõppekeskuses. Helehallides klotsides on märksõnad, mis võivad iseloomustada ka mõnda teist kutseharidusasutust peale VKÕKi, kuid on siiski positiivsed märksõnad avalikkusele.



Joonis 3 - VKÕKiga seostuvad märksõnad, mille kaudu võiks avalikkusele kooli tutvustada

## SIHTRÜHMAD JA KANALID

VKÕK kommunikatsioonistrateegias on väliskommunikatsiooni sihtrühmadeks - põhi-ja keskkooli lõpetajad, tööandjad ja ettevõtjad, täiskasvanud potentsiaalsed õppurid, kohalikud omavalitsused ja sidusrühmad, lastevanemad ning üldhariduskoolide õpetajad. Samuti on muidugi sihikul ka laiem avalikkus, kui hoiakute mõjutaja, kuid neid ei ole eraldi sihtrühmana käsitletud. Sisekommunikatsiooni sihtrühmadeks on olemasolevad õpilased, eelkõige noored, ja kooli personal.

VKÕK kommunikatsioonistrateegia keskendub peamiselt õpilaste arvu suurendamisele koolis. Seepärast on peamisteks sihtrühmadeks **põhi-ja keskkooli lõpetajad**. Teine väga oluline sihtrühm VKÕK kooli jaoks on **tööandjad ja ettevõtjad**. Nimelt sõltub VKÕK edu väga palju heast koostööst ettevõtjatega. Esiteks koolitab VKÕK mobiilse koolina just hetkel vaja minevaid spetsialiste, tehes seega ettevõtjatele just nagu kaadri ettevalmistamise tellimustööd. Teiseks on hea koostöö vajalik õpilastele praktikakohtade leidmisel ja ka Öpipoisiõppe rakendamisel, sest see toimib hästi vaid

heas koostöös ettevõtjatega.

Eesmärkide saavutamiseks kaasab kommunikatsioonistrateegia ka teisi sihtrühmi, mis peasisihtrühmi ja tulemust mõjutada saavad.

Sisekommunikatsiooni sihtrühmade puhul on käesolevas kommunikatsioonistrateegias räägitud vaid sisekanalitest, kuid on võetud arvesse, et ka nemad saavad lisaks informatsiooni läbi massimeedia ja teiste avalike kanalite.

Iga sihtrühma puhul on välja toodud just sellele sihtrühmale mõeldud sõnumid ning kanalid, mille kaudu sõnumeid kommunikeerida.

#### Välised sihtrühmad:

- Põhi-ja keskkooli lõpetajad kui potentsiaalsed õpilased
- Tööandjad, ettevõtjad
- Täiskasvanud kui potentsiaalsed Õpipoisiprogrammis osalejad
- Kohalikud omavalitused, teised sidusrühmad
- Lastevanemad
- Üldhariduskoolide õpetajad, info- ja huvijuhid

#### Sisesed sihtrühmad:

- Olemasolevad õpilased – eelkõige noored
- Kooli personal

Allolevas tabelis on välja toodud VKÕKi sihtrühmade koondtabel koos peamiste sõnumite ning kanalitega, mille kaudu on soovitatav sihtrühmale sõnumid edastada.

Sihtrühmad (välised)	Sõnumid	Kanalid
Põhi-ja keskkooli lõpetajad	VKÕKis on palju praktilisi erinevaid erialasi, mis on avatud just tööturu tänaseid vajadusi silmas pidades	Sotsiaalmeedia, omakanal, massimeedia, üritused, info- ja reklaamtrükised
Tööandjad, ettevõtjad	VKÕK on mobiilne ja avatud koostööks	Otsesuhtlus, kooli üritused,
Omavalitused ja teised sidusrühmad	Aidake meil parandada meie piirkonna inimeste sotsiaalset positsiooni ühiskonnas	Otsesuhtlus
Täiskasvanud kui Õpipoisiõppurid	VKÕKs õppimine täiendab Sinu oskusi ning suurendab Sinu võimalusi isiklikul karjäärirajal ning sobiva töökoha leidmisel	Massimeedia, sotsiaalmeedia, üritused
Lastevanemad	VKÕK hoolib oma õpilastest VKÕKs on kaasaegsed õppeklassid ja tunnustatud õppekava ning teie laps saab kvaliteetse hariduse	Massimeedia, üritused, trükised
Üldhariduskoolide õpetajad, infotöötajad	On palju noori, kelle jaoks on kõige sobilikum valik haridusteel kutseharidus, julgustage last tegema tema jaoks õige valik	Otsesuhtlus, üritused
Sihtrühmad (sisesed)	Sõnumid	Kanalid
Olemasolevad õpilased	VKÕK diplom suurendab Sinu võimalusi saada endale	Oma kanalid, sotsiaalmeedia, üritused

	töökoht õpitud erialal, kuid selleks pead kooli lõpetama	
Kooli personal	Oled VKÕKi maine kandja ja kujundaja	Omakanalid , koosolekud

Tabel 1 – VKÕK sihtrühmad, põhisõnumid, kanalid

Järgnevalt on väljatoodud igale sihtrühmale mõeldud sõnumid ning nende edastamiseks soovitavad kanalid.

## VÄLISED SIHTRÜHMAD

### Põhi- ja keskkoolilõpetajad - sõnumid

Noored põhikooli lõpetajad Lõuna-Eesti piirkonnas seisava valikute ees, kas jätkata kooliteed võimalikult kodu lähedal või julgeda minna kaugemale. Kuna noortel ei ole veel head ettekujutust erialadest ja oma tegelikest kutsumustest, siis võib nende jaoks selline argument, nagu kaasaegse tehnikaga varustatud väga suure erialade valikuga kool kodu lähedal, olla väga kõva mõjutaja otsuse langetamisel. Kuid ka neid noori, kes oleks valmis kolima kaugemale ja just tahavadki kodust eemale, tuleks püüda kooli meelitada. Noortes huvi tõstmiseks VKÕKs õppimise vastu räägitakse neile kooli huvitavatest erialadest, praktikavõimalustest ning valitud eriala tööturu võimalustest tulevikus. Noortele rõhutatakse, et kutseharidusega käib koos ka keskharidus ning kutseharidus ei pea tähendama haridustee lõppu.

#### Põhisõnumid:

- **VKÕKis on palju praktilisi erialasid, mis on avatud just tööturu tänaseid vajadusi silmas pidades**
- **VKÕKs õppides saad keskhariduse koos kutseoskusega, mis suurendab Sinu võimalusi tööturul ja elus läbi lüüa**

#### Toetavad sõnumid:

- VKÕKis õppides saad praktilised oskused ja elukutse, mis tagab sulle ka töö
- VKÕKis õppides saad omandada kutsehariduse koos keskharidusega
- VKÕKi õpilased on võimalus osaleda rahvusvahelistel kutseõppe konkurssidel (Erasmus+ , eTwinning)
- VKÕKi õpilased saavad osaleda rahvusvahelistel praktikatel (Malta, Hispaania, Rootsi, Saksamaa, Bulgaaria)
- VKÕKis on kaasaegsed ja tippasemel tehnikaga õppeklassid ning moodsad kooliruumid (õppetöökodad loodud logistikaladu koos tõstukitega, hooldustöötaja ruum koos täisvarustusega, sh voodi, meditsiinilised vahendid, puidutöökoja ruum koos vajalike seadmetega, kokkade õppetöökodad täisvarustuses ning avar köök, autoremonditöökoda, kuhu mahub mitu sõidukit korraga )
- VKÕKis saad õppida rahulikus keskkonnas, heas turvalises ja puhtas väikelinnas
- Kui VKÕKi lõpetaja sooritab kutseeksami, saab ta rahvusvahelise kutsetunnistuse (17 riigil on täielikult toimivad raamistikud: Belgia, Tšehhi Vabariik (osaline KR kutsehariduse jaoks), Taani, Eesti, Prantsusmaa, Saksamaa, Iirimaa, Island, Leedu, Luksemburg, Malta, Norra, Holland, Portugal, Rootsi, Šveits ja Ühendkuningriik)



- VKÕKi lõpetamise järel võid jätkata enda täiendamist kõrgkoolis
- Lõpetamise järel võib hoopis alustada karjääri ettevõtjana
- VKÕKis on õpilastele soodustused (õpilaskodu–üksinda kahese toa kasutamine 50€, Õppetootus – kui õpilane õpib statsionaarses õppes, tal ei ole õppevõlgnevusi ega muid kooli sisekorraeeskirja rikkumisi, eritoetus–õpilasele, kes on olukorras, kus majanduslikud asjaolud takistavad õpinguid, sõidutoetus, ühiselamu maksust vabastus kui keskmine hinne on vähemalt 4,6 ja ei esine muid sisekorraeeskirjade rikkumisi)
- VKÕKis saab õppida logistikuks inglise keeles, ja saada rahvusvaheline töökoht
- VKÕKis saad õppida palkmajade ehitajaks, mis on väga nõutud elukutse – Eesti riik on kuulus maailmas oma palkmajade poolest, puitmajad on Eestile oluline eksporditav – saad meistrina Eesti riigi tuntusele kaasa aidata
- VKÕKis on palju meesõpetajaid, mis on iga kooli tõeline unistus
- VKÕKis on oma õpperestoran, kus saad end praktika käigus proovile panna (näiteks: harjutada laudade teenindamist)
- VKÕKis on nii palju erialasid, et kindlasti leiad endale sobiva (kokk, hooldustöötaja, veokorraldaja müüja-klienditeenindaja, lapsehoidja, pottsepp, sõiduautotehnik, tisler, maaler, puhastusteenindaja, hotelliteenindaja)
- VKÕKis õpib ka väga palju täiskasvanuid (50%), mis näitab, et kooli õpetajad on väga kõrgel tasemel spetsialistid, kellel on teadmisi ja kogemusi, mida jagada
- VKÕK õpetajad on ise osavad praktikud, nad teevad seda tööd, mida teistele õpetavad, ka päris elus!

### **Põhi-ja keskkooli lõpetajad - kanalid**

Noorteni jõudmisel tuleb silmas pidada, et nende infoallikad erinevad täiskasvanute omadest. Kõige enam kasutavad sihtrühma kuuluvad noored informatsiooni saamiseks erinevaid sotsiaal- ja online meedia kanaleid. Seepärast on ka kommunikatsioonistrateegias keskendutud peamiselt nimetatud meediumitele.

- **Sotsiaalmeedia**
  - Noorte poolt kasutatavad Facebook lehed (Rajaleidja, kutseharidus.ee) blogid Instagram, YouTube, Twitter
- **Omakanalid**
  - VKÕK koduleht
  - VKÕK Facebook
- **Massimeedia**
  - Online massimeedia, sealjuures kohalikud meediakanalid
  - Kohalikud meediakanalid
  - Läti piiriala kohalik meedia
  - Noorte hulgas populaarsed raadiokanalid
  - Noorte hulgas populaarsed telesaated
- **Üritused**

Sõnumite levitamiseks saab kasutada üritusi nii koolis sees kui ka väljaspool. Kuna piirkonnas ei ole palju vabaaja veetmise võimalusi, **saab kool seda olukorda noorte inimeste enda juurde meelitamiseks ära kasutada**, korraldades kasvõi noorte tantsuõhtuid ja poppmuusika kontserte oma avaras ja ilusas saalis.

- Avatud uste päevad
  - Kontserdid ja tantsuõhtud
  - Rahvateatri etendused
  - Kinoõhtud koos külalisega, kellega järgneb diskussioon filmi teemal, pakutakse õpilaste valmistatud suupisteid
  - Mängudeõhtu (PlayStation) piirkonna noortele
  - Õpilastööde näitused ja näitusmüügid
  - Kunstinäitused, käsitöölaadad
  - Haridusmessid (Teeviit)
  - Töömessid (Orienteer, Intellektia, Oska, Vali Nutikalt)
  - Teiste koolide kokkulepitud grupis külastuskäigud
  - VKÕK infostendid ja plakatid (põhi)koolides
- **Info- ja reklaamtrükised**  
Üheks võimalikuks kanaliks on erinevaid informatiivsed VKÕKis õppimisvõimalusi tutvustavad trükised, mida levitada väljaspool kooli.
    - infovoldikud
    - flaietid
    - plakatid
  - **Info- ja reklaamtrükised**
    - VKÕKi informatsiooniga voldikud, infokirjad, flaietid
    - VKÕK plakatid

### **Tööandjad ja ettevõtjad - sõnumid**

Tööandjad ja ettevõtjad on tegelikult kutseõppeasutuste tööst peamised kasusaajad, sest kool valmistab neile „tellimustööna“ ette täpselt õiget kaadrit. Samas on nad koolile väga olulised partnerid, sest pakuvad koolile nii vajalikke praktikakohti. Koostöö käib ka Õpipõisiõppe raames, mis on mõlemale osapoolle oluline ja kasulik – üks saab endale motiveeritud õppureid ja teine saab koolitatuma kaadri.

Kuna VKÕKis on palju erialasid, siis on koolil vaja ka palju partnereid ettevõtjate seas. Koostöö seisneb ka veel selles, et ettevõtjad varustavad vahel kooli toor-materjalidega õppetöök.

#### Põhisõnum:

- **VKÕK arvestab õppegruppide loomisel tööturu vajadustega olles valmis kiirelt reageerima** (keskkonnateadlik kutseõppeasutus, kus toetatakse ettevõtete ja piirkonna arengut ja toimub tööturu muutustele paindlikult reageeriv, inimest väärtustav, õppija individuaalset arengut ja võimeid arvestav kutseõpe)

- VKÕK ootab tööandjatelt varakult informatsiooni nende vajaduste kohta tööjõu osas

#### Toetavad sõnumid:

- VKÕK on avatud koostöökõigi ettevõtjatega
- VKÕK ootab tööandjatelt praktikavõimalusi oma õpilastele. Parimad töötajad saad oma ettevõttesse, kui võimaldad VKÕKi õpilastel käia eelnevalt praktikal
- VKÕK on mobiilne ja avatud koostöökõ; kool korraldab õppetööd gruppidele vastavalt tööturu vajadustele, tehes seda kiiresti ja paindlikult
- VKÕK lõpetajate hulgast leiad ettevõttesse sobiva kvalifikatsiooniga oskustöölisi
- Õpipoisiõppe vahendusel saad vastavalt oma ettevõtte vajadustele välja õpetada sobiva töötaja
- VKÕK korraldab koolitusi reaalses töökeskkonnas, koolil on selleks vahva õppebuss! (vineeritöötlus)
- VKÕK võtab osa kompetentsikeskuste tegevustest (Rakvere Tark Maja, Polli-Tartu Maaülikool, väikelaeva ehitaja Kuressaare ametikooli, rehabilitatsioon Haapsalu, Valgasotsiaalvaldkond-hõbemajandus)

#### **Tööandjad ja ettevõtjad - kanalid**

Tööandjatele ning ettevõtjatele suunatud kommunikatsiooni eesmärgiks on tekitada hea otsekontakt VKÕK ja sihtrühma vahel. Vahetu ja efektiivse suhtluse tulemusena toimub ladus ja edukas koostöö, seepärast on otsesuhtlust kommunikatsioonistrateegias käsitletud ka selle sihtrühma puhul peakanalina. Lisaks otsesuhtlusele saab edukalt informatsiooni edastada ja vahetada ka sellistel üritustel, kus on samuti võtmeroll personaalsel suhtlemisel. Oluline tähtsus on ka massimeedia, sest tööandjad ja ettevõtjad on aktiivsed meediatarbijad, et end reaalse eluga pidevalt kursis hoida

- **Otsesuhtlus**
  - E-posti saajate nimekiri juba olemasolevatest partnerettevõtetest
  - Inglise- ja venekeelsed otsepostitused Läti piiriala ettevõtjatele, eriala liitudele
  - Kohtumised, ümarlauad
- **Uus loodav kanal** – kooli uudiskiri, mis ilmub elektrooniliselt kord kvartalis
- **Üritused**
  - Koostööpartnerite päevad
  - Kutsemeisterlikkuse võistlused
  - Ettevõtjate ja sidusrühmade üritustel VKÕK kohta info jagamine
  - Lõputööde kaitsmised
  - Praktika kaitsmised (praktikajuhendaja ettevõttes)
  - Õpipoisiõppe lõpuüritused
  - Ettevõtjate kutsumine kooli külla
  - Ettevõtjatega kohtumised väljaspool kooli vabamas õhkkonnas – golfirajal jne
- **Massimeedia**

- Vabariiklikud päevalehed, nädalalehed (sh vene keeles)
- Läti piirialade kohalik meedia, mida ettevõtjad loevad
- Päevalehtede erilehed ja ajakirjad
- Raadiokanalid, Televisioon
- **Online portaalid**
  - [www.innove.ee](http://www.innove.ee); [www.kutsepraktika.ee](http://www.kutsepraktika.ee); [www.employers.ee](http://www.employers.ee);
  - Uudisteportaalid

### **Omaavalitsused ja teised sidusrühmad**

Kohalikud omaavalitsused ja erialaliidud on kursis kohaliku tööelu olukorra ja vajadustega, samuti saavad KOVID kooli käekäigule kaasa aidata. Seepärast on oluline nende organisatsioonidega olla heas suhtluses. Neile suunatud sõnumite eesmärk on teavitada, et VKÕK on õppimiseks kõigile avatud ning kool panustab Lõuna-Eesti inimeste elukvaliteedi parandamisse mitmel viisil.

#### Põhisõnum:

- **Aidake meil parendada meie piirkonna inimeste sotsiaalset positsiooni ühiskonnas**

#### Toetavad sõnumid:

- VKÕK pakub kutseõpet väga mitmel erialal, mis teeb võimalikuks inimestel jääda kodukanti, saada samas rahuldust pakkuv töökoht, mis omakorda võimaldab inimestel panustada kogukonna arengusse (kokk, hooldustöötaja, veokorraldaja müüja-klienditeenindaja, lapsehoidja, pottsepp, sõiduautehnik, tiskler, maaler, puhastusteenindaja, hotelliteenindaja)
- VKÕK on efektiivne kool vaid siis, kui ettevõtjad ja teised teevad nendega head koostööd. Koolil on vaja teie abi, et saaks teile omakorda vastu kasulik olla
- VKÕK on avatud ka rahvusvahelistele õpilastele, seepärast on kool just see, mis võib Valgamaale ja Valga linnale kuulsust tuua. Panustagem koos kooli edusse, sest see toob pikemas perspektiivis kasu kõigile, kogu piirkonnale.

### **Omaavalitsused ja teised sidusrühmad - kanalid**

Ka selle sihtrühmaga suhtlemisel on oluliseks vahetu kontakt ja personaalne lähenemine, sest sihtrühm on pigem kitsas ja saab tõenäoliselt niigi palju informatsiooni paljudest allikatest.

- Otsesuhtlus
  - E-posti saajate nimekiri erialaliitudest
  - E-posti nimekiri kohalike omaavalitsuste võtmeisikutest
- Uus loodav kanal – kooli uudiskiri, mis ilmub elektrooniliselt kord kvartalis
- Üritused
  - Sidusrühmade üritustel VKÕK kohta info jagamine
- Massimeedia
  - Vabariiklikud päevalehed, nädalalähed
  - Raadiokanalid, televisioon

- Online portaalid
  - [www.kutsepraktika.ee](http://www.kutsepraktika.ee)

### **Töökohapõhise (sh Õpipoisi) õppe kandidaadid - sõnumid**

Sellesse sihtrühma kuuluvad täiskasvanud inimesed, kes on juba mingil erialal tööl, ning kelles peitub soov end haridusteel veelgi täiendada, ringi õppida või oma oskuseid parendada. Sihtrühm mõistab elukestva õppe tähtsust ning tulevikuperspektiivis arvestatakse, et vanemaealistel tuleb tööturul olla kauem aktiivne. Seega on selle sihtrühma sõnumid suunatud täiskasvanute motiveerimisele, et nad tuleksid uuesti õppima ning end täiendama Õpipoisiõppe raames.

#### Põhisõnum

- **VKÕKis saad õppida Õpipoisi programmi all, mis on riiklikult toetatud ja kõigile osapooltele kasulik lahendus**

#### Toetavad sõnumid

- VKÕK on suuresti täiskasvanute kool, siinsetest õpilastest 50% on täiskasvanud, seega ei pea Sa end koolipingis teiste seas kuidagi kummaliselt tundma; saad õppida koos teiste omaealiste töö kõrvalt õppijatega
- VKÕKs õppimine täiendab Sinu oskusi ning suurendab võimalusi karjäärirajal ja sobiva töökoha leidmisel
- VKÕKis õppides saad uued oskused või täiendada neid, mis on (puidutöö, kokandus, autoremont, logistika, hooldaja töö)
- VKÕKis õpetavad Sind oma ala spetsialistid, kes on praktikud; nad teevad seda tööd ka päriselus ja seega võib nende professionaalsust usaldada
- VKÕKs on kaasaegsed ja tippasemel tehnikaga õppeklassid ning moodsad kooliruumid
- VKÕK lõputunnistusega saad teha kutseeksami ning saada rahvusvaheliselt kehtiva kutsetunnistuse
- VKÕK lõpetamise järel võid jätkata õpinguid kõrgkoolis
- Õpipoisi õppega saad ühendada oma õppetöö ja olemasoleva töökoha

### **Töökohapõhise (sh Õpipoisi) õppe kandidaadid - kanalid**

Täiskasvanute tagasi kooli tulema motiveerimiseks ning nende informeerimiseks Õpipoisi õppe võimalusest sobib hästi massimeedia, sest nii jõuab võimalikult suure auditooriumini. See sihtrühm on lai ja ei ole ju täpselt teada, keda selline võimalus võiks huvitada. Heaks kommunikatsioonikanaliks on kohalikud meediakanalid – nt Valgamaalne. Võib kasutada ka kaupluste sisekanaleid ja muid avalike kohtade sisekanalid ja infostende.

Õpipoisi programmi tutvustamise üheks kanaliks on muidugi ka sektori tööandjad ja ettevõtted. Neis ettevõtetes saab levitada trükiseid või korraldada koostöös ettevõtjatega infotunde tutvustamiseks Õpipoisi õppevõimalusi.

- **Kooli koduleht**
- **Haridusportaalid**

- Innove.ee
- kutseharidus.ee
- Rajaleidja.ee
- **Sotsiaalmeedia**
  - VKÕK Facebook
  - YouTube
- **Massimeedia**
  - Vabariiklikud ja kohalikud päeva- ja nädalalehed
  - Raadiokanalid (KuKu, Vikerraadio, Raadio 4)
  - Televisioon (ETV, ETV+, Kanal2, TV3, TallinnTV)
- **Üritused**
  - Lahtiste uste päevad
  - Kooliruumides toimuvad avalikud üritused
  - Piirkondlikud üritused-laadad, messid, Romu Ralli, Grillfest, Barbeque võistlused, Lõuna-Eesti ralli
- **Info- ja reklaamtrükised**
  - VKÕK infomaterjalid/plakatid kohalikes asutustes
  - Innove infokirjad, voldikud, infokirjad, flaierid

### **Lastevanemad - sõnumid**

Kommunikatsiooni strateegiliseks eesmärgiks selle sihtrühma puhul on sõnumid, mis kannavad endas informatsiooni, et kutseharidus on samaväärne kui keskharidus ning sellega ei pruugi lõppeda teie lapse karjäär. Teisisõnu püütakse tõsta lastevanemates positiivset suhtumist VKÕKs omandatava kutseõppehariduse vastu ja motiveerida oma last tegema valikuid, mida tema ise õigeaks peab.

#### Põhisõnum

- **VKÕK annab teie lapsele praktilised oskused, mille järele on tööturul nõudlus; samas saab laps huvi korral õpinguid hiljem jätkata**

#### Toetavad sõnumid

- VKÕKs on kaasaegsed õppeklassid ja tunnustatud õppekava ning teie laps saab kvaliteetse hariduse
- VKÕK hoolib oma õpilastest; teie laps on kindlates kätes
- VKÕK lõputunnistusega saab teha kutseeksami, mis annab rahvusvahelise kvalifikatsiooni
- VKÕKis on õppimiseks rahulik ja turvaline keskkond
- Koolil on palju meesõpetajaid ja palju (50%) täiskasvanud õpilasi, seega on koolis distsiplineeritud õhkkond
- Kooli õpetajad on praktikud oma eriala, neil on, mida õpetada
- Teie laps saab jätkata õpinguid kõrgkoolis ka pärast kutsehariduse
- Pärast kooli võib laps saada oma oskustega tööd ka iseseisva ettevõtjana
- VKÕK diplom tõstab teie lapse võimalusi tööturul ja ka üldse elus edukas olla
- Teie laps saab osaleda lähetusprojektides ka pärast kooli lõpetamist – Malta, Hispaania, Rootsi, Saksamaa, Bulgaaria

## Lastevanemad - kanalid

Lastevanemateni jõudmiseks läbi kommunikatsiooni tuleb meeles pidada, et see sihtrühm, vanusevahemikus 35-55, tarbib erinevalt noortest rohkem massimeediat, märkimisväärsel hulgal ka trükimeediat; seda on silmas peetud ka kommunikatsioonikanalite valikul.

- **Massimeedia**
  - Kohalikud meediakanalid
  - Vabariiklikud päeva- ja nädalalehed
  - Online meedia ja portaalid
  - Päevalehtede kooliteemalised erilehed ja ajakirjad
  - Raadiokanalid, televisioon
  - Kaupluste siseraadid, stendid, siselehed
- **Haridustemalised online portaalid**
  - Rajaleidja.ee, www.ekool.ee, [www.kutsepraktika.ee](http://www.kutsepraktika.ee)
  - [www.kutseharidus.ee](http://www.kutseharidus.ee), [www.innove.ee](http://www.innove.ee)
- **Info- ja reklaamtrükised**
  - Infotrükised ja plakatid piirkondlikes asutustes (kaubanduskeskused)
- **Üritused**
  - VKÕKis toimuvad üritused
  - Lahtiste uste päevad
  - Avalikud üritused koolis ja mujal - laadad messid
  - Romu-rallid, autorallid

## Üldhariduskoolide õpetajad ja infotöötajad - sõnumid

Selle sihtrühma puhul on oluline tõsta positiivset suhtumist ja avatust VKÕKis õpetatava kutseõppe vastu. Sõnumite eesmärk on viia sihtrühmani sõnum, et VKÕKis õppides saab laps üheaegselt omandada nii vastava eriala oskused kui ka keskhariduse. Laste nõustajad peaks lapsi julgustama valima eriala kohalikus koolis, kui on näha, et see neile sobib. Nii on lapsel kohe suuremad väljavaated ka tööturul ja alati saab ju minna edasi õppima - kutsekool ei pruugi olla koolitee lõpp.

### Põhisõnum:

- VKÕKis õppides saab õpilane kutsetunnistusega ka keskhariduse, mis avardab tema võimalusi tööturul; julgusta last volehäbita valima kutsekool, kui on näha, et see talle sobiks.

### Toetavad sõnumid:

- On palju noori, kelle jaoks on kõige sobilikum valik haridusteel kutseharidus, julgustage last tegema tema jaoks õige valik

- VKÕKs on tööturu vajadustele vastav õppekava ning laps saab lõpetades suunduda erialasele tööle
- VKÕK lõpetajad pigem leiavad kui ei leia endale piirkonnas sobiliku töökoha; alati saab end hiljem täiendada ja kõrgkooli edasi minna, kui VKÕK vilistlased ei jää töötuks – see on kogu Lõuna-Eesti kogukonnale hea.

### **Üldhariduskoolide õpetajad ja infotöötajad - kanalid**

Ka selle sihtrühma puhul on oluline kommunikatsioonikanal personaalne ja näost-näku suhtlemine. Vahepeelne suhtlus aitab kaasa VKÕKis õpetatavate erialade tutvustamisele ning nende atraktiivsuse tõstmisele üldhariduskoolide personali silmis. Ka suust suhu leviv informatsioon põhi- ja keskkooli töötajate hulgas omab suurt rolli kommunikatsioonis. Seetõttu on kommunikatsioonistrateegias käsitletud peakanalina otsesuhtlust ning üritusi, kus kommunikatsiooni vormiks on otsekontakt.

- **Otsesuhtlus**
  - E-posti saajate nimekiri
- **Uus loodav kanal – kooli uudiskiri**, mis ilmub elektrooniliselt kord kvartalis
- **Üritused**
  - Lahtiste uste päevad
  - Haridusmessid (Teeviit)
  - Töömessid
  - Kutsemeisterlikkuse võistlused,
- **Haridusteemalised online portaalid**
  - [www.rajaleidja.ee](http://www.rajaleidja.ee), [www.opleht.ee](http://www.opleht.ee), [www.kutseharidus.ee](http://www.kutseharidus.ee), [www.innove.ee](http://www.innove.ee), [www.koolielu.ee](http://www.koolielu.ee), [www.ekool.ee](http://www.ekool.ee), [www2.archimedes.ee](http://www2.archimedes.ee), [www.kutsepraktika.ee](http://www.kutsepraktika.ee)
- **Massimeedia**
  - Kohalikud lehed
  - Õpetajate leht
  - Vabariiklikud päevalehed
  - Päevalehtede kooliteemalised erilehed ja ajakirjad (Kooli ABC (ÕL), Laps ja Pere (ÕL), Koolilõpu eri (ÄP), Jälle kooli (ÄP), Koolileht (EE), Pere ja Kodu
  - Raadiokanalid, televisioon

### **SISESED SIHTRÜHMAD**

#### **Olemasolevad õpilased - sõnumid**

Olemasolevad õpilased on VKÕKi juba valinud. Seega on mingil hetkel nendeni jõutud ja suudetud kooli vastu ka piisavalt huvi tekitada. Kuid kuna koolist on väljalangevus päris suur, siis on oluline olemasolevatele õppuritele aeg-ajalt meelde tuletada neid väärtuseid, miks nad selle kooli kunagi valisid. Lisaks saab õpilaste kinnistamiseks rääkida koolis toimuvatest sündmustest, konkurssidest ning teistest tegevustest, kus nad saavad kaasa lüüa ja ennast arendada, proovile panna. Samuti oleks hea, kui personal või tugiisik hoiaks igal õpilasel silma peal, ja kui on näha, et laps on oma valikus kahtlema hakanud, saaks temaga arutada alternatiivsete võimaluste kohta koolis sees



(vahetada eriala, pikendust jne). Võimalik, et õpilaste meeleolude tunnetamiseks oleks vaja regulaarseid vestluseid õpetajaga või julgustada õpilasi läbi sisekanalite oma kõhklustest rohkem rääkima; seda enne, kui nad otsustavad kooli pooleli jätta.

#### Põhisõnum:

- **VKÕK diplom suurendab Sinu võimalusi saada endale töökoht õpitud erialal, kuid selleks pead kooli lõpetama**

#### Toetavad sõnumid:

- VKÕKis õppides saad kvaliteetse praktika tuntud ettevõtetes, mis tõstab Sinu CV väärtust tööandjate silmis
- VKÕKs on õpilasomavalitsus, milles kaasa löömine annab võimalusi eneseteostuseks
- VKÕK annab sulle võimaluse osaleda erialastel konkurssidel, kus saad end proovile panna (Eesti parima restoraniteenindaja kutsemeistrivõistlus, Nupp Nokib, Noor Meister)
- VKÕK võimaldab oma õpilastele toetusi ning stipendiume (õppetoetus – kui õpilane õpib statsionaarses õppes, tal ei ole õppevõlgnevusi ega muid kooli sisekorraeskirja rikkumisi, eritoetus – õpilasele, kes on olukorras, kus majanduslikud asjaolud takistavad õpinguid, ühiselamu maksust vabastus kui keskmine hinne on vähemalt 4,6 ja ei esine muid sisekorraeskirjade rikkumisi, sõidutoetus)
- VKÕK partnerettevõttes praktiliselt olles, võid leida oma unistuste töökoha
- VKÕK õpilased saavad oma kätega luua tooteid ning pakkuda teenuseid, mille eest päriselt makstakse – autoremonditöökoda
- Kui kahtled oma valitud eriala sulle sobilikkuses, räägi kõigepealt oma õpetajaga ja teiste kogenud täiskasvanud inimestega; ära löö kohe käega

#### **Olemasolevad õpilased - kanalid**

Selle sihtrühmaga suheldakse peamiselt kooli sisekommunikatsiooni kanalite kaudu, võttes arvesse ka seda, et noored hangivad rohkelt informatsiooni läbi online meediumite.

- **Üritused**-mõjutavad kõige rohkem!
  - Romu ralli, Grillfest, Barbeque võitlused, Gruusia õhtusöök
- **Omakanalid**
  - ÕIS
  - E-mailide listid erialade kaupa (rühmajuhendajad, rühmameilid)
  - VKÕK Facebook
  - Facebookis kooli õpilastel ka oma kommuun
  - VKÕK koduleht
  - VKÕK siseTV
  - VKÕK maja sisesed stendid, infotahvlid, "infoauto"
  - Uudiskirjad
- **Arenguestlus** õpetaja ja õpilase vahel
- **Sotsiaalmeedia**
  - Rajaleidja Facebook, Kutseharidus.ee Facebook,

## Kooli personal - sõnumid

Ka VKÕK personal vajab aeg-ajalt meeldetuletamist, et nende töö on väga oluline nii koolile, õpilastele, kui ka kogu kogukonnale. Kool väärtustab oma personali ja soovib, et neil oleks head tingimused oma tööle pühendumiseks ja professionaalseks enesearenguks.

### Põhisõnum

- **Oled VKÕKi maine kandja ja kujundaja**

#### Toetavad sõnumid:

- VKÕK õpetajatel on oluline roll oma kogukonna inimeste elu täisväärtuslikumaks muutmisel
- VKÕK on kaasaegne ja pidevalt arenev tööandja
- VKÕKs töötavate õpetajate kasutuses on õpilaste juhendamisel tiptasemel tehnika, mis motiveerib õpetajaid oma valdkonnas enesearenduseks
- VKÕK väärtustab ja hindab oma personali läbi erinevate preemia- ja tunnustussüsteemide. Näiteks vähemalt üks kord aastas käiakse stažeerimas välisriigis, õppereisidel jm
- VKÕK toetab õpetajate omaalgatuslikke ettevõtmisi

## Kooli personal - kanalid

Kooli personaliga suheldakse samuti peamiselt läbi VKÕK sisekommunikatsiooni kanalite

- **Omakanalid**
  - ÕIS
  - VKÕK Facebook
  - VKÕK koduleht
  - E-mailide listid erialade kaupa (rühmameilid)
  - VKÕK siseTV
  - VKÕK uudiskiri
  - VKÕK maja sisesed stendid, õpetajate stend,
- **Koosolekud**
  - Juhtkondade koosolek, valdkonna koosolek
- **Üritused/arenguseminarid**
  - 2x aastas suured seminarid
  - Efektiivselt aja kasutamise seminar
  - Motivatsioonikoolitus
  - Ühised meelelahutusüritused – näituste külastused, teater
  - Suveseminar
  - Jõulupidu üheskoos teiste koolidega

## KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA TSÜKLILISUS

Valga Kutseõppeasutuse kommunikatsioonistrateegia tegevuste planeerimisel on võetud arvesse koolielu tsüklilisust aasta-ringselt. Erinevatel perioodidel aastas on kooli kommunikatsioonivajadused erinevad; seepärast erinevad tsükliliselt ka peamised sihtrühmad ja nendele suunatud sõnumid. Käesolev kommunikatsioonistrateegia ja tegevuskava on jaotatud tinglikult neljaks erinevaks tsükliks, millest igal on oma kindel rõhuasetus. Kuna VKÕKi õppeaasta ei alga jaanuariga, siis on ka esimese tsükli alguseks september.

### **I tsükkel: september - detsember**

Esimene kommunikatsioonitsükkel kestab ligikaudu neli kuud. Sellel perioodil on peamiseks sihtrühmaks koolis juba õppivad õpilased, nii esmakursuslased kui ka juba vanemad õppurid. Esmakursuslaste puhul püütakse neid aktiivselt kaasata kooliellu, vanemate õppurite puhul motiveeritakse neid edasi õppima kinnistades neid kooli tegevustesse (kutsemeistrivõistlused, tugiõppeprogramm, ürituste korraldamine). Põhjus, miks sel perioodil keskendutakse sisekommunikatsioonile on see, et sügisel ei tehta aktiivseid valikuid õppima minekuks ning seega on tähelepanu pööratud olemasolevate õpilaste kinnistamisele kooliellu.

Peamine sihtrühm: olemasolevad õpilased

Peamine fookus: hoida õpilasi motiveerituna

### **II tsükkel: jaanuar – märts**

Teine kommunikatsioonitsükkel kestab umbes kolm kuud, kus peamisteks sihtrühmadeks on üldhariduskoolide lapsevanemad, samuti karjäärinõustajad. Kõrvalsihtrühmaks on potentsiaalsed uued õpilased. See on periood, mil põhikoolide lapsevanemad hakkavad tähelepanu pöörama oma lapse edasi õppimise võimalustele. Sel perioodil tutvutakse aktiivselt õppimisvõimalustega, kuid reeglina lõplikku valikut veel ei teha. Teise tsükli kommunikatsiooni eesmärk on jõuda laste otsuste mõjutajateni.

Peamine sihtrühm: üldhariduskoolide lapsevanemad, karjäärinõustajad

Peamine fookus: VKÕKi kooli ning seal õpitavate erialade tutvustamine lastevanematele

### **III tsükkel: aprill – juuni**

Kõige aktiivsem kommunikatsiooni periood, mil peamiseks sihtrühmaks on potentsiaalsed õpilased. Kommunikatsiooni kaudu püütakse neid suunata tegema valik VKÕKi kasuks. Sel perioodil on soovitatav kasutada ka ostetud reklaame, et saada suurem kõlapind.

Peamine sihtrühm: üldhariduskoolide lõpetajad

Peamine fookus: VKÕKi kooli eeliste selgitamine potentsiaalsetele õpilastele

#### IV tsükkel: juuli – august

Enamus on oma valiku õppimise valdkonnas teinud. Kommunikatsiooni sihtrühmadeks on potentsiaalsed õpilased, kes ei ole veel valikut teinud ja ka õpetajad. Õpetajatele saab korraldada motiveerivaid üritusi, et nad sügisel heal meeles koolis tööd jätkaksid. Samuti saab kooli meelitada veel uusi õpetajaid.

Peamine sihtrühm: õpetajad, hilised otsustajad õppurid

Peamine fookus: VKÕKi kooli kui hea töökeskkonna tutvustamine õpetajatele ja tugipersonalile

Mis puudutab **ettevõtjaid ja sidusrühmi**, siis nendega toimub koostöö **kõigis neljas tsüklis**. Nimelt vajab kool võimalusi praktikaks, samuti jooksvat informatsiooni tööturu trendide kohta aastaringselt. **Õpipoisiõppuritele** suunatakse intensiivsemalt kommunikatsiooni läbi tööandjate vahetult enne nende uue õppeperioodi algust, kaks korda aastas.

## TEGEVUSKAVA

Järgnevalt on toodud koondloetelud võimalikest kommunikatsioonitegevustest eesmärkide saavutamiseks. Tegevused on grupeeritud kaheks nii, et kumbki neist vastab ühele organisatsiooni peamisele tegevuseesmärgile

### **Koolis õppivate õpilaste arv on kasvanud 600ni**

- Info- ja karjäärinõustamiskeskuse kaudu VKÕKi tutvustava info levitamine
- VKÕK õpilaste ja vilistlaste edulugude kajastamine meedias
- Põhikoolide ja gümnaasiumide külastused VKÕKsse, avardamaks uute õpilaste silmaringi ning tekitades neis huvi VKÕK vastu
- VKÕK õppimisvõimaluste tutvustamine haridusteemalistel üritustel (Teeviit, Orientiir, Intellektika, Vali Nutikalt)
- VKÕK infrastruktuuri reklaamimine seminaride, konverentside ja teiste ürituste toimumiskohana
- Reklaamplakat Tartu Lõunakeskusesse
- Individuaalne lähenemine probleemsetele õpilastele
- Sotsiaaltöötaja suurem roll õpilaste õppeedukuse parendamisel

### **VKÕK on Lõuna-Eesti kõige mainekam ja mobiilsem õppeasutus**

- Regulaarsed kohtumised ettevõtjate ning tööandjatega, et saada infot tööturu vajadustest
- Meediakajastuste tootmine (pressiteated, artiklid, raadio- ja teleintervjuud), sh ka vabariiklikul tasemel
- Intervjuud/edulood kutsemeistrivõistluste osalejatega/finalistidega/võitjatega
- Näidistundide korraldamine Lõuna-Eestist pärit tuntud inimestega (esinemised, osalemised tundides)
- Tisleriõpilased teevad prototüüpe kuulsatele disaineritele - meediakajastus
- Arendada koostööd haridusteemal kirjutavate ajakirjanikega (infopäevad ajakirjanikele kooliruumides, ajakirjanik õppuri varjuna)
- Kooli traditsioonide arendamine - tähtpäevade traditsiooni juurutamine ühisürituste kaudu ning nende kajastamine meedias
- VKÕKi tutvustamine läbi õppe-cateringi ja õppe-töökoja teenuste kohapeal, meedias ja sotsiaalvõrgustikes

### **TEGEVUSED SIHTRÜHMADE LÕIKES**

#### **Põhi- ja keskkooliõpilased - tegevused**

- VKÕK õppimisvõimaluste tutvustamine põhikoolides (flaierid, infotrükised, plakatid)

- Infopäevade/avatud uste päevade korraldamine ning selle toimumise kommu­kikeerimine sihtrühmale suunatud kanalites (sotsiaalmeedia, sihtrühma jaoks populaarsetes online kanalites)
- Tutvustada VKÕK õppimisvõimalusi haridus- ja töömessidel (Teeviit)
- Avaldada edulugusid populaarsetes online portaalides, sotsiaalmeedias
- Erinevate näidistundide läbiviimine põhikooli õpilastele
- Kinoõhtud jt üritused koolis (“Sõbrapäeva õhtusöök”)
- Õpilaste tööde laadad piirkonna koolides/kaubanduskeskustes/asutustes ning kohapeal
- Kinoõhtute korraldamine koolis, koos külaliste ja järeldiskussiooniga
- Eelkutseõppe läbiviimine põhikooli õpilastele
- Ajakirjanik on ühe päeva jooksul „töövari“ tehes kaas kõik tunnid mõne õpilasega teeninduskoolist ja kajastab seda seejärel meedias, fotoreportaaz.
- Kõneisikutena kaasatakse julgeid noori, kes on valinud kutskooli ja seda ei häbene.

### Tööandjad ja ettevõtjad - tegevused

- Efektne ja ladus suhtlemine tööandjate ning ettevõtjatega, andes tööandjatele mõista, et VKÕK võtab vastu sisendit tööturu vajadustest ning on nõus panustama, et kohandada oma õppekava vastavalt ühiskonna vajadustele
- Järjepidev infovahetus läbi e-posti nimekirjade juba olemasolevate partneritega
- Järjepidev koostöö/ümarlaudade organiseerimine VKÕK ja tööandjate vahel, mis osalemise motiveerituse tõstmiseks võiksid aeg-ajalt toimuda väljaspool ametiruumi loomingu­lisemas keskkonnas
- Kaasata partnereid rohkem ürituste planeerimisel, tekitada tunnet, et üksteisele ollakse vajalikud ning üheskoos sünnivad parimad lahendused
- Tänuüritused koolis ettevõtjatele, kes toetavad kooli materjalidega ning pakuvad praktikavõimalusi
  - Pakutakse õpilaste poolt valmistatud roogi, autodel pumbatakse rehvid täis, auto pestakse puhtaks, jne
- Partnerlussuhete hoidmiseks pakub VKÕK ettevõtetele oma kooli õpilaste teenuseid ja tooteid tasuta või väga soodsalt
  - Näiteks: ATRIA kaubik toob koolile lihatooteid ja nii kaua kuni kaup maha laaditakse, kontrollivad õpilased sõiduki rehve.
  - Partneritest ettevõtjatele kooli katuseterrassil kokteiliõhtu korraldamine, tänamine koostöö eest; pakkudes ühtlasi ka neile omavaheliseks *networking* tegevuseks võimalust
- Sõbrapäevaks saata lojaalsetele tööandjatele ja ettevõtjatele sõbrapäeva küpsiseid või anda neile personaalselt teada, et autotöökojas on sõbrapäeva puhul kooli headele partneritele soodustused
- Kui kellelgi kooli lojaalsetest partneritest on sünnipäev, siis VKÕK kokaõppes olevad õpilased küpsetavad talle kringli või koogi ning see saadetakse sünnipäevalapsele. Jõulude eel saadetakse kõikidele VKÕKiga seotud tööandjatele ja ettevõtjatele nende nimelised suured piparkoogid (Sama võib teha ka omavalituste ning teiste sidusrühmadega)
- Ettevõtjate kaasamine VKÕKis toimuvate õpilaste omavaheliste võistluste žüriidesse
- "VKÕKi matk koos ettevõtjatega", ühine „Piirideta romuralli“ vm.

### **Omavalitsused ja teised sidusrühmad - tegevused**

- Regulaarsed kohtumised omavalitsustega, andes neile mõista, et korrapärane koostöö on vajalik ning üheskoos saab noortele kindla tuleviku luua
- Parimatele kooli toetajatele kohalikest kogukonnast personaalse tänuürituse korraldamine, näiteks "Aastalõpu vastuvõtt" või "Grill-lõuna" VKÕK terrassil, kus vabas õhkkonnas saavad nii kooli kui ka omavalituste töötajad suhelda
- Kooli poolt bränditud kingitus (VKÕK logoga), mida kuskilt mujalt osta ei saa, mis spetsiaalselt saajale tehtud
- Sõbrapäevaks saadetakse headele partneritele kohalikest omavalitsusest sõbralikke küpsiseid või neile antakse personaalselt teada autotöökojas sõbrapäeva puhul kehtivatest (autopesu, pisitöö) soodustustest just neile
- Koosolekute osavõtjate motiveerituse tõstmiseks võiksid kohtumised aeg-ajalt toimuda ka väljaspool ametiruumi loomingulisemas keskkonnas -"VKÕKi piknik koos omavalitsuste liikmetega"

### **Täiskasvanud kui Õpipoisiõppurid - tegevused**

- Infopäevad VKÕKs õppevõimaluste kohta (Avatud uste päevad)
- Info levitamine kohalikes kaubanduskeskustes ja asutustes
- Täiskasvanutele korraldatavate koolitus-kursuste ajastamine vastavalt reaalsele elule (enne jaanipäeva liha marineerimine ja grillimine, enne naistepäeva tordi küpsetamine või kaunistamine, enne Valentini šokolaadi trühvliite valmistamise kursus jne)
- Töötoad koolis, mille käigus tutvustakse ka kooliga. Näiteks enne jõule: "Tule meisterda oma kätega jõulukink", õmble karnevalikostüüm.
- Suvekoolitused

### **Lastevanemad – tegevused**

- Tõsta lastevanemate suhtumist kutseõppesse läbi meedias kajastatud artiklite ja edulugude, kus kõneisikuteks on VKÕK õpilased, õpetajad või vilistlased
- Näidistund, õhtusöök piirkonna lastevanematele, et nad saaksid otsekontakti kooliga, selle avarate ruumidega ning inimestega
- Kursused/töötoad koolis, mille käigus tutvustakse ka kooli
- Näiteks enne jõule: "Tule meisterda oma kätega jõulukink" - küünlajalg, lihalõikelaud, veinihoidja, ehetekarp, või piparkookide kaunistamise nipid jne
- VKÕKis korraldatakse Sõbrapäeva laat, Kevadlaat, Jõululaat, kus saab osta õpilaste tehtud küpsetisi, puidutööd ja tulu läheb heategevuseks või kohalikule asutusele (Valga haigla). Kõik need tooted on kooli stiilis bränditud – nii levib kooli hea maine.

### **Üldhariduskoolide õpetajad ja infotöötajad- tegevused**

- Regulaarne **uudiskirjade saatmine** (kui on olemas juba isikutest koosnev list); või nimekirja loomine. Need uudiskirjad võiks olla mitte tavalised meilid, vaid bränditud, stiilse päisega, kus on kolm neli uudist. Selliste digitaalsete infokirjade põhju on võimalik internetist soodsalt saada ja enda tarbeks kohandada. Sama infokiri võib tegelikult olla suunatud nii tööandjatele, kui ka karjäärinõustajatele, koolide juhtidele, ettevõtjatele.

- Infopäevad VKÕKs õppevõimaluste kohta teistes koolides
- Regulaarne infomeilide saatmine
- VKÕK kõneisiku külustus koolidesse, tutvustamiseks VKÕK erialasid ja võimalusi
- Töötubade organiseerimine klassijuhatajatele ning karjääriplaneerijatele, mis avardab nende silmaringi kutsekoolis toimuvast
- Pikalt ühe koha peal töötanud õpetajate silmaringi avardamine; õpetajate ajutine vahetamine üldhariduskoolide ja kutsekoolide vahel – meediakajastused muljetest

### **Olemasolevad õpilased - tegevused**

- Viia õpilasi rohkem otse kontakti nende inimestega, kes on saanud VKÕK tunnistuse ning kes on alustanud oma karjääri või saanud hea töökoha, et õpilastel tekiks arusaam reaalsest elust ning pingutustest
- Korraldada majasiseseid konkursse ja näitusi õpilastele, näiteks kõige ilusama tordikaunistuse või piparkoogimaja tiitlile. Õpilased, kes õpivad kokandust valmistavad jõuludeks uhkeid piparkoogimaju ning kõige ilusam võidab. Teine näide: "Kõige uhkem taburet või pink - tiserid teevad puutöös efektsete detailidega esemeid ning õpilaste arvates kõige ilusam töö on võitja.
- Kooli ürituste planeerimisel kaasatakse rohkem õpilasi, et ka nemad saaksid oma panuse anda ning tunda end kaasatuna
- Õpilaste osavõtt erialastest välisüritustest, võistlustest ning kajastada osavõttu ka kooli siseselt, et õpilane tunneks, et ta teeb õiget asja ning seeläbi tõstab motivatsiooni ka kaasõpilaste hulgas
- Igal aastal läbi viia rahuloluküsitlus kõikides tasemegruppides, et oleks võrdlusmoment esmakursuslaste ja lõpetajate vahel
- Korraldada õppegruppidele mõnel korral aastas kohtumine oma valdkonna spetsialistiga, kes räägiks oma kogemusest
- Õpilased valivad VKÕK kõige sõbralikuma õpetaja/töötaja, millele elab kaasa terve kool ning kõik saavad anda oma hääle
- Mõne projekti raames peab õpilane blogi, kust saavad teised lugeda õpilase läbielamistest (näiteks kui keegi õpilastest läheb rahvusvahelisele üritusele, siis ta kajastab seda protsessi oma blogis)
- Korraldada majasiseseid õpilastööde näituseid ja näitusmüüke avalikkusele
- Õpilastööde oksjon, mille tulu läheb heategevuseks – meediatähelepanu
- Salongiõhtu vilistlastega
- Kokanduse õpilaste lühiajaline vahetus Valga vs Tallinn – muljed meedias ja sisekanalites
- Kooli poolt kingitus, mida kuskilt mujalt ei saa, spetsiaalselt saajale tehtud, bränditud

### **Kooli personal - tegevused**

- Võib korraldada kursuse, kus kooli õpetajad õpetavad ajakirjanikke (ja toidublogijaid) midagi kooli köögis oma käega valmistama. Roogadest tehakse pilte - suure tõenäosusega saadakse head meediakajastust



- Korralda koolis personali ühiseid tervisepäevi/nädalaid: "Terve nädal kõnnin iga päev 6000 sammu" ning graafik on üleval õpetajate toas
- Personali ühine "energiapäev", kus minnakse loodusesse, vee-ja saunakeskusesse, matkale Personali muud omavahelised ühistegevused – suvepäevad, jõuluõhtu, kinoskäigud,
- Väga hariv õpetajalt õpetajale kutseõpe – üks õpetab teistele ühe päeva autoremonti, teine vanuri hooldamist, kolmas kokkamist. Antakse teineteisel tagasisidet, kas oli huvitav kogemus ja mis oli raske – kohalik meediakajastus
- Täiendavad koolitused, loengud personalile, arenguseminarid ( 1x kahe aasta jooksul), mis annavad võimaluse enesearenguks ning olla kursis oma valdkonna uudistega.
- Ühised ümarlause koosolekud, kus vestelda ning arutleda kooli küsimustes – kõikide osapoolte kaasamine
- Intervjuud koolis töötavate juubilaridega, mis leiaksid kajastust ka meedias (kõige pikema staažiga töötaja)
- Õpilased valivad VKÕK sõbralikuma õpetaja/töötaja, mis on motiveerivaks tunnustuseks ning töötaja tunneb end väärtustatuna
- Näidistundide korraldamine Lõuna-Eestist pärit tuntud inimestega; esinemised, osalemised tundides
- Kooli tislid teevad prototüüpe kuulsatele Eesti disaineritele

#### Mitmeid sihtrühmi katvad tegevused

- Rõhutamaks oma piiriäärset positsiooni ja rahvusvahelist suunda leiab kool endale Lätist partner-(kutse)kooli ehk sõpruskooli. Korra aastas hakatakse läbi viima ühised mänged „Piiriülesed mängud“, „Cross-border Games“, kus üks kool tuleb teisele külla ja koos hakatakse mõõtu võtma. Näiteks toimub kümnevõistlus, kus alad on seotud kutsemeisterlikkusega. Selline tegevus ületab vähemalt kohalikke meediakünniseid Põhja-Lätis ja Lõuna-Eestis, kinnistab VKÕKi kuvandit kui rahvusvaheline kool, piiriäärne kool, tutvustab kooli Lätimaal noorte ja ka ettevõtjate seas. See tegevussund võib aidata koolil saada juurde rohkem õpilasi Eestist, Lätist ja ka Venemaalt. Samuti võib kool leida endale uusi õppekursuste korraldamise tellimuste esitajaid Lätimaa ettevõtjate näol.
- VKÕK võiks rohkem turundada oma **palkmajade ehitamise eriala**, sest palkmajad on maailmas luksускаup ja nende ehitamise oskus on iidne tarkus ja maailmas unikaalne. See võiks kujuneda logistika kõrval teiseks rahvusvaheliseks õppesuunaks, sest seda igas metsavaeses riigis õppida ei saa, erinevalt muudest VKÕK erialadest. Eesti puitmajad on riigi üks olulisemaid eksportartikleid ja riigi mainekujundajaid. Põhja-Eestiski ei ole nii jämedaid palke, kui Lõuna-Eestis – VKÕK on ideaalne koht palkmajade ehituse koolituseks.
- VKÕK saaks teha **koostööd** Lõuna-Eestis Varbusel asuva **Maanteemuuseumiga**. Näiteks võiks õpipoisid aidata teha sõidukorda mõni vana auto – see oleks hea väljakutse õpilastele ja ka õpetajatele - kas saadakse muuseumi eksponaadile uuesti hääled sisse või

ei. Selline sündmus ületaks meediakünnise, küllap ka vabariiklikus meedias, sest Maanteemuuseum on riikliku tähtsusega ja üldiselt meediale huvipakkuv asutus. Näiteks võiks koostöös valmida videomontaaž, kus näidatakse auto VKÕKi toomist, auto remonti samm ammut ja lõpuks klipp, kuidas auto käivitatakse.

- Kuna VKÕKil on palju visuaalselt huvitavat materjali, videoklippe sotsiaalmeedias, siis võiks kool avada ka oma YouTube kanali, kus kõik kooli videod on korraga huvilisele leitavad.
- Parema koostöö edendamiseks kohaliku omavalitsuse ja kogukonnaga võib kool valmistada linna avalikku ruumi mõne vajaliku objekti. Näiteks mõned pargipingid. Samas saaks parki pinkide juurde panna ka sildi, et need pingid valmistati linnale Valgamaa Kutseõppekeskuse õpilaste poolt. Objektiks võib olla ka kiik mänguväljakul või palkidest tahatud istepingid linna peamisel jaanipäeva peo platsil. Aga miks mitte hoopis väikse kiiksuga idee - avalik tualettruum keset parki, mille ehitamisel noored saavad harjutada plaatimise jm töid. Selline objekt koos sinna juurde kuuluva jutuga (meie kutseõppe noored ise tegid) tuletaks meelde kohalikule kogukonnale, et selline kool on olemas ja millega seal tegeletakse.
- Kool saaks töötada välja oma puidutöökogas mõne kooli bränditoote, mida müüakse (vähemalt) kohalikes kauplustes, ja mis on selgelt bränditud. See levitab teadmist kooli olemasolu ja tegemiste kohta. Tooteks võivad olla lõikelauad, lumelabidad, taburetid või rehad. Aga miks mitte näiteks vineerist saetud bränditud riidepuud, mida kohalikele hotellidele, kontserdimajadele ja teistele garderoobiga kohtadele osta pakutakse. Neid võiksid osta ka partneritest tööandjad; see oleks nagu vastastikuse lojaalsuse ja koostöö märgiks. Samas leviks info kooli kohta.

