**Indsatsområde: Synlighed – Frederikshavn Gymnasium og HF – vi holder døren åben!**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Handling/aktivitet** | **Hvad ønsker vi at opnå?**  **Formål** | **Hvordan gør vi det?**  **Hvilke konkrete handlinger?** | | **Hvad kræves?** | **Hvornår?** |
| **Mål/Delmål** | **Leverancer/milepæle** | **Ressourcer** | **Deadline** |
| Internt | Moderne og levende kommunikation med et glimt i øjet.  Stærk intern identitet giver et stærkt eksternt brand.  De fysiske rammer skal aktivt inddrages som en del af skolens identitet. Vi skal udstråle, at vi er en levende skole.  Der skal være fokus på fællesskab – herunder fællesaktiviteter for elever, for lærere og på tværs. | Opsættelse af digital infotavle ved indgangen. | En redaktør, der sikrer, at oplysninger kommer derpå. |  | Skoleåret 2018/2019 |
| Oprettelse af instragramkonto for skolen, hvor lærere og elever kan lave en ”instagram takeover”. Vi viser vores hverdag. | En lærer har ansvaret. | Gratis! | Nu |
| Samlingerne skal nytænkes, så de er spændende og har et alment dannende formål | Nedsættelse af ad hoc udvalg bestående af lærere, der aktivt har tilvalgt det. |  | Skoleåret 2018/2019. Skal tænkes med i opgavefordelingen for næste år. |
| Åbent Hus skal vise en skole, der sprudler af liv og viser lærere og elever i aktion samt de sociale aktiviteter. Mindre fokus på fag og mere fokus på skolelivet. | Nedsættelse af ad hoc udvalg bestående af lærere, der aktivt har tilvalgt det. |  | Åbent hus 2019. Udvalget arbejder i efteråret 2018. |
| Brobygning skal omorganiseres, så det tiltrækker endnu flere elever – en grundig kvalitativ evaluering af det nuværende og en undersøgelse af hvad andre skoler gør. En fokusgruppe af elever inddrages i evalueringsprocessen.  Alle brobygningsaktiviterne skal samles og nytænkes. ”Får vi nok ud af de ressourcer vi bruger på det”? | Nedsættelse af ad hoc udvalg bestående af lærere, der aktivt har tilvalgt det. |  | Igangsættes til skoleåret 2019/2020. Udarbejdet i kommende skoleår. |
| De fysiske rammer må gerne larme lidt mere. Rummet definerer vores adfærd. | Klasselokalerne udsmykkes med faglig identitet. (Fx i dansklokalerne i 211 og 213 et billede af Herman Bang eller en væg med bogsider som tapet) | Dele lokalerne op mellem faggrupperne, så de hver har ansvar for udsmykning af dem.  Nedsættelse af ad hoc udvalg, der tager sig af indretning og udsmykning af skolen – inddragelse af lærere og elever. |
| Eksternt | Skru op for brandingen af FHG. Brandingen af skolen skal have kant og fremstå professionel. Fokuser på det der adskiller os fra andre uddannelser.  ”Mund-til-mund” virker: vi er hvad vi gør.  Det internationale sælger. | Nyt navn, der signalerer, at vi er én uddannelsesinstitution med 3 uddannelser: **Frederikshavn Gymnasium – STX, HF og HF-maritim.**  Skaber fælles identitet. |  |  |  |
| Nyt slogan og logo!  **Frederikshavn Gymnasium: Vi holder døren åben!** |  |  |  |
| Et velorganiseret internationalt arbejde. | Mere struktur og gennemskuelighed. Skab traditioner. En grundig diskussion om, hvorhen, hvorfor og hvordan. | Et eftermiddagsseminar blandt lærerne. | Efterår 2018. |
| En markedsføringsplan for skolen. Herunder beslutning om hvad der kan løses internt og hvad vi skal købe hos bureau. | Vi skal overordnet set kommunikere, at vi er en åben og moderne skole med høj faglighed og stærke traditioner. |  | Efterår 2018 |