# Ledelsens forslag til aktuel opfølgningsplan for Frederikshavn Gymnasium 2021-22

***De seneste tre års opfølgningsplaner skal være tilgængelige på skolens hjemmeside***

**Nye indsatser**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr** | **Indsatsområde** | **Centrale aktører** | **Tidsperspektiv** | **Kvalitetsmål** |
| **1** | Udskudt fra 2020/21: Et pædagogisk udviklingsprojekt med fokus på arbejdet med professionelle læringsfællesskaber. | LedelsenFUPR | Igangsættes i skoleårets 1. kvartal og fortsætter i 2-3 år. Kickstartes ved et medarbejder-seminar i efteråret. | Projektet skal evalueres positivt ved årets afslutning i lærergruppen (kvalitativt). På lidt længere sigt er det målet, at skolen øger løfteevnen, elevtrivslen og sænker frafaldet (kvantitative mål). |
| **2** | En hverdag efter corona – for både elever og ansatte. Arbejde med at genetablere skolefølelsen og de faglige og sociale traditioner for såvel elever som ansatte. | LedelseFU & SUPRPersonaleforeningElevråd | En løbende proces gennem hele skoleåret med alle aktører.  | Elevrådet, PR og personaleforeningen evaluerer årets aktiviteter positivt og næste skoleår kan planlægges ud fra disse positive erfaringer. |
| **3** | Konkretisering og videreudvikling af arbejdet med skolens strategi frem mod 2025. En videreudvikling af perspektiverne fra strategi 2019. | BestyrelsenLedelsenFU & SUPRElevråd | Strategiprocessen er startet i juni 2021 og vil blive behandlet løbende i bestyrelsen og på skolen i løbet af skoleåret. | I løbet af efterårssemestret er der etableret klarhed over en handleplan for implementering af strategien. Kvalitative og kvantitative mål fastsættes i denne. |

**Indsatser, der fortsættes og videreudvikles**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **4** | En fortsat udvikling af skolens branding-strategi og fysiske udtryk. | LedelsenMarkedsførings-udvalgPedelgruppenElevrådet | Ny hjemmeside etableres, nicher udvikles og faglokaler/gange gives endnu mere liv (”faglig forankring”) – i et passende tempo. | Positiv respons fra centrale fokusgrupper (kommende elever, brobyggere etc.). |
|  **5** | En mere synlig og udadvendt naturvidenskabelig og sproglig profil. | LedelsenNaturvidenskab-lig faggruppeSproglig faggruppe | ”On demand”-konceptet i naturvidenskab og sprogfag skal gennemføres med de første forløb + Der bliver i skoleåret gennemført et antal nye, naturvidenskabelige forløb med lokalt virksomhedssamarbejde. | Positiv respons fra deltagende folkeskoler og privatskoler, samt øget tilslutning i løbet af de næste år +Gennemførsel af min. 5 faglige samarbejder med virksomheder/institutioner. Forløbene bliver udviklet, gennemført og indgår i en forløbs-bank. |
| **6** | Et fortsat arbejde med markedsføring og kvalitetsudvikling af de maritime uddannelser (HF & STX) og vores STX-tilbud om SportsAkademiet. Arbejde på forankring efter projektudløb. | LedelsenMaritimt udvalgStyregrupper med ekstern rep. | Indsatsen er delt i to tempi: 1) Fra årets opstart til marts og 2) de 3-4 år som uddannelserne er bygget op over. | Elever på disse uddannelsestilbud evaluerer positivt og antallet af nye ansøgere til de to tilbud er øget. Målet på Maritim Student er 140-160 elever på alle årgange.Målet på Sportsakademiet er 30-50 elever på alle årgange. |

**I skoleåret 2020/21 var indsatsområderne:**

1. Strategiprocessen fra 2019 skal følges op med etablering af samlende pejlemærker
	1. Et pædagogisk udviklingsprojekt med fokus på arbejdet med professionelle læringsfællesskaber.
	2. En fortsat udvikling af skolens branding-strategi og fysiske udtryk.
	3. En mere synlig og udadvendt naturvidenskabelig profil.
2. Implementering af ny informations- og kommunikationspraksis på skolen (Microsoft Teams)
3. De nye uddannelsesmuligheder på skolen (maritim stx og sportsklasser) skal etableres som en integreret del af skolens virke og de skal markedsføres.
4. Fokus på opmærksomhedspunkter fra elevtrivselsrapporten 2019-20: Karakterpres og bekymringer
5. Skolens kvalitetssystem og evalueringsplan skal reformuleres

**I skoleåret 2019/20 var indsatsområderne:**

1. Implementeringen af initiativerne fra strategiprocessen i januar 2019 – herunder:
	1. Branding – at styrke fortællingen om Frederikshavn Gymnasium (herunder nyt navn, nyt logo, nye værdier)
	2. Revision af skolens teampolitik
	3. Forsøg med udbud af nye studieretninger (MA-SA og EN-FR/SP/TY-la)
2. Etablering af ny ledelse (herunder ansættelse af ny rektor)
3. Etablering af nyt uddannelsestilbud (maritim stx)
4. Udvikling af samarbejdet i skolens bestyrelse