



МАОУ

СОШ №25

Школа маркетинга*

***Основная задача маркетинга - привлечение и
удержание клиентов**

Поколение



Предпринимательский дух



**Соц.
взаимодействия**



Влияние соц.медиа



**Восьмисекундные
фильтры**



Цель и задачи программы развития

1) Разработать программное обеспечение образовательного процесса

2) Вовлечь обучающихся в создание маркетинговых продуктов

3) Разработать программы курсов внеурочной деятельности

4) Обучить педагогов по различным направлениям области «Маркетинг»

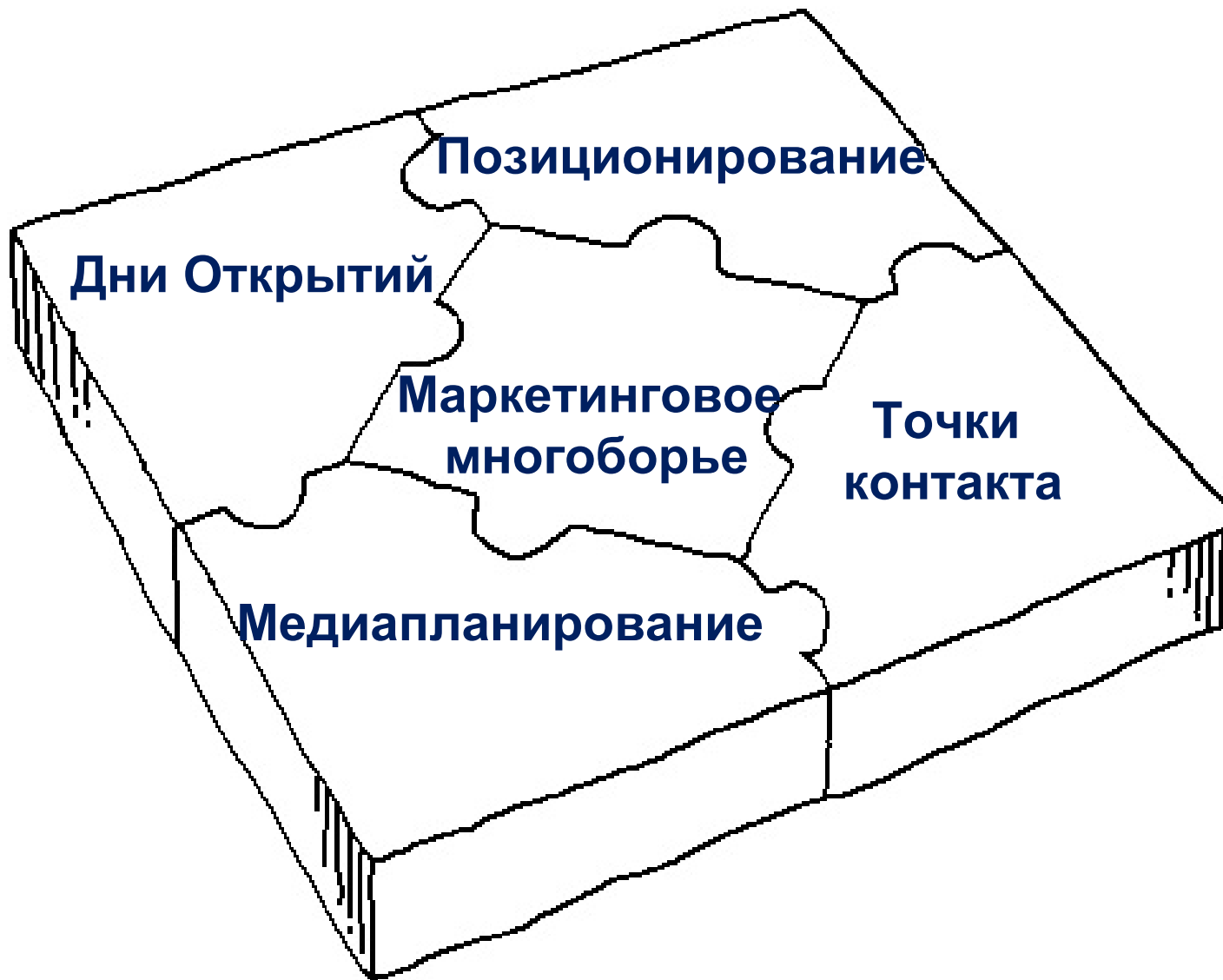
5) Создать образовательную сеть с социальными партнерами

6) Разработать систему обучающих маркетинговых мероприятий для других образовательных учреждений

Цель:

создание образовательного пространства для обучающихся МАОУ «СОШ №25» г. Перми для овладения инструментами маркетингового комплекса до 31.05.2020 г.

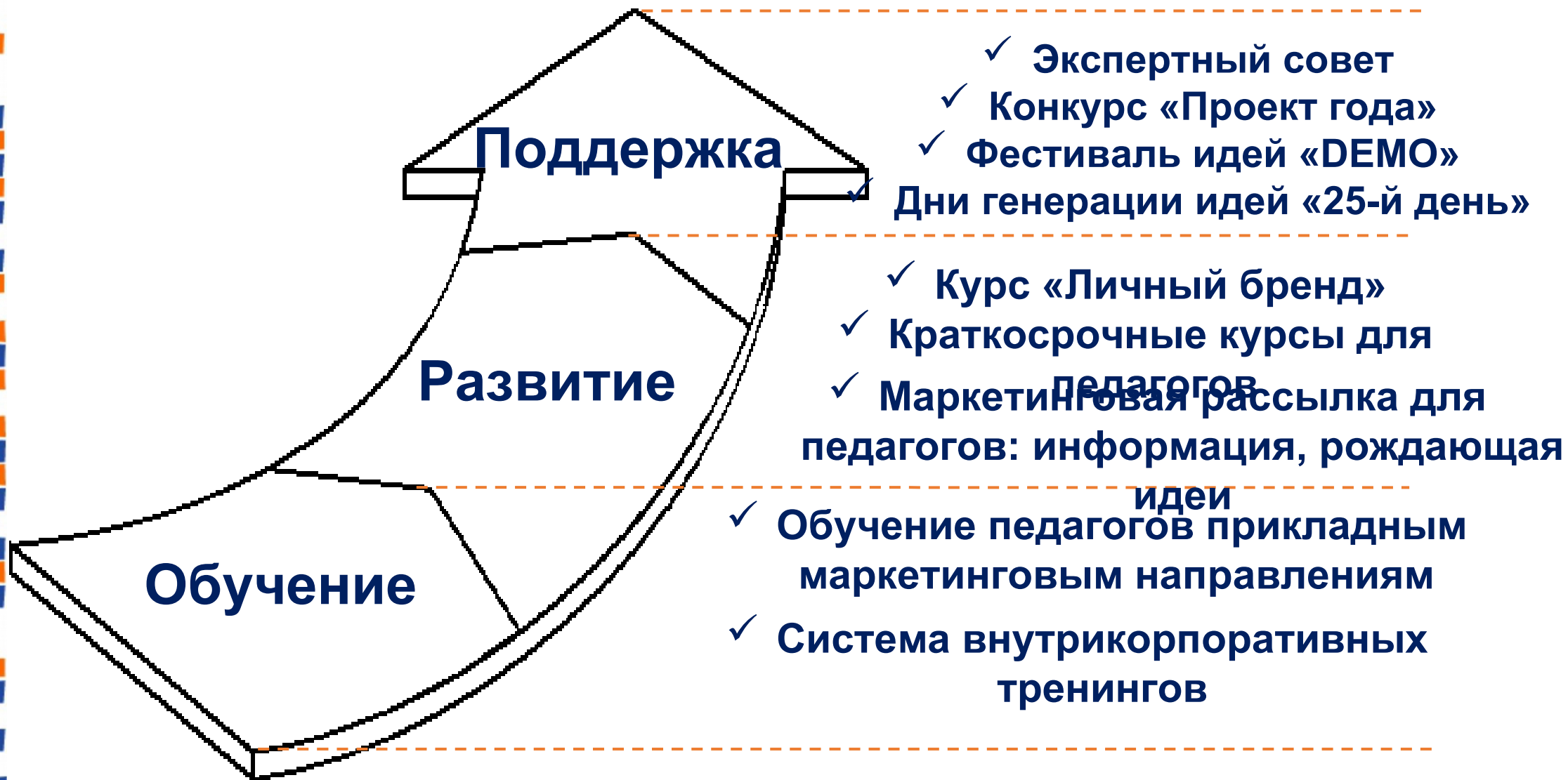
Программа развития состоит из 5 линий



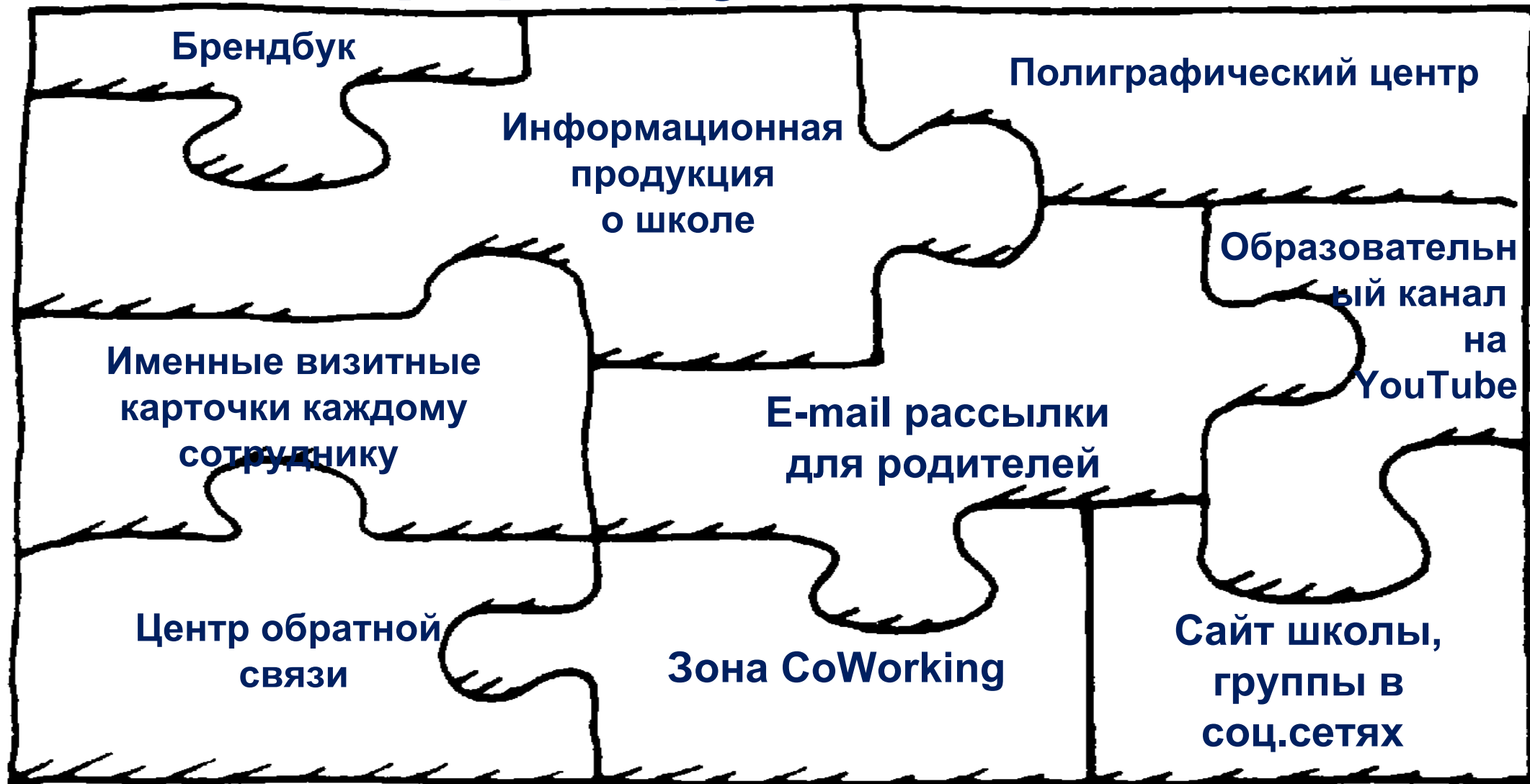
Маркетинговое многоборье – линия, формирующая образовательные результаты



Позиционирование – линия, формирующая образовательную среду



Точки контакта – линия, формирующая отношения



Медиапланирование – развитие и замер результата

Фрагмент медиаплана ученика*
сентябрь

Навык	Оценка навыка (начало года)	Приоритет развития
Коммуникационные навыки		
Умение выступать публично	★ ★ ★ ☆ ☆	А В С
Умение писать разные тексты	★ ★ ★ ★ ☆	А В С
Медиаактивность		
Организатор школьного события	★ ☆ ☆ ☆ ☆	А В С
Ведение группы в социальной сети	★ ★ ☆ ☆ ☆	А В С

**Маркетинговое
многоборье**

Фрагмент медиаплана ученика*
май

Навык	Оценка навыка (начало года)	Приоритет развития	Оценка навыка (конец года)
Коммуникационные навыки			
Умение выступать публично	★ ★ ★ ☆ ☆	А В С	★ ★ ★ ★ ☆
Умение писать разные тексты	★ ★ ★ ★ ☆	А В С	★ ★ ★ ★ ☆
Медиаактивность			
Организатор школьного события	★ ☆ ☆ ☆ ☆	А В С	★ ★ ★ ★ ☆
Ведение группы в социальной сети	★ ★ ☆ ☆ ☆	А В С	★ ★ ★ ★ ☆

*создан на основе материалов книги И. Манна «Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь»



Дни Открытий – демонстрация результатов

Родительский
клуб «Теория
успеха»

День онлайн-трансляции
уроков в режиме реального
времени

Ярмарка
достижений

Образовательные
площадки, созданные
учителями и учениками, в
социальных сетях

Городской фестиваль
маркетинговых решений
«Рекламатика»

1 сентября –
Тест-драйв учебных
дисциплин и курсов
внеурочной деятельности

Прогнозируемые результаты

№	Направление	Критерий	Количественный показатель
1	Образовательный процесс с маркетинговым компонентом	Рабочие программы	100%
		Краткосрочные курсы	30%
		Внеурочная деятельность	30%
		Профессиональные пробы	30%
		Школьные события	30%
2	Обучающиеся	Умение вести канала на YouTube	15%
		Создание рекламных продуктов не реже 1 раза в год	100%
		Умение вести группу в соц.сетях	60%
		Умение создавать тексты	50%
		Умение оформлять буклеты и др.печатные материалы	40%
		Умение создавать и оформлять одностраничные сайты	30%
		Умение презентовать идеи и проекты	60%
		Умение создавать и продвигать личный бренд	5%

Прогнозируемые результаты

№	Направление	Критерий	Количественный показатель
3	Родители	Участие в общешкольных мероприятиях	Не менее 15%
		Удовлетворенность качеством образовательного процесса	Не менее 4 из 5
		Новые формы взаимодействия и организации родителей	Не менее 3
4	Учителя	Кадровое обучение	100%
		Ведение групп/каналов в социальных сетях	30%
		Построение личного бренда	70%
5	Социальные партнеры	Соглашения с социальными партнерами	Не менее 10
		Мероприятие для социальных партнеров	Не менее 1 в год



СОШ № 25

**Маркетинговые
образовательные практики**



Мы формируем навыки:



мыслить нестандартно и гибко



отбор информации



работа с современными
средствами коммуникации



Образовательные практики

Что

Маркетинговые
компоненты на
уроках

Как

Дни Маркетинга
Экспертные уроки

Проблемные группы



Результат



Образовательные практики

Что	Как	Результат
<p>Краткосрочные курсы</p> <p>Профессиональные пробы</p> <p>Клубы</p>	<p>Дизайн плакатов</p> <p>Копирайтинг</p> <p>Продвижение в соц.сетях</p> <p>Полиграфия</p> <p>Маркетинговые исследования</p> <p>SchoolMedia#25</p>	

Образовательные практики

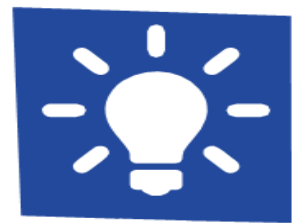
Что	Как	Результат
<p>Краткосрочные курсы</p> <p>Профессиональные пробы</p> <p>Клубы</p>	<p>Дизайн плакатов</p> <p>Копирайтинг</p> <p>Продвижение в соц.сетях</p> <p>Полиграфия</p> <p>Маркетинговые исследования</p> <p>SchoolMedia#25</p>	

Образовательные практики

Что	Как	Результат
Образовательные события	Олимпиада "MarketOlympics" Городской фестиваль маркетинговых решений "Рекламатика" Фестиваль "MarketFest"	 



Способность к отбору информации



Способность мыслить нестандартно и гибко



Способность работать с современными средствами коммуникации



МАОУ

СОШ №25

Школа маркетинга

*Исполняя желания учеников,
родителей, учителей...*