|  |
| --- |
| ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦЕНТР ТВОРЧЕСТВА «ЭВЕРЕСТ» Г. МОГИЛЕВА» |
| **ПРОЕКТ «Образовательный маркетинг в государственном учреждении дополнительного образования «Центр творчества «Эверест» г. Могилева» как путь к повышению конкурентоспособности учреждения»** |
| Срок реализации: 2018-2020 г.г. |
|  |

Принят на Методическом совете ГУДО «Центр творчества «Эверест» г. Могилева» (протокол № 5 от 05.03.2018г).

ОГЛАВЛЕНИЕ

[1. ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА. 4](#_Toc487105240)

[2. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЕКТА: 6](#_Toc487105241)

[3. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА 6](#_Toc487105242)

[4. ПРОГНОЗИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА 8](#_Toc487105243)

[5. ПРОГРАММА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА. 9](#_Toc487105244)

[6. КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ УСПЕШНОСТИ ПРОЕКТА: 10](#_Toc487105245)

[7. ФОРМА ОБОБЩЕНИЯ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ](#_Toc487105246) [РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОЕКТА: 11](#_Toc487105247)

**ТЕМА: «Образовательный маркетинг в государственном учреждении дополнительного образования «Центр творчества «Эверест» г. Могилева» как путь к повышению конкурентоспособности учреждения»**

# 1. ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА

Успех работы учреждения дополнительного образования зависит от спроса на его услуги и образовательный продукт, от того, соответствуют ли они потребностям потенциальных клиентов. Суть маркетинга в учреждении дополнительного образования, прежде всего в том, что во главу угла ставятся запросы потребителей, то есть детей, их родителей, организаций различных направлений деятельности, социума в целом.

Учитывая, что образовательные учреждения во многом предоставлены сами себе и вынуждены самостоятельно вырабатывать и реализовывать стратегию выживания, маркетинг становится важным элементом жизни образовательного учреждения.

Актуальность маркетинговой деятельности связана с  особым статусом образования в  обществе. Ведь образование занимает центральное место в  процессе инвестирования в  человеческий капитал.

Современный анализ деятельности учреждений дополнительного образования показывает, что наиболее конкурентоспособным на рынке образовательных услуг является учреждение, имеющее:

* маркетинговую стратегию управления учебным заведением;
* высококвалифицированный педагогический персонал;
* систему быстрого реагирования на изменение запросов на рынке образовательных и иных услуг;
* систему продвижения (рекламы) учреждения и услуг;
* качественные образовательные и иные услуги;
* современную материально-техническую базу;
* систему взаимодействия с социальными партнерами и потенциальными потребителями образовательных и иных услуг.

Исходя из этого, методической службой ГУДО «Центр творчества «Эверест» была проведена аналитическая работа по выявлению основных направлений развития маркетинговой деятельности учреждения и выявления перспективного поля развития этих направлений.

**Были выделены следующие направления маркетинговой деятельности учреждения и поле перспективного развития:**

1. **Маркетинг организаций.** Предполагает расширение связей с социальными партнерами, учреждениями образования, организациями различных направлений деятельности, как потенциальными потребителями образовательных услуг, так и организациями, способствующими повышению статуса учреждения.
2. **Маркетинг личности**. Предполагает увеличение достижений, повышение качеств и характеристик обучающегося, а также качественных изменений и личностно-деловых проявлений педагогов.
3. **Маркетинг услуг.** Предполагает как улучшение качества, расширение спектра образовательных услуг, так и расширение информационных, консультативных, дополнительных услуг для потенциальных потребителей.

Из выделенных направлений маркетинговой деятельности учреждения были определены **субъекты** маркетинговой деятельности: образовательные учреждения, потребители (отдельные личности, предприятия и организации), посредники (включая службы занятости), а также общественные институты и структуры, причастные к продвижению учреждения на рынке.

**Цель проекта** – активизация деятельности учреждения, поиск новых способов развития высоко конкурентного учреждения дополнительного образования через внедрение маркетинговой деятельности.

**Задачи проекта:**

* определить основные направления повышения статуса и конкурентоспособности учреждения;
* создать систему взаимодействия с организациями партнерами и заказчиками образовательных и иных услуг;
* создать систему быстрого реагирования и отслеживания результатов маркетинговой деятельности;
* создать систему маркетинга в учреждении;
* разработать план и содержание мероприятий по внедрению маркетинговой деятельности;
* внедрить систему маркетинга в учреждении;
* отследить результаты внедрения системы маркетинговой деятельности;
* изучить маркетинговую среду и создать банк данных фактических потенциальных потребителей образовательных услуг;

 Среди принципов, определяющих маркетинговую деятельность в учреждении, были выделены:

* удовлетворение образовательных и иных потребностей заказчика;
* удовлетворение потребностей специалистов, предоставляющих образовательные и иные услуги;
* обеспечение имиджа учреждения, организация рекламной деятельности, позволяющей информировать потенциальных потребителей образовательных и иных услуг.

**Срок реализации проекта** – 3 года

**База проекта:** ГУДО «Центр творчества «Эверест» г.Могилёва»

**Разработчики проекта:**

заместитель директора по учебно-методической работе ГУДО «Центр творчества «Эверест» г.Могилёва» Голодникова Инна Валерьевна,

методист ГУДО «Центр творчества «Эверест» г. Могилёва» Мидянчик Елена Евгеньевна.

#

# 2. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЕКТА:

**Кадровый ресурс** - это коллектив профессиональных руководителей, способных организовать обучение педагогических кадров и создать эффективную модель маркетинговой деятельности учреждения дополнительного образования.

**Материально-технический ресурс** обеспечения проекта - на основе имеющейся материально-технической базы и самофинансирования.

#

# 3. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **маркетинг** **организаций** | **маркетинг** **личности** | **маркетинг** **услуг** |
| **1 этап – подготовительный** **(январь 2018 г – май 2018 г)** |
| **Задачи этапа** |
| * Создать творческую группу из высококвалифицированных и творческих специалистов для работы по проекту.
* Разработать стратегию внедрения маркетинга в деятельность учреждения.
* Обеспечить материально-техническую базу для реализации проекта.
* Определить показатели реализации проекта.
* Выявить профессиональную готовность педагогов к проектной деятельности, их мотивацию на осознание актуальности инновационного развития учреждения путем внедрения маркетинговой деятельности.
 |
| **Предполагаемый результат** |
| Создание стратегии (планов) осуществления маркетинговой деятельности по направлениям |
| Создание банка потенциальных клиентов (организаций) услуг.  | Создание цикла обучающих семинаров и мастер-классов для педагогов. | Выявление потребностей рынка в образовательных, информационных, консультативных, дополнительных услугах. |
| Создание банка организаций партнеров. | Создание методической продукции по теме. | Создание диагностического материала для выявления качественных изменений в ходе реализации проекта. |
| Разработка диагностического инструментария для отслеживания результатов внедрения проекта. |
| **2 этап – практический****(май 2018 г. – май 2019 г.)** |
| **Задачи этапа** |
| Изготовить и распространить рекламную продукции среди потенциальных клиентов (организаций) услуг с использованием различных источников подачи информации. | Реализовать обучающие семинары и мастер-классы. | Создать новые и расширить имеющиеся виды информационных, консультативных, дополнительных услуг. |
| **Предполагаемый результат** |
| Заключение договоров сотрудничества, оказания услуг. | Повышение мотивации педагогов к изучению и внедрению маркетинговой деятельности. | Расширение информационных, консультативных, дополнительных услуг для потенциальных потребителей.  |
| Повышение маркетинговой грамотности педагогических работников. |
| **3 этап – заключительный****(май 2019 г. – май 2020 г.)** |
| **Задачи этапа** |
| * Проанализировать, обработать и систематизировать количественные и качественные результаты маркетинговых исследований.
* Создать банк данных фактических потребителей образовательных услуг, предоставляемых учреждением.
* Разработать новые и расширить имеющиеся виды информационных, консультативных, дополнительных услуг с учетом маркетинговых исследований.
* Презентовать модель маркетинговой деятельности учреждения
* дополнительного образования.
* Подготовить методические продукты.
 |

# 4. ПРОГНОЗИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

 **Для потребителя образовательных услуг:**

* расширение возможностей для удовлетворения потребностей;
* получение качественных образовательных, информационных, консультативных, дополнительных услуг;

**Для учреждения дополнительного образования:**

* определение стратегии развития учреждения;
* укрепление конкурентоспособности учреждения дополнительного

образования.

* улучшение имиджа учреждения;
* более эффективное управление ресурсами;
* повышение спроса на предложенные услуги;
* осуществление программно-методического обеспечения деятельности учреждения в соответствии с дифференцированными запросами потенциальных клиентов;
* формирование маркетинговой компетентности, профессионального

роста педагогических кадров;

* внедрение и распространение инновационных форм работы.

**Для педагогов:**

* теоретическая и методическая подготовка педагогических работников к маркетинговой деятельности и мониторингу качества образования;
* видение перспектив личностного и профессионального развития;
* возможности для самореализации;
* повышение эффективности работы;
* создание имиджевых продуктов.

# 5. ПРОГРАММА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Содержание** | **Сроки** |
|  | **1 этап – подготовительный** **(январь 2018 г – май 2018 г)** |  |
| 1 | Создание проектной группы для разработки и реализации проекта. | июль |
| 2 | Определение функций координаторов проекта. | июль |
| 3 | Разработка концепции проекта, определение целей и задач проекта. | июль |
| 4 | Изучение научной и теоретической литературы по вопросам маркетинга в образовании.  | август |
| 5 | Анализ технологий, способов и методов маркетинговой деятельности. | август |
| 6 | Разработка диагностического материала по изучению уровня готовности руководителей и педагогов УДО к маркетинговой деятельности. | август |
| 7 | Диагностика готовности руководителей и педагогов УДО к маркетинговой деятельности. Анализ итогов диагностирования. | август |
| 8 | Подготовка методической продукции по теме. | сентябрь |
|  | **2 этап – практический****(май 2018 г. – май 2019 г.)** |  |
| 1 | Формирование уровня мотивационной готовности педагогов к инновационной деятельности. | сентябрь |
| 2 | семинар «Проектные технологии в деятельности педагога дополнительного образования. Сущность, виды, этапы». | октябрь |
| 3 | Организация работы секции «Видео мастер-класс как форма повышения престижа педагогической деятельности педагога». | ноябрь |
| 4 | Выпуск методической продукции из серии «В помощь педагогу»: «Этапы создания видео мастер-классов». | ноябрь |
| 5 | Изготовление и распространение рекламных продуктов, промо-роликов, прайс-листов среди потенциальных клиентов образовательных, информационных, консультативных, дополнительных услуг с использованием различных источников подачи информации. | декабрь 2017- май 2019 |
| 6 | Педагогический совет: «Проектные технологии как способ совершенствования воспитательного пространства в учреждении». | декабрь |
| 7 | Организация работы семинара: «Педагогический маркетинг как важная составляющая деятельности педагога дополнительного образования».  | февраль |
| 8 | Работа секций по обучению создания распространение рекламных продуктов, промо-роликов, прайс-листов | январь-февраль |
| 9 | Выставка методической продукции по теме | май |
|  | **3 этап – заключительный****(май 2019 г. – май 2020 г.)** |  |
| 1 | Составление базы данных потенциальных партнеров | в теч. года |
| 2 | Составление базы рекламных продуктов, промо-роликов, прайс-листов. | в теч. года |
| 3 | Проведение открытых мероприятий с использованием элементов маркетинговой деятельности | в теч. года |
| 4 | Мониторинг эффективности внедрения проекта | апрель-май |
| 5 | Мониторинг повышения маркетинговой грамотности педагогов | апрель-май |
| 6 | Анализ внедрения проекта, подведение итогов | апрель-май |

#

# 6. КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ УСПЕШНОСТИ ПРОЕКТА:

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерии эффективности** | **Показатели** |
| Профессионально-личностный рост участников проекта | Повышение уровня теоретической и технологической культуры участников проекта.Расширение информационного пространства деятельности педагогов. Повышение статуса деятельности педагога дополнительного образования.Увеличение популярности деятельности педагога дополнительного образования. |
| Качество образования | Анализ динамики: Повышение уровня социализации учреждения.Развитие рынка образовательных, информационных, консультативных, дополнительных услуг и роста спроса на них.Создание собственных имиджевых продуктов.Формирование стойкого позитивного имиджа учреждения. Увеличение информации о деятельности учреждения в средствах массовой информации и других источниках.Увеличение организаций партнеров, организаций клиентов.Увеличение и сохранность контингента учащихся.Результативность и активность участия в смотрах, конкурсах, фестивалях.Модернизация программ дополнительного образования в соответствии с запросами потенциальных клиентов.Внедрение инновационных образовательных технологий в деятельность учреждения. |
| Материально-техническая база учреждения дополнительного образования | Расширение возможностей использования ресурсов учреждения. Увеличение прибыли учреждения.Улучшение и пополнение учреждения современным оборудованием и дидактическим материалом. |
| Информационно-методическая база учреждения дополнительного образования | Наличие современных средств: Продукции рекламного характера.Методической продукции. |

# 7. ФОРМА ОБОБЩЕНИЯ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

# РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОЕКТА:

* 1. Аналитические материалы (диаграммы, таблицы, схемы) для наглядного

 представления динамики:

* уровня овладения маркетинговой грамотностью;
* результатов образовательной деятельности за год;
* результатов внебюджетной деятельности за год;
* результатов участия в смотрах, конкурсах, фестивалях.
	1. Описание и обобщение опыта работы творческой группы педагогов, участвующих в реализации проекта.
	2. Разработка методических рекомендаций участниками проекта.
	3. Представление творческих отчётов участниками проекта.