

Маркетинговая деятельность, используемая в отделении дополнительного образования детей и взрослых, строится на принципе эффективного удовлетворения потребностей: ребенка – в образовании; учебного структурного подразделения – в развитии и формировании положительного имиджа в районе расположения; общества – в расширенном воспроизведстве совокупного личностного и интеллектуального потенциала.

Маркетинговая деятельность в сфере образовательных услуг дополнительного образования предполагает следующие шаги:

1. Изучение потенциального спроса на образовательные услуги, сбор и проведение анализа собранной информации.
2. Планирование деятельности. Определение спроса в соответствии с целями и задачами сферы образования.
3. Проведение рекламной компании, показ деятельности образовательной структуры дополнительного образования, стимулирование спроса;
4. Проведение маркетингового контроля на соответствие поставленных целей и результатов.

В ГБОУ школа № 409 активизация маркетинговой деятельности в Отделении дополнительного образования детей и взрослых началась с первых дней 2019-2020 учебного года. Первым этапом стала проведенная для родителей (законных представителей) акция по записи обучающихся в объединения дополнительного образования.

Цель мероприятия: акцентировать внимание учащихся, родителей (законных представителей) на возможностях дополнительного образования детей в ГБОУ школа № 409.

Это мероприятие проводилось в форме открытого диалога между родителями и педагогами. Родители имели возможность задать интересующие их вопросы и получить исчерпывающую информацию непосредственно у педагогов. Для этого до и после праздника Дня Знаний в понедельник 2 сентября были организованы мини-локации для общения, о которых сообщали заранее рекламные объявления на школьном сайте и в холле школы. Также все присутствующие были оповещены об этом в конце школьной линейки. Родители с радостью откликнулись и приняли участие в новом для себя формате обсуждения возможностей образования для их детей. Педагогами были представлены рекламные материалы, рассказывающие про специфику направления их работы с детьми. Во время записи педагоги дополнительного образования смогли рассказать родителям об особенностях работы объединений, поделиться планами на новый учебный год. В свою очередь родители тепло откликнулись на проведенную в стенах и вне школы акцию и оставили много положительных отзывов. В процессе живого общения выявились наиболее востребованные направления.

В ходе проведения акции успешно решались следующие маркетинговые задачи:

1. Изучение потенциального спроса родителей (законных представителей) обучающихся на образовательные услуги в дополнительном образовании.
2. Повышение мотивации учащихся к занятиям в отделении дополнительного образования детей на базе нашей школы и взаимодействие с родителями.
3. Планирование возможных путей развития отделения дополнительного образования.

Продолжение записи в объединения было проведено во время первых родительских собраний 4 сентября 2019 года.

В результате работы акции «Открыта запись» в течение 2-х дней было собрано **468 заявлений** о зачислении в объединения дополнительного образования, что превысило предложение на 55 заявлений в сравнении с утвержденным учебно-производственным планом.

Среди общего количества заявлений выявились следующая тенденция:

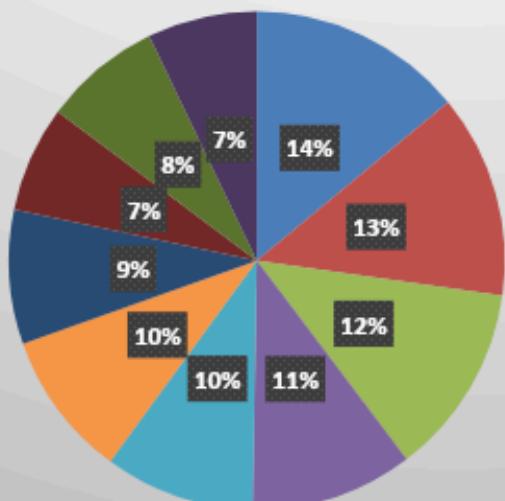
- ✓ заявлений от родителей начальной школы – 282 шт. (60%)
- ✓ заявлений от родителей 5-7-х классов – 141 шт. (30%)
- ✓ заявлений от родителей 8-11 классов – 45 шт. (10%)

Это закономерное распределение объединений в соответствии с программами дополнительного образования, среди которых более половины рассчитаны на возраст от 7 до 11 лет.

По итогам анализа предпочтений родителей легко выделить лидеров объединений по количеству заявлений:

1. ИЗО-студия (художественная направленность).
2. Шахматы (спортивная направленность).
3. МультАпельсин (художественная направленность).
4. Танцевальная палитра (художественная направленность).
5. Вокальный ансамбль (художественная направленность).
6. ИграЛандия (спортивная направленность).
7. Издательское дело (техническая направленность).
8. Информашка (техническая направленность).
9. Театральная студия (художественная направленность).
10. Баскетбол (спортивная направленность).

Количественные показатели предпочтений родителей (законных представителей) по объединениям дополнительного образования детей



1. ИЗО-студия (художественная направленность)
2. Шахматы (спортивная направленность)
3. МультАпельсин (художественная направленность)
4. Танцевальная палитра (художественная направленность)
5. Вокальный ансамбль (художественная направленность)
6. ИграЛандия (спортивная направленность)
7. Издательское дело (техническая направленность)
8. Информашка (техническая направленность)
9. Театральная студия (художественная направленность)
10. Баскетбол (спортивная направленность)

Преобладающее большинство предпочтений родителей (законных представителей) объединений относится к художественной и спортивной направленностям. В этом учебном году открыты 17 объединений художественной направленности и 7 объединений спортивной направленности, что является правильной реализацией экономического закона спроса и предложения.

Принцип эффективного удовлетворения потребностей сферы образовательных услуг сегодня легко реализуем в дополнительном образовании детей и взрослых. Предлагая образовательные услуги в дополнительном образовании, необходимо основываться на знании того, что именно будет востребовано и кем будет востребовано, тогда можно спланировать образовательную деятельность не только на этот, но и на последующие годы. Мы планируем использовать этот формат записи в своей работе и в дальнейшем, а также рекомендуем его к применению в других отделениях дополнительного образования.