

Карта инновации	
Полное наименование образовательной организации (учреждения)	Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа №14»
Фамилия, имя, отчество руководителя образовательной организации (учреждения)	Протасова Наталья Владимировна
Контактные данные: почтовый адрес, телефон, адрес официального сайта, электронная почта	173014, г. Великий Новгород, ул. Студенческая, д. 19 Тел.: (8162) 662356, Офиц. сайт: http://5322s14.edusite.ru , Эл. почта: vnschool14@mail.ru
Направление инновационной деятельности	Инновационный менеджмент
Тема инновационной разработки	Маркетинговая деятельность как фактор успешности общеобразовательной организации в современных условиях
Автор/авторский коллектив инновационной разработки	<i>Научный руководитель:</i> Донина И.А., доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Профессионального педагогического образования и социального управления»; <i>Коллектив МАОУ СОШ №14:</i> Протасова Н.В., директор; Дорофеева Т.Н. и Волошина Е.Б., заместители директора по учебно-воспитательной работе; Мельникова Н.Н., заместитель директора по воспитательной работе и дополнительному образованию; Коваленко И.Г., учитель математики, с расширенным кругом обязанностей по информатизации и сопровождению сайта; Курганова Е.В., психолог; Петрова И.В., учитель информатики с расширенным кругом обязанностей по организации платных услуг
Краткое описание инновационной разработки (цели, задачи, содержание работы, полученные результаты, продукты)	Цель: разработка и апробация теоретической модели маркетинговой деятельности школы. Задачи (на период с октября 2013 по декабрь 2016 гг.): 1. Увеличение объема продаж платных образовательных продуктов; 2. Формирование лояльности учащихся и родителей к школе; 3. Формирование положительного имиджа школы. Содержание работы: • проведение маркетинговых исследований; • выстраивание маркетинговых стратегий (продвижения, повышения качества образовательных продуктов, формирование положительного имиджа школы, лояльности всех участников образовательного процесса); • построение теоретической модели маркетинговой деятельности; • апробация теоретической модели в практике управления школой;

	• исследование эффективности реализации теоретической модели на основе показателей, характеризующих конкурентоспособность школы; • диагностический анализ эффективности теоретической модели; • конкретизация теоретической модели с учетом результатов диагностического анализа, уточнение содержания, методов и организационных форм построения модели; • обобщение итогов работы по теоретической модели маркетинговой деятельности. Полученные результаты (за 7 месяцев 2013-2014 уч. года в сравнении с аналогичным периодом 2012-2013 уч. года): 1. рост количества призеров и победителей областного этапа Всероссийской олимпиады школьников на 300%; 2. увеличение количества откликов родителей на сайт школы (на 125%); 3. увеличение количества публикаций в печатных СМИ (на 175%) и видеосюжетов на региональном телевидении, направленных на формирование положительного имиджа школы (на 400%); 4. увеличение количества родителей, посещающих родительские собрания (на 3%); 5. увеличение объема продаж платных образовательных услуг (на 70%); 6. увеличение количества потребителей платных услуг (на 420%). Продукты: 1. результаты маркетингового исследования по выявлению эффективных информационных каналов для коммуникаций школы; 2. результаты маркетингового исследования по выявлению запросов родителей на профилизацию обучения в 5-ом классе; 3. маркетинговый план на 2014 г.; 4. теоретическая модель маркетинговой деятельности; 5. план продвижения образовательных услуг на 2014 г.; 6. отзывы родителей; 7. видеоматериалы
Сведения о распространении инновационного опыта	1. Заявка в экспертный совет ОАОУ "Новгородский институт развития образования" на присвоение статуса «Областная экспериментальная площадка» (октябрь 2013 г.); 2. Участие в региональном семинаре г. Санкт-Петербурга для руководителей ДОУ «Образовательной маркетинг: опыт, проблемы, практика» с докладом: «Маркетинговая деятельность общеобразовательной организации как основа ее успешности на рынке образовательных услуг» (апрель 2014 г.); 3. Подготовка статьи «Маркетинговая политика школы как условие ее успешности» для публикации в Карельском научном журнале (статья в печати, выход – июнь 2014 г.); 4. Участие в Международной научно-практической конференции «Перспективы развития науки и образования» г. Тамбов с темой «Маркетинговая деятельность как фактор повышения конкурентоспособности общеобразовательной организации в

	современных условиях» (февраль 2014 г.)
Сведения, подтверждающие эффективность инновационной разработки	Активность учащихся: - рост количества призеров и победителей областного этапа Всероссийской олимпиады школьников; - увеличение количества потребителей платных услуг. Активность родителей: - увеличение количества родителей, посещающих родительские собрания; - план совместной воспитательной работы с родителями учащихся 7-го класса; - увеличение количества откликов родителей на сайт школы; - увеличение объема продаж платных образовательных услуг. Активность педагогов: - увеличение количества учащихся - участников регионального этапа Всероссийской олимпиады школьников; - увеличение количества публикаций и видеороликов в СМИ, направленных на формирование положительного имиджа школы
Прогноз о результатах спроса на полученные результаты (продукты)	Трансляция опыта по организации внутриорганизационного обучения основам маркетинговой деятельности, внедрению теоретической модели маркетинговой деятельности в практику работы образовательных организаций