

Муниципальное образовательное учреждение  
дополнительного образования детей  
Одинцовский центр детского творчества



# Добро пожаловать в нашу команду!

СОСТАВИТЕЛЬ :заместитель директора по учебно-воспитательной работе  
ЖУРБИНА ТАМАРА АЛЕКСЕЕВНА

# Тема: «Маркетинговая деятельность учреждений дополнительного образования детей»

Цель: предоставить слушателям необходимые знания по вопросам маркетинга в учреждениях дополнительного образования детей



# Маркетинг

- «Маркетинг – это ключевой фактор предпринимательства. Это не только топливо, это компас корабля».

*Джон Х. Джонсон.*





# Маркетинг – это многогранное понятие:

---

- - отрасль науки, изучающая рынок;
- - практическая деятельность по продвижению продукции на рынке;
- - философия бизнеса;
- - система управления;
- - вид маркетинга;
- - **целевая ориентация на потребителя и комплексность в решении рыночных задач.**



# Маркетинг

---

Изучение рынка  
образовательных  
услуг в районе

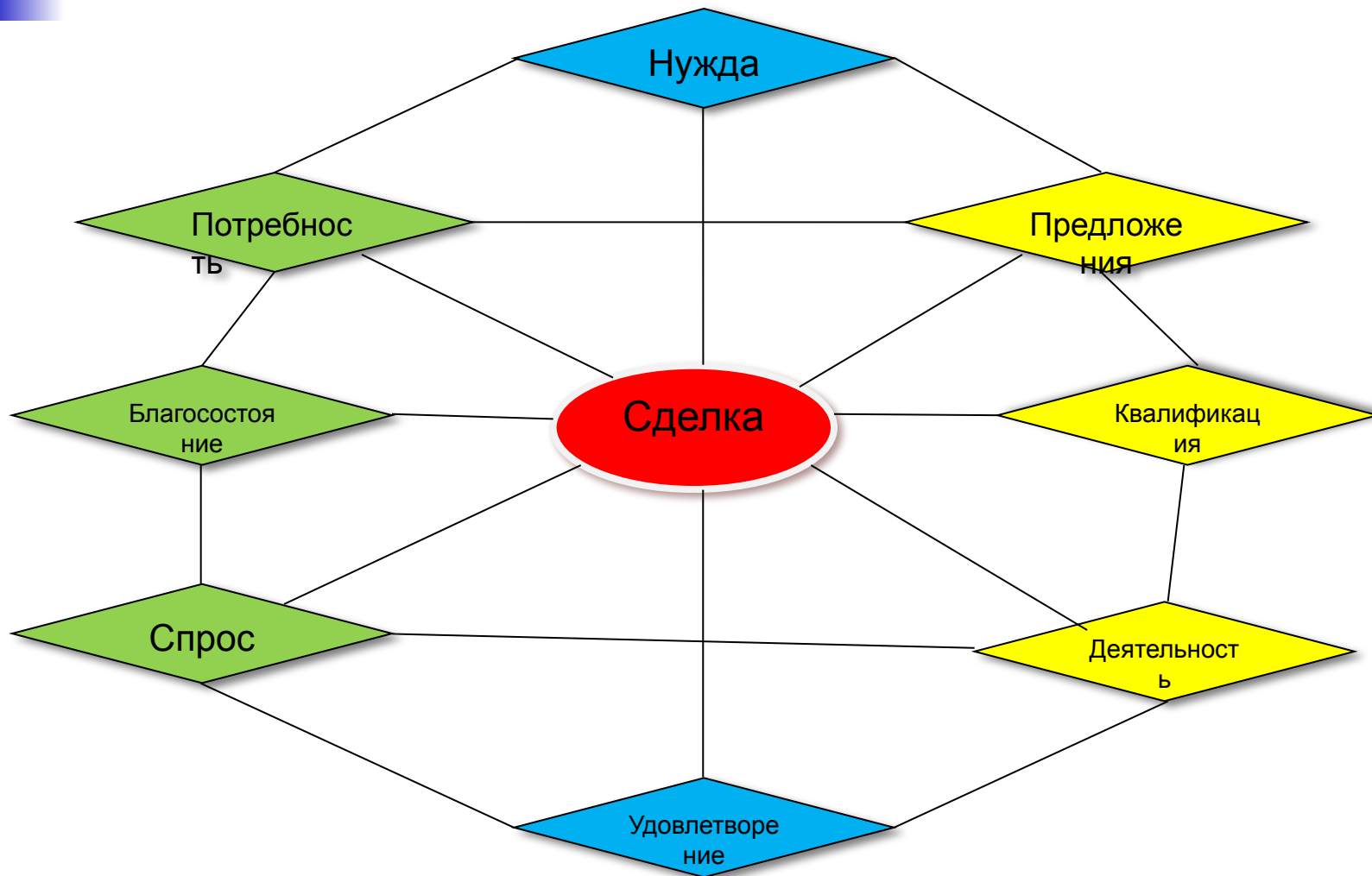
Изучение  
потребностей детей  
и родителей

Поиск клиента

Сбор и анализ  
информации

Рекламная  
деятельность

# Взаимосвязь и взаимодействие учреждения и потребителя





проблема

как?

как?

как?

как?

как?

как?

как?

как?

как?

# Маркетинговые исследования

- **Маркетинговые исследования в УДОД** – это непрерывный процесс определения, сбора, анализа и обработки полученной информации о потребителях (воспитанниках и их родителях).



# МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ внешней  
среды

- \*виды образовательных услуг
- \*потребители
- \*конкуренция
- \*правовые аспекты (оказания образовательных услуг)

**спрос**

- \*Кого учить
- \*Зачем и чему учить
- \*Сколько учить
- \*Где учить

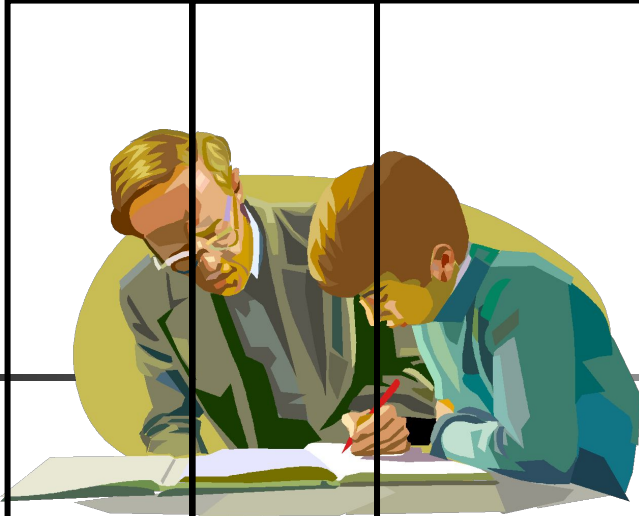
Анализ внутренней  
среды

- \*учителя
- \*площади
- \*методическое обеспечение
- \*финансы

**предложение**

- \*Как учить
- \*Кто будет учить
- \*С помощью чего учить

1. Количественная оценка
2. Качественная оценка



проблема

как?

как?

как?

как?

как?

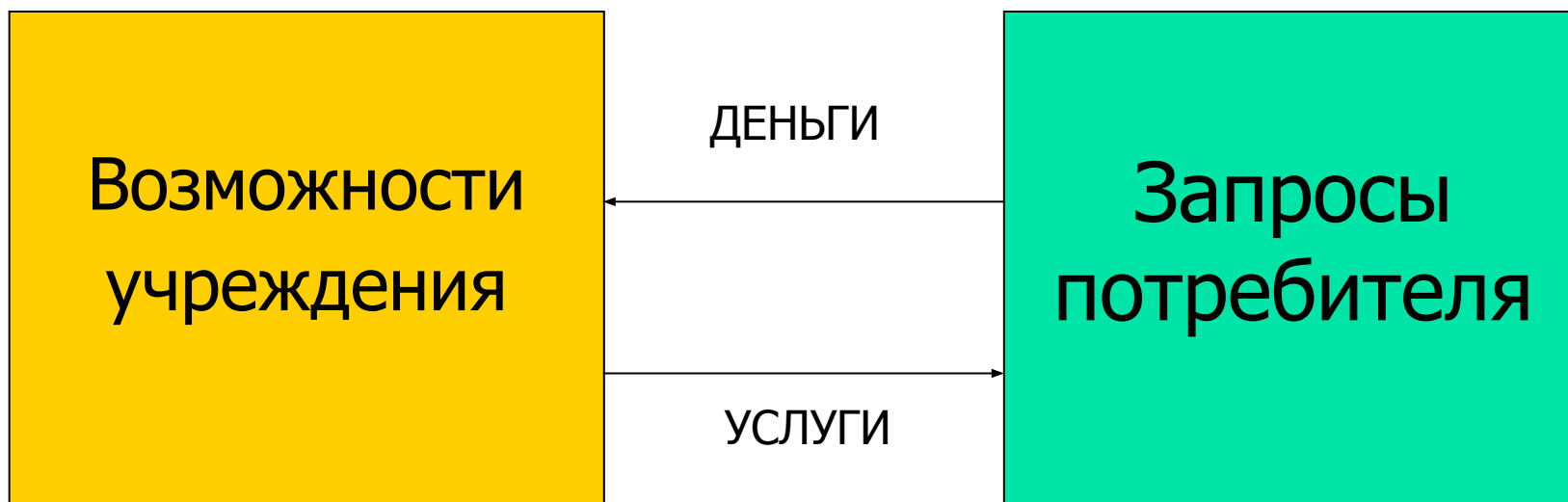
как?

как?

как?

как?

# Сущность маркетинга





# Принципы маркетинга:

---

- ориентация на потребителя;
- комплексность услуг;
- гибкость и адаптивность;
- концентрация усилий на положительный результат;
- перспектива сотрудничества с потребителем;
- сочетание деятельности учреждения с активным участием потребителя;
- программно-целевой подход.

# МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

## Анализ внешней среды

- \*виды образовательных услуг
- \*потребители
- \*конкуренция
- \*правовые аспекты (оказания образовательных услуг)

## Анализ внутренней среды

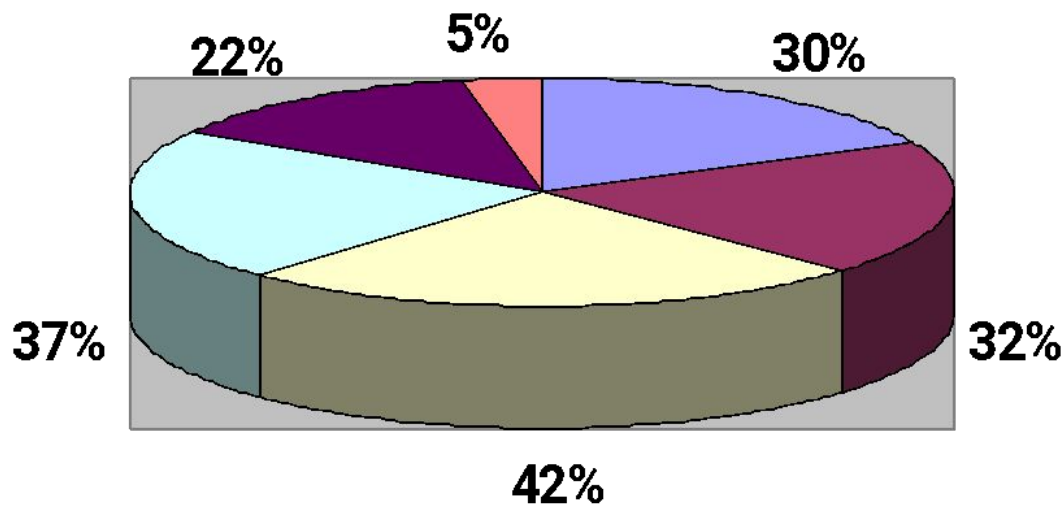
- \*учителя
- \*площади
- \*методическое обеспечение
- \*финансы

1. Количественная оценка
2. Качественная оценка

- \*Кого учить
- \*Зачем и чему учить
- \*Сколько учить
- \*Где учить

- \*Как учить
- \*Кто будет учить
- \*С помощью чего учить

# Результаты исследования факторов выбора образовательных услуг ЦДТ



- |                           |                 |
|---------------------------|-----------------|
| известность организации   | мнение знакомых |
| известность организаторов | качество услуг  |
| репутация в обществе      | близость к дому |



# STEP – АНАЛИЗ

---

1. Какие события, крупные факторы в экономической, политической, социальной, демографической, правовой сфере влияют на деятельность УДОД?

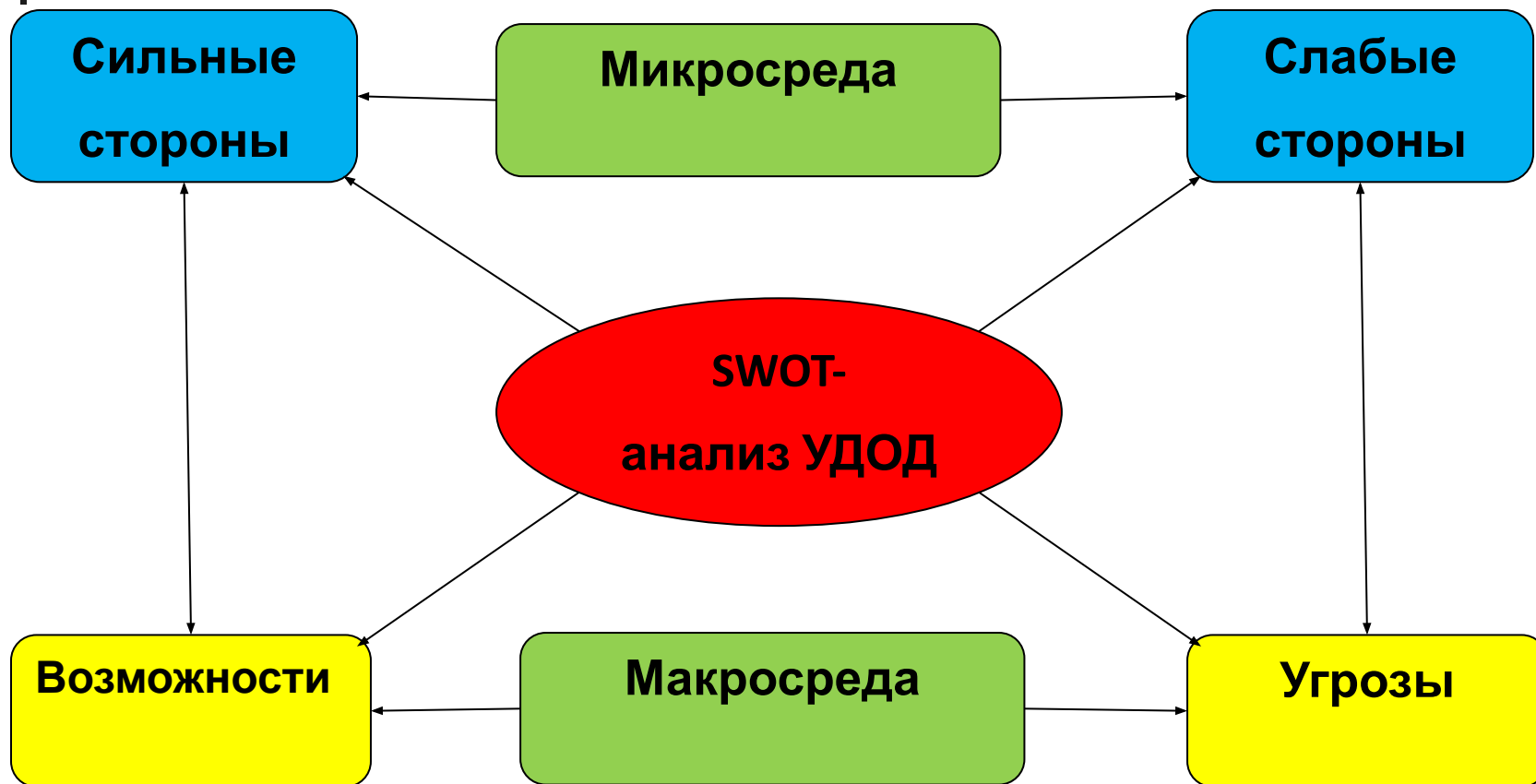
2. Выделить те явления, которые наиболее сильно влияют или могут влиять на жизнедеятельность УДОД.

3. Разделить на положительное и отрицательное значение влияния этих факторов.

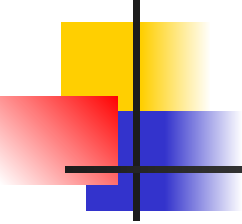
4. Ранжировать положительные факторы. Как их использовать при планировании деятельности, можно ли увеличить их полезность, если да, то каким образом?

5. Что несут в себе отрицательные факторы, можно ли им противодействовать, если да, то как?  
Может ли учреждение справиться с ними самостоятельно или ему нужна помощь?  
Если нет, то как этими отрицательными факторами существовать?

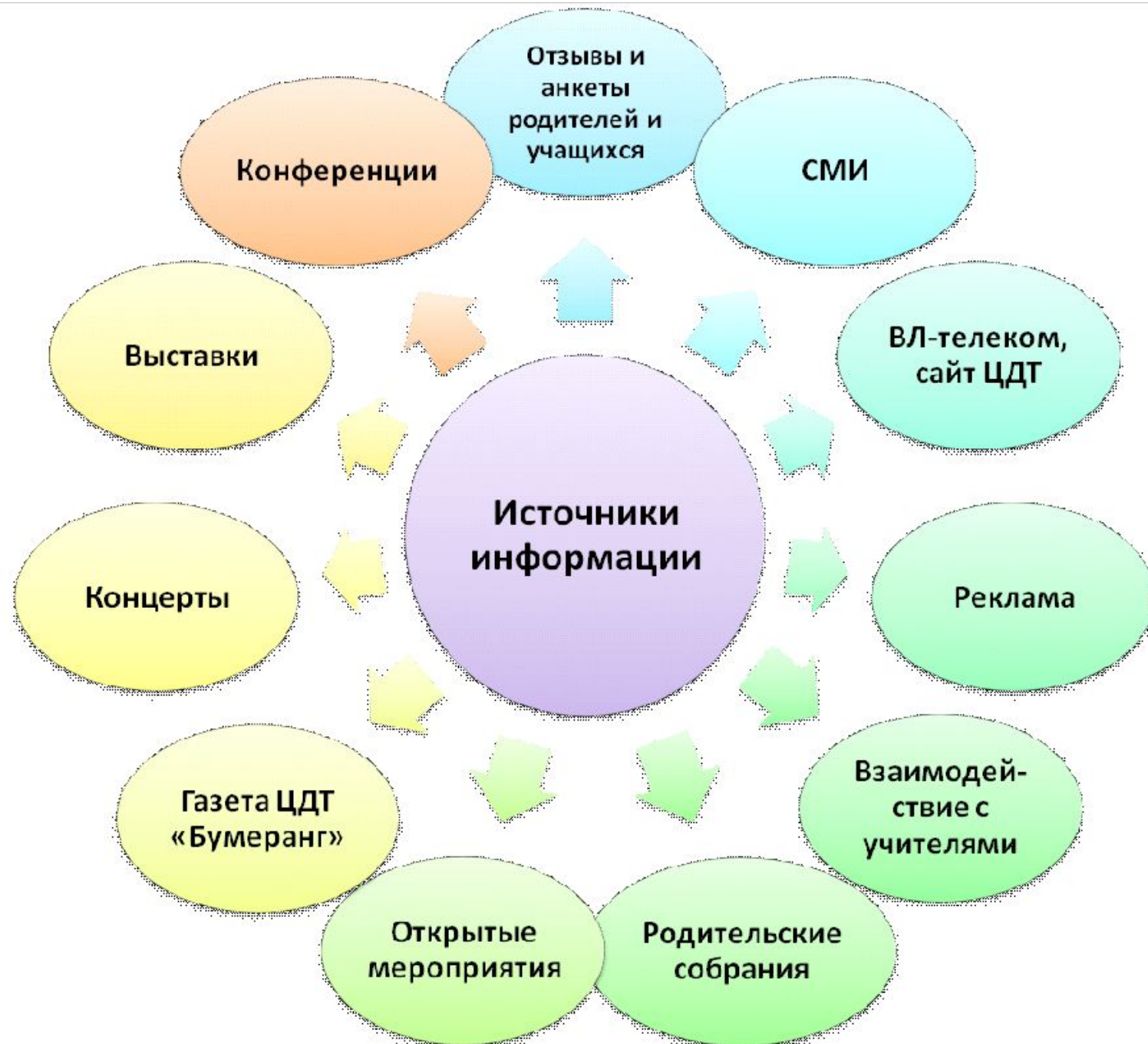
# SWOT – АНАЛИЗ



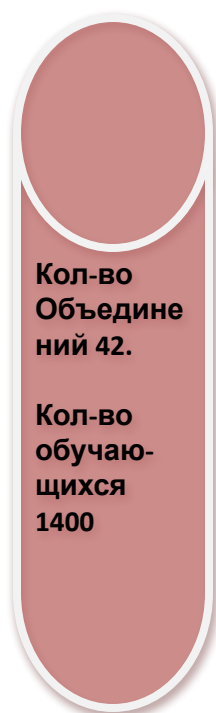


- 
- 
- «Отыщи всему  
начало,  
ты много  
поймешь».  
*Козьма Прутков*

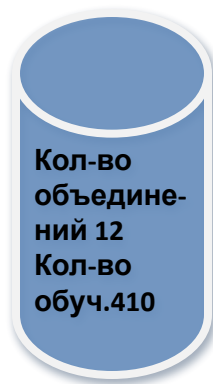




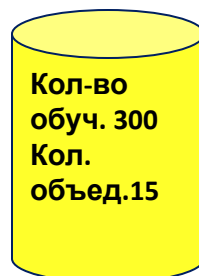
# Анализ социокультурного образовательного пространства



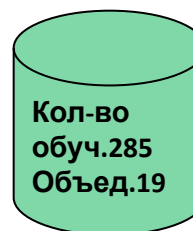
ЦДТ



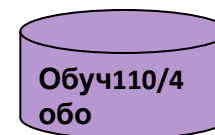
ДО  
РВСН



СОШ  
им. А.С. Попова



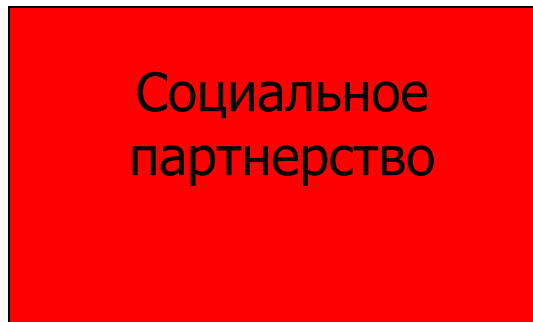
КДЦ  
с. Юдино



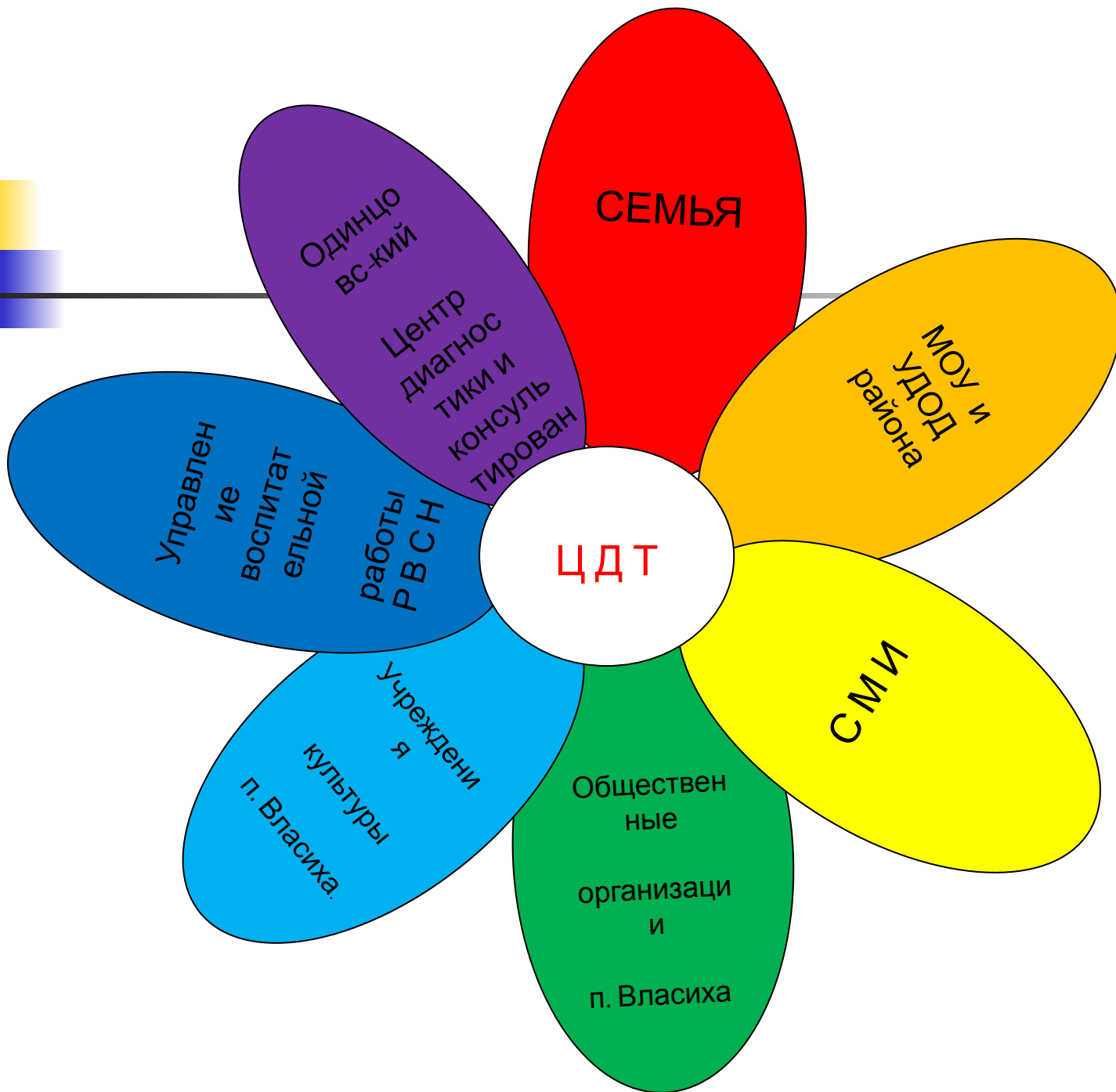
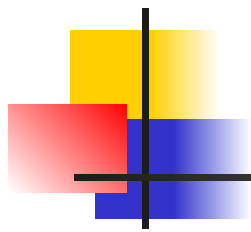
Спортивный клуб  
«Сокол»

# Взаимодействие ЦДТ с социумом

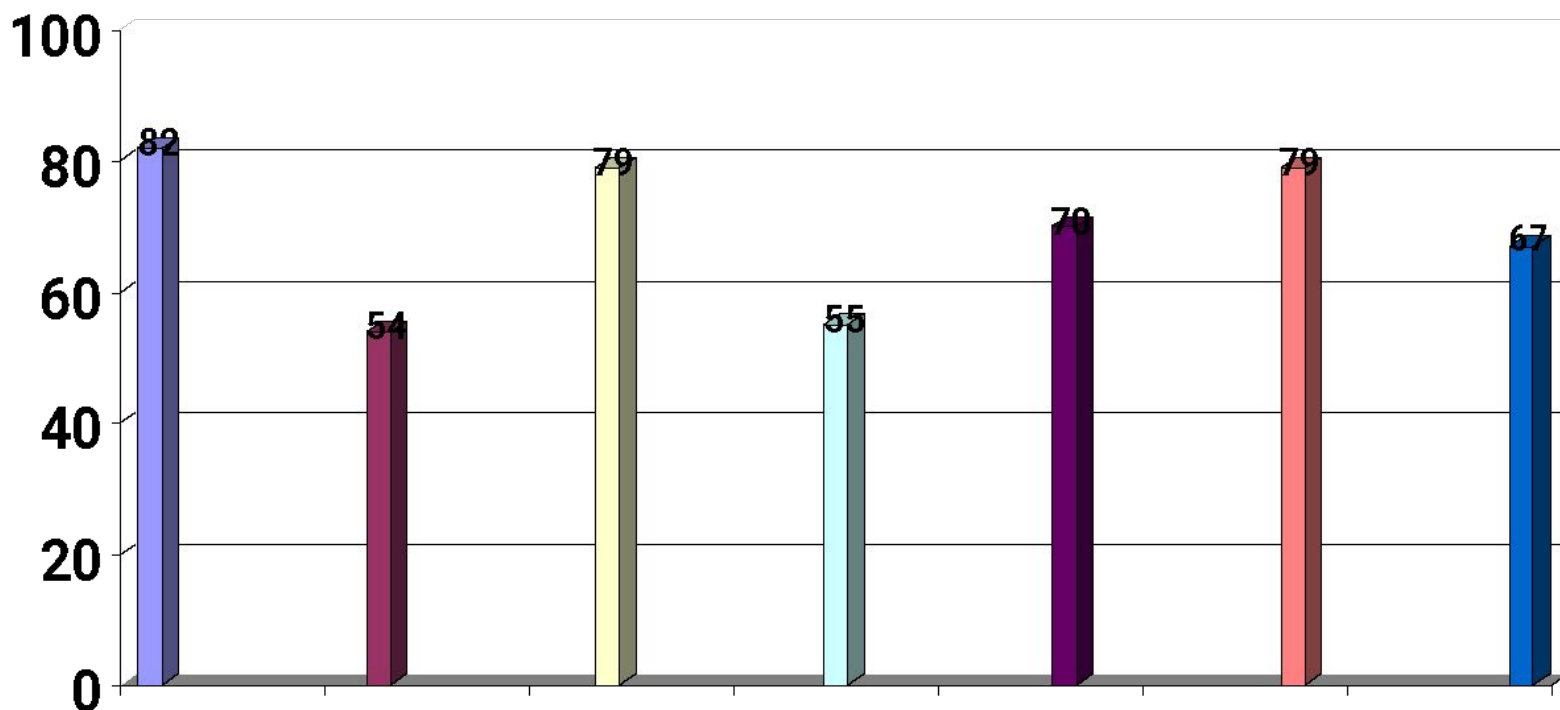
Взаимодействие Центра с другими образовательными и общественными организациями



- Органы законодательной власти
- Органы исполнительной власти
- Общественные организации
- Учреждения, организации



# Результаты анкетирования «Что привлекает тебя в ЦДТ»



■ занятие любимым делом

■ новая роль

■ общение с друзьями

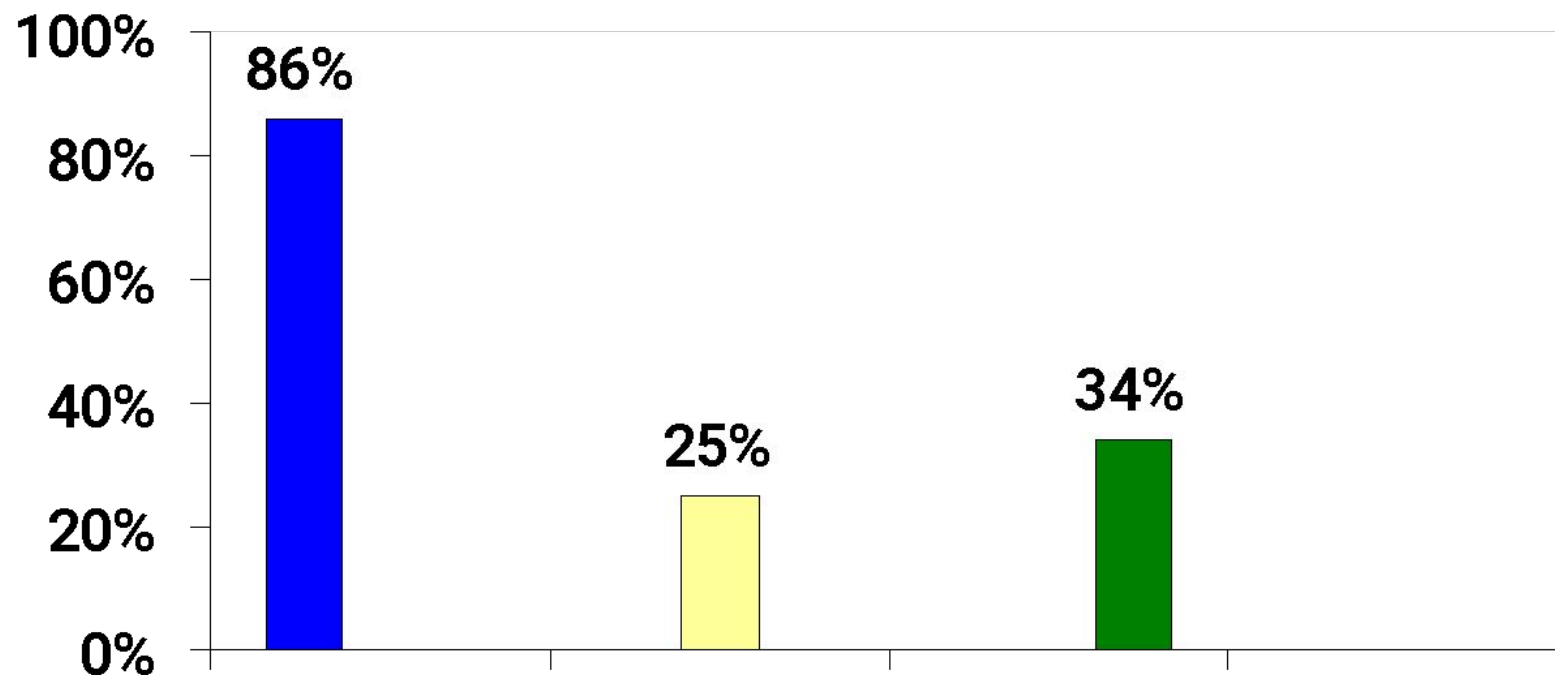
■ значение для будущей профессии

■ просто нравятся занятия

■ очень нравится руководитель

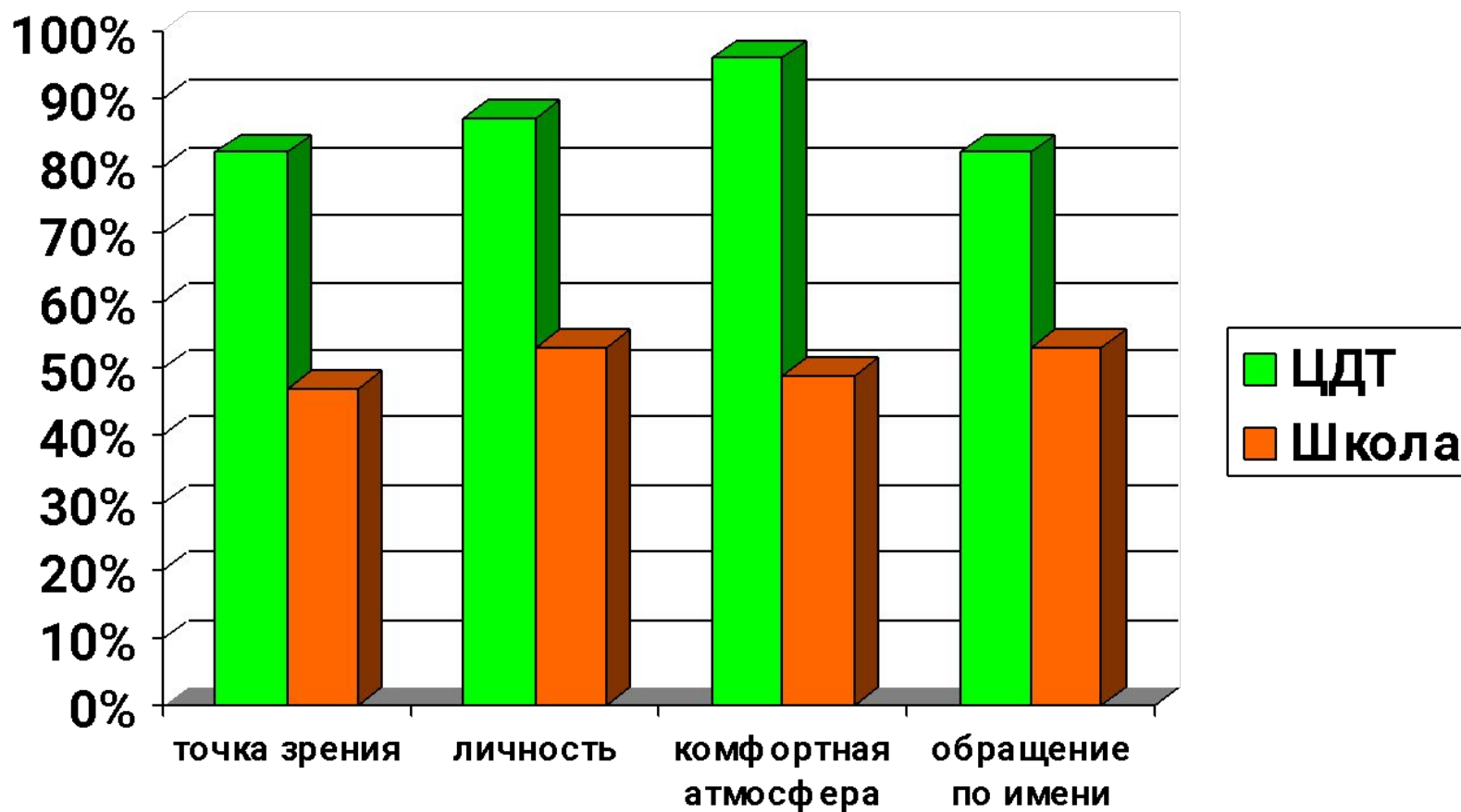
■ одобрение руководителя "ситуация успеха"

# Анкетирование родителей «Что вы ждете от ЦДТ?»

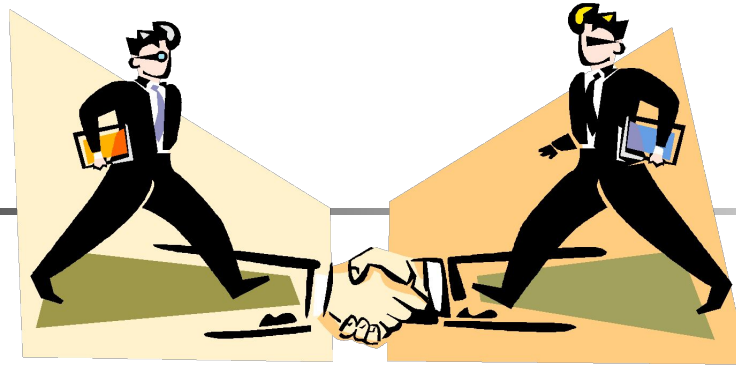


- развитие творческих способностей
- важность для будущей профессии
- занятость ребенка в свободное время

# Результаты сравнения ЦДТ и школы







- *«Маркетинг – это теория, как **ПОДАТЬ** и как **ПРОДАТЬ** товар»*

*Ю.А. Конаржевский*



*Творческих Вам успехов!*