

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА) – «Продвижение Интернет - портала посредством рекламы и PR на примере «ГБОУ Школы №69»».

Слайд 2

Целью исследования является совершенствование продвижения Интернет-портала посредством рекламы и PR ГБОУ «Школа №69 имени Б.Ш. Окуджавы».

Слайд 3

Достижению цели способствовали задачи, представленные на слайде.

Слайд 4

В настоящее

время необходимо

ВЫЯВИТЬ

положительные

и отрицательные

стороны

в деятельности школы, чтобы

выявить достоинства

и недостатки образовательного

учреждения. Недостатки

могут отрицательно

повлиять на

продвижение

образовательного

учреждения

ГБОУ

«Школа

№

69

имени

Б.Ш.

Окуджавы»

в Интернете.

PEST-

анализ

позволил

определить

основные

идеи

развития

школы

до

2020

года.

Результаты

анализа

способствуют

созданию

условий

для

оптимального

сочетания

индивидуальной

творческой

самореализации

обучающихся

с

одновременным

достижением

ими

новых

образовательных

стандартов

на

основе

актуализации

инновационного

потенциала

школы

и

в

соответствии

с направлениями Национальной образовательной

инициативы «Наша новая школа».

Проведенный **SWOT-**

анализ

позволяет

выделить

следующие

принципиальные

стратегии:

- развитие

базы контактов;

- популяризация

идей

устойчивого развития;

- включение

в

совместные

проекты

- большего числа партнеров;
внедрение новых эффективных

моделей

- управления качеством образования;
развитие

материально-технической

- базы;
развитие дополнительных образовательных

услуг за

счет педагогического

- аутсорсинга;
• работа

над

системой

мотивации

всех

участников

образовательного

процесса:

учителей,

учащихся, родителей.
SWOT

-

анализ

позволил

определить

приоритетную

стратегию развития школы до 2020 года: необходимость

внедрения

новой

управленческой культуры, направленной на эффективное

использование

внутреннего

потенциала

школы.

Подобная

расстановка

приоритетов

смещает

акцент

с

процесса

накопления

образовательных

ресурсов

на

процесс

их

эффективного

использования

и

управления

существующими
образовательной

ресурсами

для

достижения

нового

качества

среды школы.

Слайд 5

На

официальном

сайте

используются

следующие

приемы

продвижения

ГБОУ

«Школа

№

69

имени Б.Ш. Окуджавы»:

- **представлен**

полный

спектр

необходимой

информации,

важной

как

для

родителей,

так

- и школьников;
• используются

фотографии

учебного

процесса,

школьных

- помещений, классов;
• размещены

информация

о

наборе

в

первые

классы

и

запись

- в школу;
обозначены

контакты

для

связи

с руководством школы.

Слайд 6

Продвижение

в

социальных

сетях

особенно

востребовано

в

современном

мире.

Размещение

аккаунтов

В

социальных

сетях

ВКонтакте

позволяет

более

активно

продвигать

школу

на

данной

территории,

создавать

ее

положительный

имидж,

получать

от

родителей

и

школьников

более

активную

обратную

связь,

обеспечить

их эффективную коммуникацию.

Слайд 7

Всего на

сайте ГБОУ «Школа № 69

имени Б.Ш. Окуджавы» размещено 106 отзывов,

из них 61

положительных, 15 нейтральных, 30 отрицательных. Более наглядно,

в

процентном

соотношении,

это

можно

увидеть на рисунке.

Слайд 8

Исходя

из

данной

информации,

можно

предположить,

что

сайтом

школы

активно

пользуются.

у

него

большая

посещаемость.

Наибольшее

количество

отзывов

на

сайте

принадлежит

отзывам

о

прошедших

мероприятиях.

Все

мероприятия

являются

имиджевыми

и

направлены

на

поддержание репутации образовательной организации. Всегда

сопровождаются

большим

количеством

фотографий

и не остаются

без комментариев

и репостов.

Таким образом,

можно

увидеть, что отрицательных отзывов

по

проведенным

мероприятиям

практически нет.

Сформулируем

недостатки

В

процессе

продвижения

Интернет-

портала

посредством

рекламы

и PR:

1. Слабая

осведомленность

школьников,

родителей

и

будущих

учащихся

внеклассной

деятельности

школы

и

проводимых

мероприятиях;

2. Плохая

посещаемость

сайта

и

снижение

подписчиков

в

социальных

сетях;
3. Снижение

активности

школьников

на

внеклассных

мероприятиях школы;
4. Снижение

положительного

имиджа

и

узнаваемости

школы

на

общественных

мероприятиях.

Слайд 9

Для

решения

выявленных

проблем

разработаем

мероприятия

по

продвижению

ГБОУ

«Школа

№

69

имени Б.Ш. Окуджавы»:

-

продвижение

в

сети

Интернет

посредством

рекламы

- и PR для целевой группы общественности «родители»;
проведение

специального

мероприятия

для

привлечения

целевой

аудитории

и

повышения

имиджа школы «День открытых дверей».

Слайд 10

В рамках рекламного продвижения необходимо осуществить следующее:

1. Баннерная реклама. Для разработки баннерной рекламы, необходимо привлечь внештатного сотрудника – графического дизайнера. Далее сотрудники секретариата обсуждают условия и срок размещения, рассылают информационным партнёрам и следят за размещением;
2. Взаимодействие с партнерами. Для размещения на сайтах партнеров была разработана специальная таблица с организациями, с которыми взаимодействует школа (образовательные организации, спортивные школы, художественные школы, бизнес-инкубатор и т.д.). Секретарь

школы связывается с администраторами организации и договаривается о размещении информации за две недели до мероприятий;

3. SMM-продвижение. Для улучшения продвижения необходимо организовать репосты в социальных сетях. Для этого необходимо подготовить список тематических образовательных порталов, подходящих по целевой аудитории. За две недели до мероприятия договориться о публикации и обсудит материальную сторону.

Слайд 11

Анализируя

смету

расходов,

можно

сделать

вывод

о

том,

что

эффективность

проведения

PR-

мероприятия

была

высока.

Сумма,

для

мероприятия

такого

масштаба

невысокая,

а

организация

самого

мероприятия

была

очень

эффективной

в плане финансовых затрат.
После

проведенного

PR-

мероприятия,

нами

был

составлен

анализ

эффективности

проведения

PR

мероприятия «День открытых дверей». Более наглядно его

можно

увидеть

в таблице.

Слайд 12

В

итоге

на

два

мероприятия

было

потрачено 173 400 руб.:

- Продвижение

в

сети Интернет: 89 900 руб.

- Мероприятие «День открытых дверей»: 83 500 руб.

Собраны

средства

в размере: 500 000 руб.

Итого:

эффективность

проведенных

мероприятий составила **326 600 руб.**

Слайд 13

Исходя

из

полученных

данных,

можно

сказать,

что

проведенное

коммуникационное

продвижение

положительно и эффективно отразилось на репутации ГБОУ «Школа № 69

имени Б.Ш. Окуджавы», а именно:

- продвижение

В

сети

Интернет

поспособствовало

увеличению

узнаваемости среди целевой аудитории;

- со стороны посетителей увеличился интерес к деятельности школы (на основании промежуточных результатов).
- проведенное

мероприятие

помогло

сформировать

положительное

мнение

о

внеклассной

деятельности

ГБОУ

«Школа

№

69

имени Б.Ш. Окуджавы».

Тем

самым,

имидж

ГБОУ

«Школа

№

69

имени Б.Ш. Окуджавы» значительно повысился как среди взрослой, так и

детской аудитории. Высокая доля поступающих и желающих обучаться в данной школе в следующем учебном году:

- Набрано 1-х классов – 9, увеличение количества учащихся на 20%,
- Переход учащихся из других образовательных организаций – 38 учащихся, увеличение количества на 10%.

Слайд 14

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.