Ярина Ахатовна Хатмуллина,

учитель истории и обществознания

МАОУ «СОШ №25» г.Перми

….

**Доклад**

**«Формирование универсальных навыков XXI века через овладение инструментами маркетингового комплекса »**

*Аннотация:*

*В Школе Маркетинга формируются актуальные для XXI века навыки способность мыслить нестандартно и гибко; способность к отбору информации; способность работать с современными средствами коммуникации. Для формирования навыков в школе меняется вся образовательная система: уроки, внеурочная деятельность, по иному оцениваются результаты деятельности. В докладе представлены механизмы формирования навыков XXI века, процедуры оценивания их сформированности, обобщенные в опыте педагогов школы.*

Soft skills, Information-oriented society, marketing

Мир сегодня меняется очень быстро – и так же быстро трансформируется образовательный контекст. Человек в наши дни должен обладать навыками, помогающими эффективно организовывать собственную жизнь: это умение ориентироваться в мире информации, критически мыслить, выстраивать коммуникацию, сотрудничать, применять полученные знания на практике в реальном времени, принимать решения, видеть свои слабые места и уметь работать над ними, учиться и переучиваться[[1]](#footnote-2).

При составлении учебных программ необходимо будет ориентироваться на более широкие профессиональные компетенции – умение находить нестандартные решения задач и проблем, навыки коллективной работы и так далее. Но пока у нас всё ещё есть учителя географии, истории, физики, химии, но нет учителей критического мышления, учителей взаимодействия или учителей любознательности[[2]](#footnote-3).

Спектр ключевых навыков XXI века достаточно обширен. Однако, навыки, формируемые в Школе Маркетинга, станут прочной основой для развития других умений.

Агентство стратегических инициатив и Московская школа управления «Сколково» разработали «Атлас новых профессий»: отрасли и профессии, которые будут востребованы в ближайшие десятилетия.

Навыки, формируемые в «Школе Маркетинга», востребованы для профессий таких отраслей как «Медиа и развлечения» и «Менеджмент». Таким образом, навыки, формируемые в школе Маркетинга актуальны не только для настоящего времени, но и будут востребованы в будущем.

Для МАОУ «СОШ №25» – Школы Маркетинга актуальными являются такие навыки XXI века как

* способность мыслить нестандартно и гибко;
* способность к отбору информации;
* способность работать с современными средствами коммуникации.

До сих пор маркетинг рассматривался как дисциплина, необходимая для собственников бизнеса или желающих стать маркетологом. Но в Школе Маркетинга инструменты маркетингового комплекса - это инструмент, современные образовательные практики, для построения модели образовательного пространства, направленного на формирование навыков XXI века.

Однако, каждый день мы занимаемся продвижением:

* продвижением себя самого, когда устраиваемся на работу;
* продвижением своих идей, когда презентуем проект;
* продвижением значимого для нас события, когда создаем пост в социальных сетях.

Для формирования новых образовательных результатов, навыков XXI века, нужны изменения в деятельности учителя на уроке, внеурочной деятельности, образовательном пространстве школы (см.рисунок 1.)

Рисунок 1 – Образовательные практики Школы Маркетинга

**Маркетинговые компоненты на уроках.**

Формирование навыков процесс ежедневный и постоянный. Поэтому все образовательное пространство, а в первую очередь урок, должны быть направлены на их формирование. В МАОУ «СОШ №25» для формирования и развития таких навыков как у учителей, так и у учащихся, проходят Дни маркетинга. В рамках данного мероприятия учителя разрабатывают урок с использованием маркетинговых инструментов. Таким образом, формируется дидактическая копилка маркетинговых инструментов каждого учителя на своем предмете.

День Маркетинга - это событие, которое проводится один раз в четверть.

Задачи учителя:

* разработать урок с использованием маркетингового инструмента
* сделать анализ собственной деятельности
* сделать анализ по формированию ключевых навыков на уроке

Среди инструментов маркетингового комплекса, используемых педагогами на уроках, наиболее популярными являются: позиционирование, SWOT-анализ, PEST – анализ, 4P в маркетинге, исследование лояльности, рекламная продукция (буклет, плакат, промо-ролик), SMM (social media marketing), сегментирование, копирайтинг, сторителлинг, нейминг

Для более детальной проработки владения маркетинговыми инструментами и подготовки к проведению уроков в День маркетинга школе созданы проблемные группы по следующим направлениям:

реклама как домашнее задание, итоговая работа по теме;

публичное выступление;

продвижение в социальных сетях: создание постов в соц.сетях по теме урока;

маркетинговые исследования на уроках;

копирайтинг.

Результатом работы группы в конце учебного года должны стать: методические и дидактические разработки уроков с маркетинговым компонентом, статьи - обобщение опыта, пособия для учителей.

**Экспертные уроки.**

Экспертные уроки в Школе маркетинга - это уроки, проведенные совместно с профессионалами – экспертами маркетологами и другими специалистами. Наиболее подготовленные учителя школы разрабатывают и проводят такие уроки по различным направлениям. Приглашенные специалисты выступают экспертами в организации практик, направленных на формирование компетенций маркетингового комплекса, а так же оценивают уровень их сформированности.

Кроме того, разработка и проведение экспертного урока совместно со специалистами - это отличный вариант курсов повышения квалификации учителей по формированию навыков XXI века способность мыслить нестандартно и гибко; способность к отбору информации; способность работать с современными средствами коммуникации.

**Краткосрочные курсы.**

Курсы внеурочной деятельности – составляющая ФГОС. Начиная с 5 класса, обучающиеся выбирают два курса каждую четверть. Длительность курса – 8 часов. Обязательное условие – наличие итогового продукта деятельности.

В МАОУ «СОШ №25» реализуются краткосрочные курсы различной направленности, среди которых есть и курсы маркетинговой направленности: дизайн плакатов, реклама, мастерство презентации, копирайтинг, продвижение в соц.сетях, фотоколлаж, видеоролики, полиграфия.

За 6-8 занятий ученики не только узнают о таких видах деятельности, но и сами создают свой продукт, развивая и совершенствуя ключевые навыки XXI века.

**Профессиональные пробы.**

Профессиональные пробы и практики – проба ученика в качестве специалиста выбранной профессии. Обязательное условие – прохождение пробы на территории предприятия. Результат пробы – осознание учеником ценности профессии для себя и желания ею овладеть в будущем. Длительность пробы – не менее 8 часов. Ученики 8-11 классов выбирают одну профессиональную пробу в течение четверти.

Для организации качественных профессиональных проб МАОУ «СОШ №25» сотрудничает с ДТ «Юность», Компания "Консалт-Ритейл", Краевой колледж предпринимательства, РЭУ им. Плеханова.

С указанными выше социальными партнерами реализуются такие профессиональные пробы как фотограф, контент-менеджер, мерчендайзер, продвижение в соц.сетях, дизайн полиграфической продукции. Кроме того часть профессиональных проб проходит в рамках деятельности школьных клубов: маркетинговые исследования, SchoolMedia#25.

**Медиаплан.**

Медиаплан – документ, отражающий план развития и продвижения учеников и педагогов.

Медиаплан отражает степень развития формируемых навыков и умений у обучающихся и педагогов, а также позволяет осуществлять замер результата. Это направление реализуется с помощью двух инструментов:

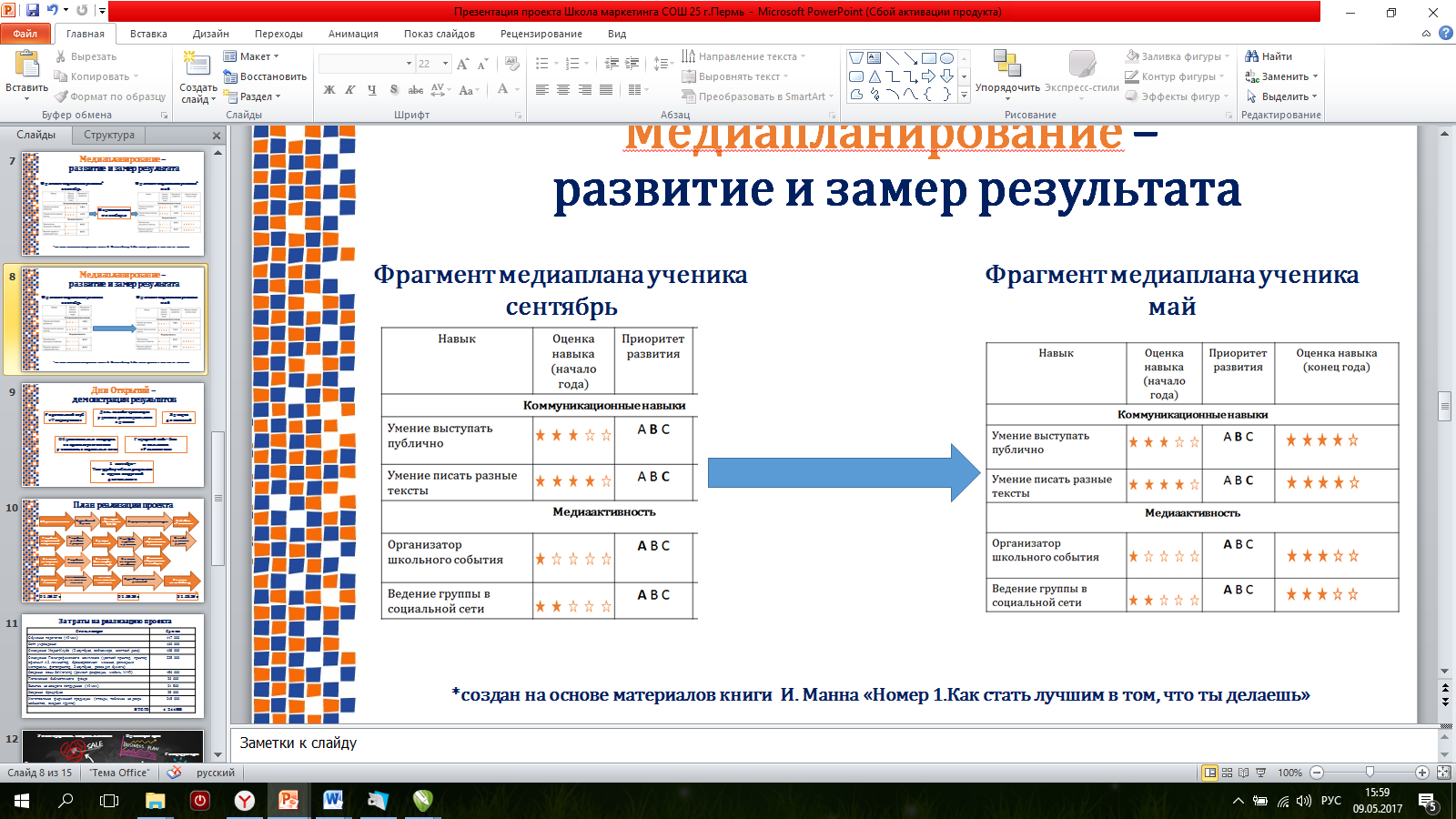
1) Заполнение медиаплана

2) Ведение личного кабинета школьника на Портале пермского образования.

В первую очередь разрабатывается Профиль выпускника, который включает в себя группы формируемых умений и компетенций. Профиль выпускника является основой для создания медиаплана.

В начале учебного года ученики оценивают уровень выраженности каждой компетенции из медиаплана и расставляют приоритеты развития. После этого, из общешкольного реестра курсов, клубов, событий обучающийся формирует набор активностей, которые позволят улучшить его результаты в выбранных направлениях.

В конце каждой четверти на итоговом классном часе каждый анализирует свое продвижение в реализации медиаплана. Пример медиаплана представлен на рисунке 2.

Рисунок 2 – Фрагмент медиаплана ученика

В конце учебного года обучающийся анализирует, удалось ли ему достичь поставленных задач. Для повышения степени объективности оценки в медиаплан заносят результаты проводимых в школе олимпиад, фестивалей и других образовательных событий, а также прикладываются итоговые отзывы педагогов, работавших с ребенком на курсах.

Электронный кабинет школьника – система электронного портфолио на Едином портале электронных кабинетов г.Перми . С помощью заполнения разделов портфолио обучающийся сможет не только оценить свои успехи в прикладных маркетинговых дисциплинах, но и принять участие в общегородском рейтинге школьников.

Таким образом, медиаплан:

* развивает навык формирования стратегии развития учеников и педагогов;
* позволяет осуществлять анализ уровня сформированности навыков и умений учеников и педагогов;
* развивает навык самоанализа у всех участников процесса.

**Образовательные события в школе.**

Интересны и маркетинговые образовательные событии, проходящие в нашей школе:

**Прикладная олимпиада "MarketOlympics".**

Проводится дважды в год для выявления уровня владения маркетинговыми инструментами у учащихся 3-11 классов.

Олимпиада включает в себя такие направления как: коммуникация, реклама и PR, маркетинг в социальных сетях, позиционирование и др.

Каждый ученик самостоятельно определяет, по каким направлениям он будет решать олимпиадные задания.

**Городской фестиваль маркетинговых решений "Рекламатика".**

Конкурсное событие для школьников г.Перми (впоследствии география фестиваля может быть расширена) по решению реальных задач от социальных партнеров Школы Маркетинга.

Ключевая особенность – партнеры хотя бы частично реализуют лучшие решения участников фестиваля.

**Фестиваль "MarketFest".**

Основная задача события – обмен опытом и презентация наилучших решений. Включает в себя маркетинговые номинации (ежегодно меняющиеся). Например, Блогосфера, Рекламный дизайн и пр.

Участники фестиваля: как дети, так и родители и учителя, демонстрируют свои достижения в выбранной области в виде мастер-классов, выступлений на презентационных площадках, интерактивных игр.

Социальные партнеры проводят мастер-классы и обучающие семинары для всех желающих.

Результатами освоения навыков XXI века для учащихся 25 школы стало умение

создавать тексты различной направленности

оформлять буклеты и др. печатные материалы

вести группы в социальных сетях

вести канал на YouTube

создавать и оформлять одностраничные сайты

презентовать идеи и проекты

создавать и продвигать личный бренд

За более чем год работы по реализации программы развития в нашей школе:

Изменился контент школьной газеты «SchoolMedia»: стало больше авторов, посты стали более понятные и отражают наиболее значимые события для всей школы.

В рамках реализации программы развития «Школа Маркетинга» каждую четверть проводятся Дни Маркетинга, которые включают в себя уроки с маркетинговым компонентом (самыми популярными компонентами, которые реализовывали педагоги на уроках были позиционирование, SWOT-анализ, PEST – анализ, 4P в маркетинге, исследование лояльности, рекламная продукция (буклет, плакат, промо-ролик), SMM (social media marketing), сегментирование, копирайтинг, сторителлинг, нейминг). Проводятся мастер-классы для учеников 8-9 классов, викторины и интеллектуальные игры для старшеклассников. Каждый День Маркетинга проводятся маркетинговые интерактивы на переменах, среди них конкурс рекламы класса, создание слогана для новогоднего бала и т.п.).

Особо в ряду мероприятий программы развития стоит Бренд Форум для педагогов, который состоялся 16 мая 2018 года. В работе Бренд Форума для педагогов приняли участие более 200 педагогов города Перми. Бренд Форум для педагогов включал в себя 2 блока программы: для педагогов (учителей, воспитателей) и для руководителей образовательных учреждений. За 6 часов полезного времени на Форуме выступили 11 спикеров из разных отраслей, педагогам были представлены более 15 практических инструментов для создания личного бренда педагога управления репутацией в рамках 2 интерактивных сессий.

Бренд Форум для педагогов в 2018 году проходил в первый раз, однако экспресс-опрос показал значимость и необходимость этого мероприятия для педагогов города Перми и поэтому стоит планировать подобное мероприятие в 2019 году.

Для замера и демонстрации результатов сформированности ключевых навыков мы реализуем систему образовательных событий, например: Прикладная олимпиада "MarketOlympics" – выявляет уровень владения маркетинговыми инструментами у учащихся, по таким направлениям как коммуникация, реклама и PR, маркетинг в социальных сетях.

Городской фестиваль маркетинговых решений "Рекламатика" - решение реальных кейсов от социальных партнеров нашей школы, причем партнеры хотя бы частично реализуют лучшие решения участников фестиваля.

- ученики 11 класса заняли первое место на краевом конкурсе проектов «Активное поколение»

- ученики 3 класса заняли первое место в городском конкурсе рекламных видеороликов, проводимым компанией Алендвик.

- 7 старшеклассников были приглашены социальными партнерами для участия в продвижении реальных бизнес-проектов.

Школа стала более открытой в социальном и медийном пространстве: самостоятельная публикация новостей на образовательной волне, сюжеты на телевидении, проведение Дней Открытий.

Школа маркетинга - это пространство креатива и современности! Наши ученики создают рекламные ролики, проводят PR-компании, занимаются event-маркетингом, разрабатывают новые идеи, умеют презентовать себя, создают ситуацию «выйгрыш-выйгрыш» в любом деле!

Список литературы:

<http://skills21.vbudushee.ru/>

1. Патрик Гриффин, <http://hr-portal.ru/article/navyki-xxi-veka-novaya-realnost-v-obrazovanii>
2. Атлас новых профессий: <http://atlas100.ru>

1. <http://skills21.vbudushee.ru/> [↑](#footnote-ref-2)
2. Там же. [↑](#footnote-ref-3)