

**СОБЫТИЙНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ
КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ
ОБРАЗОВАНИЯ
НА ПРИМЕРЕ
ГУО «ЛУГОВОСЛОБОДСКАЯ СРЕДНЯЯ ШКОЛА»**

Лемнёва Татьяна Станиславовна,
учитель
ГУО «Луговослободская
средняя школа»

Цель исследования

теоретически обосновать и раскрыть перспективы развития внебюджетной деятельности учреждения общего среднего образования посредством организации событийных мероприятий

Задачи исследования

1. Проанализировать состояние и перспективы развития событийного маркетинга в учреждении общего среднего образования.
2. Выявить пути и средства развития внебюджетной деятельности учреждений образования.
3. Раскрыть специфику организации событийных мероприятий в учреждении общего среднего образования, расположенного в сельской местности.
4. Произвести оценку организации и эффективности событийного мероприятия «Арт-пикник».

- **Объект исследования:**

внебюджетная деятельность учреждения общего среднего образования.

- **Предмет исследования:**

организация событийных мероприятий в рамках внебюджетной деятельности учреждения общего среднего образования.

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В УЧРЕЖДЕНИИ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**1.1 Состояние и
перспективы
развития
событийного
маркетинга в
учреждении общего
среднего образования**

**1.2 Пути и средства
развития
внебюджетной
деятельности
учреждений
образования**

Событийный маркетинг (от англ. «*event marketing*») – способ продвижения компании с помощью организации специальных событий.

Специальные
события (от англ.
«*special events*»)

Деловые события
(от англ.
«*trade events*»)

Событийное мероприятие (от англ. «*event*») -
средство манипулирования поведением и мнением
заранее приглашенной аудитории на событие.

Корпоративные
события
(от англ.
«*corporate events*»)

Таблица 1 – Характеристика видов и форм событий

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По маркетинговой среде	Внешние	Промо-акции, пресс- конференции и др.
	Внутренние	Корпоративные события, тренинги, интенсивы
По типу маркетинговой среды	Политические	Митинг, демонстрация, встреча с избирателями, дебаты, государственный праздник
	Корпоративные	Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция
	Социальные	Благотворительный концерт
	Культурные	Концерт, фестиваль, выставка
	Научные	Конференция, выставка научно- технических достижений
	Спортивные	Спортивное соревнование, показательные выступления
По масштабам целевой аудитории	Международные	Саммит, конференция, спортивное соревнование
	Государственные	Официальный праздник, инаугурация
	Корпоративные	Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция
	Микрособытия	Деловая встреча, романтическое свидание, розыгрыш
По маркетинговым задачам	Закрепляющие достигнутое	Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее длительный цикл деятельности
	Направленные на кардинальное изменение ситуации	Ребрендинг, презентация нового продукта и т. д.

✓ оказание
платных
образовательных
услуг

✓ аренда
площадей и/или
движимого/
недвижимого
оборудования

Внебюджетные средства финансирования

✓ сдача
вторсырья
(стеклотары,
макулатуры,
металлолома)

✓ средства спонсоров, шефов,
добровольных
пожертвований
юридических и физических
лиц, предприятий,
учреждений

ГЛАВА 2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УО ПОСРЕДСТВОМ ОРГАНИЗАЦИИ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

**2.1 Специфика
организации
событийных
мероприятий в
учреждении общего
среднего
образования,
расположенного в
сельской местности**

**2.2 Организация и
оценка
эффективности
событийного
мероприятия «Арт-
пикник»**

Таблица 2 – Классификация мероприятий учреждения общего среднего образования

Тип мероприятия	Пример	Предполагаемые результаты для УО
1 Учебно-воспитательные события	Воспитательные мероприятия 6-го школьного дня; Праздничные тематические концерты и линейки; Рекламные акции предметных недель; Промоакции платных образовательных услуг; Исследовательские конференции; Районные и областные мероприятия; Волонтерское движение.	Привлечение внимания потребителей; Предоставление информации о предлагаемых услугах; Демонстрация социальной ответственности.
2 Деловые события	Дни открытых дверей; Общешкольные родительские собрания; Педагогические советы; Заседания методических объединений; Мастер-классы; Семинары; Тренинги.	Привлечение внимания Поиск новых идей; Предоставление информации о предлагаемых услугах; Обмен опытом; Повышение квалификации пед. работников.
3 Корпоративные события	Юбилеи учреждения образования; Дни рождения работников; Празднование профессиональных и праздничных дат; Выездные совместные мероприятия.	Укрепление связей внутри коллектива; Повышение корпоративного духа.
4 Спортивные события	Спартакиады; Спортивно-патриотические игры; Походы; Спортивно-оздоровительные лагеря.	Массовая непрямая реклама; Демонстрация социальной ответственности.

Специфика организации событийного мероприятия

- | | | | |
|--|---|--|---|
| 1. Система: <ul style="list-style-type: none">• планирования• организации• проведения• анализа | 2. Географическое расположение
(ограниченное количество социокультурных учреждений) | 3. Отсутствие спонсорской помощи от предприятий | 4. Социально-демографическая структура населения
(уровень доходов населения, недостаточная информационная культура и консервативность многих семей) |
|--|---|--|---|



Рисунок 1 – Составляющие событийного мероприятия «Арт-пикник»

Таблица 3 – Динамика и исполнение сметы внебюджетных доходов ГУО «Луговослободская средняя школа» Минского района за 2016/2018 гг.

Показатели	На 01.05. 2016 г.	На 01.05. 2017 г.	На 01.05. 2018 г.	Отклонение (+/-)		Темп роста, %	
				2018 г. от 2016 г.	2018 г. от 2017 г.	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Утверждено по смете	7680,00	9600,00	17280,00	9600,00	7680,00	44,4	55,5
Исполнено	5760,00	7392,00	14688,00	8928,00	7296,00	39,22	50,33
Процент выполнения сметы	75%	77%	85%	10%	8%		

	Задача	Вывод
1	Проанализировать состояние и перспективы развития событийного маркетинга в учреждении общего среднего образования.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Новая отрасль освоения и применения со специфическими особенностями. ➤ Большое количество мероприятий носят шаблонный характер. ➤ Использование инструментов событийного маркетинга - перспективное и эффективное направление маркетинговой деятельности учреждения образования.
2	Выявить пути и средства развития внебюджетной деятельности учреждений образования.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Непрерывно отслеживать состояние рынка образовательных услуг. ➤ Формировать перечень образовательных услуг на платной основе, изучая спрос потребителя. ➤ Активно продвигать предлагаемые услуги, используя все возможные средства и источники. ➤ Осуществлять администрирование социальных групп для продвижения платных образовательных услуг через социальные сети.

	Задача	Вывод
3	<p>Раскрыть специфику организации событийных мероприятий в учреждении общего среднего образования, расположенного в сельской местности.</p>	<p>При организации событийного мероприятия необходимо учитывать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ географическое расположение учреждения образования; ▪ отсутствие спонсорской помощи; ▪ социально-демографическую структуру местного населения.
4	<p>Произвести оценку организации и эффективности событийного мероприятия «Арт-пикник».</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Четко соблюдены все этапы: <ul style="list-style-type: none"> ▪ планирование; ▪ подготовка; ▪ непосредственно проведение мероприятия; ▪ работа после мероприятия. ➤ Мероприятие показало свою эффективность: <ul style="list-style-type: none"> ▪ увеличение количества учащихся в действующих объединениях по интересам; ▪ пополнение перечня платных образовательных услуг; ▪ увеличение дохода от внебюджетной деятельности.

**СОБЫТИЙНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ
КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНЕБЮДЖЕТНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЯ
ОБРАЗОВАНИЯ
НА ПРИМЕРЕ
ГУО «ЛУГОВОСЛОБОДСКАЯ СРЕДНЯЯ ШКОЛА»**

РЕПОЗИТОРИЙ

Лемнёва Татьяна Станиславовна,
учитель
ГУО «Луговослободская
средняя школа»