

<MAKETA - PŘÍKLAD>

Marketingová strategie školy

...

Zpracovali:

- ...

datum

1. Úvod – metodika

- Důvody vytvoření
- Postup tvorby
- Zapojené osoby a jejich role
- Stručný popis struktury dokumenty

2. Analytická část

SWOT analýza školy

SILNÉ STRÁNKY - ...	SLABÉ STRÁNKY - ...
PŘÍLEŽITOSTI - ...	OHROŽENÍ - ...

Aktuální pozice a budoucí obraz školy

	Pozice	Budoucí obraz (Vize)
oblast působení	- ...	+ ...
hodnoty a principy	- ...	+ ...
klienti a zákazníci	- ...	+ ...
nosné aktivity a jejich cíl	- ...	+ ...
výhody proti konkurenci	- ...	+ ...

Vize školy slovně:

Škola ...

1. ...

2. ...

3. ...

3. Strategická část

Hlavní cíl:

- ...

Strategické cíle

I. ... → prioritní oblast I. ...

II. ... → prioritní oblast II. ...

III. ...

Prioritní oblast I. ...

Specifický cíl I-A: ...

Opatření I-A-1: ...

Opatření I-A-2: ...

Specifický cíl I-B: ...

Opatření I-B-1: ...

Opatření I-B-2: ...

Opatření I-B-3: ...

...

Prioritní oblast II. Image

Specifický cíl II-A: Zatraktivnit objekt školy

Opatření II-A-1: ...

Opatření II-A-2: ...

Opatření II-A-3: ...

...

...

4. Realizace strategie (vzorový text)

Tato kapitola shrnuje některé důležité předpoklady úspěšné realizace Marketingové strategie školy ... a způsob jejich naplňování.

Řízení

Realizaci celé strategie řídí ředitel školy. Jeho hlavním úkolem je koordinace veškerých činností souvisejících s naplňováním strategie.

Pro každé opatření je stanovena minimálně jedna odpovědná osoba (pracovník školy). Pro úspěšný průběh jednotlivých opatření (i strategie jako celku) je nezbytné stanovení jasné odpovědnosti i pravomocí odpovědných osob, a to nejpozději na začátku přípravy.

Vedení školy a osoby zodpovědné za všechna aktuální (připravovaná a realizovaná) opatření tvoří tým pro marketingovou strategii školy. Tento tým svolává ředitel školy podle potřeby (nejméně dvakrát za pololetí). Tyto schůzky slouží k informovanosti vedení školy i členů týmu o přípravě i průběhu jednotlivých opatření, a dále ke koordinaci opatření i k operativnímu řešení problémů.

Realizace opatření

Pro každé opatření ředitel stanoví předem odpovědnou osobu a časový rámec (případně další parametry, např. finanční). Odpovědné osoby podle těchto požadavků navrhnou konkrétní kroky, harmonogram a osoby, které budou do opatření zapojeny, finanční a další požadavky. Toto projedná s ředitelem školy v rámci přípravy opatření.

O průběhu a výsledcích opatření informují odpovědné osoby na schůzkách svolávaných ředitelem školy.

Monitorování

Monitorování strategie slouží jako podklad pro její úpravy (změny a doplnění). V jeho rámci se provádí systematické sledování výstupů, výsledků a dopadů strategie pomocí indikátorů.

Indikátory jsou navrženy podle vytčených cílů a podle opatření. Návrh základního vstupního nastavení indikátorů je uveden v příloze. Tento návrh je možné dále zpřesňovat podle potřeby. Při změně cílů je nutné soustavu indikátorů přehodnotit.

Vyhodnocení soustavy indikátorů provádí alespoň 1 x ročně ředitel školy. Podklady k tomuto vyhodnocení mu připravuje jím pověřená osoba (např. zástupce ředitele).

Aktualizace strategie

Aktualizace strategie se provádí na základě výsledků monitorování na několika úrovních.

Zpravidla 1 x ročně v návaznosti na výsledky monitoringu se provádí revize opatření. Pokud již opatření splnilo svůj účel, je ze strategie vyřazeno. Zároveň je účelné navrhnout a prověřit jiná opatření směřující k naplnění daného cíle. Tohoto procesu by se měli účastnit nejen stávající členové týmu pro strategii, ale také další pracovníci školy. Tak lze zapojit do realizace strategie více pracovníků a podpořit jejich aktivitu.

Aktualizaci marketingové strategie na úrovni opatření je možné provádět i během roku na základě výsledků jednání týmu.

Zároveň s revizí opatření se 1 x ročně provádí revize cílů, a to na základě monitorovacích indikátorů. Pokud je zjištěna neaktuálnost specifických cílů, postupuje se podobně jako v případě opatření.

Pokud jsou neaktuální strategické cíle, resp. hlavní cíl, vyžaduje to aktualizaci celé strategie, a to na základě aktualizované analýzy vnějších a vnitřních podmínek (shrnutých ve SWOT analýze). Předpokládaná životnost marketingové strategie Střední školy Bor na této strategické úrovni je přibližně 5 let.

Shrnutí časových parametrů realizace strategie

Pro přehlednost je možné hlavní kroky realizace marketingové strategie školy shrnout takto:

- 1 x za 3 měsíce ... schůzka týmu pro marketingovou strategii školy,
- 1 x ročně ... vyhodnocení soustavy indikátorů a aktualizace opatření,
- 1 x za cca 5 let ... aktualizace marketingové strategie školy.

Přílohy

Příloha 1: Shrnutí podkladů marketingové analýzy

- Rešerše dokumentů (analýz, průzkumů, ...)
- Tabulky a grafy
- ...

Příloha 2: Podrobný popis opatření

Prioritní oblast I: Vzdělávání

Specifický cíl I-A: Zkvalitnit výuku

Opatření I-A-1: Doplnění zázemí pro odborný výcvik

- popis:
- zodpovídá:
- termín:

...

Prioritní oblast ...

