

PROFESIONALIZACIJA OPISMEJENJEVANJA IN OSNOVNEGA IZOBRAŽEVANJA – OSNOVNI MODULI ZA USPOSABLJANJE UČITELJEV – TRAIN

Module 1: Komunikacije družbenega trženja

Helen Murphy
Waterford Institute of Technology (WIT)

DELOVNI NACRT

Čas	Vsebina	Učni rezultati	Metodologije	Ovrednotenje
Prvi dan				
09:30	Otvoritveni sestanek - Predstavitev mentorja in udeležencev - Pregled modula - Pregled temeljnih konceptov - Pričakovanja udeležencev - Določitev osnovnih pravil za udeležbo posameznika in	Namen tega sestanka je poskrbeti, da modul in tridnevni raspored ustrezata vsem udeležencem. Udeležencem omogoči, da se spoznajo med sabo in spoznajo mentorja. Mentorju omogoči, da razume različne izvore in izkušnje udeležencev ter njihove potrebe v zvezi s trženjem.	Lomljenje ledu Mentor reče vsakemu udeležencu, naj se pridruži skupini glede na vrstni red rojstva (najmlajši, srednji otrok, edinec ali najstarejši v družini). V vsaki skupini naj udeleženci opišejo svoje izkušnje v vlogi najmlajšega, najstarejšega itd. Vsaka skupina ima 10 minut, potem pa poroča vsem udeležencem. Ta lomilec ledu je dober način, da udeležence pripravimo do medsebojne interakcije in da se spoznajo malo bolje.	

	skupin	Mentorju in skupini omogoči, da razumejo, kakšna pričakovanja imajo v zvezi z modulom Ta modul določi osnovna pravila interakcije med mentorjem in udeleženci will allow the tutor and the group to understand each others expectations for the module	Mentor ima predstavitev v powerpointu "Komunikacije družbenega trženja", slike od 1 do 3 Skupinska razprava Da spoznamo pričakovanja udeležencev v zvezi z modulom, jih razdelite v majhne skupine s štirimi ali petimi člani in jim naročite, naj se pogovorijo o svojih pričakovanjih v zvezi z modulom. Mentor zbere pričakovanja udeležencev v zvezi z modulom na prekrivanki.	
11:15	Uvod v komunikacije družbenega trženja Definicije trženja	Razviti razumevanje koncepta komunikacij družbenega trženja in njegove uporabe pri opismenjevanju odraslih Udeležencem omogočiti razumevanje trženja in različnih obstoječih definicij	Mentorjeva predstavitev slika 4 Razdelite delovni list 1 (v dokumentu "Irski delovni listi") Možganska nevihta Udeleženci naj izvedejo možgansko nevihto na temo njihovega razumevanja trženja v opismenjevanju odraslih in njegovega možnega prispevka.	Individualni in skupinski premislek o ključnih učnih točkah
12:15	Pregled osnovnih konceptov trženja	Udeležencem omogočiti, da prepoznajo in razumejo terminologijo, ki se uporablja pri	Mentorjeva predstavitev, slike 8 in 9	

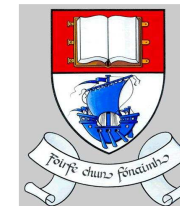
		trženju	Udeleženci dobijo material (natisnjeno verzijo predstavitve v powerpointu, 4 slike na vsakem listu = 13 listov, delovne liste sestavljajo slike iz izvirne predstavitve v powerpointu, ki vsebuje naloge za udeležence)	
14.00	Pregled filozofij trženja Razlike med profitnim in neprofitnim trženjem	Udeležencem omogočiti razumevanje pomena trženja in načinov, na katere organizacije uporabljajo tržne pristope ali filozofijo, ko imajo opravka s strankami. Spoznati razlike med pristopi, ko se trži program v izobraževanju (neprofitnem), in tistimi, ki jih uporabljajo profitne organizacije.	Študija primera 1 Poslovno trženje Body Shop Razdelite študijo primera, vsak posameznik naj jo prebere in se pripravi, da jo komentira. Skupinska razprava pod vodstvom mentorja o ključnih točkah v študiji primera Razdelite delovni list 2 in recite udeležencem, naj odgovorijo na vprašanja. Razprava pod vodstvom mentorja o filozofiji trženja v organizaciji, ki se ukvarja s programi opismenjevanja odraslih. Študija primera 2 – neprofitno trženje “kampanja Pika NSPCC-ja” Če vam primanjkuje časa, raje vzemite eno od dodatnih mini-študij primera.	



Socrates
Grundtvig



TRAIN

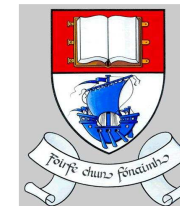


	Trženje v izobraževanju Trženje v osnovnem izobraževanju in opismenjevanju odraslih	Udeležencem omogočiti razumevanje dinamike in izzivov trženja v izobraževanju in še posebej v opismenjevanju odraslih	Razdelite študijo primera, vsak posameznik naj jo prebere in se pripravi, da jo komentira Skupinska vaja Udeleženci naj se razdelijo v skupine glede na njihove izkušnje s trženjem v izobraževanju in opismenjevanju in izven teh področij, primerjajo naj svoje izkušnje. Skupinska vaja Udeleženci naj uporabijo prekrivanko in navedejo izzive v trženju programov opismenjevanja za odrasle	Mentor skupini zagotovi povratne informacije o njihovih odkritjih.
--	--	---	--	---



Socrates
Grundtvig

TRAIN



15.45	Trženje za družbene spremembe Pojasnite, kaj pomeni ta koncept. To povežite z opismenjevanjem odraslih in trženjem programa za opismenjevanje odraslih.	Udeležence seznaniti s konceptom trženja za družbene spremembe. Udeležencem dati priložnost, da uporabijo nekatera od načel pri opismenjevanju odraslih in gibanju za pismenost. Udeležencem omogočiti razumevanje tega, kaj pomeni trženje za družbene spremembe. Z udeleženci se razpravlja o primerih kampanj trženja za družbene spremembe iz njihovih držav. Udeležencem omogočiti, da izmenjajo zamisli o tem, ali je trženje programov za opismenjevanje odraslih trženje za družbene spremembe	Predstavitev pod vodstvom mentorja, slike od 10 do 12 in delovni list 3 Skupinska razprava – razprava obravnava pomen, ki ga ima trženje za družbene spremembe za udeležence Skupinska dejavnost Skupino razdelite v manjše skupine s štirimi ali petimi člani, napišejo naj, kako razumejo kampanje trženja za družbene spremembe Vsaka skupina naj izbere eno učinkovito in eno neučinkovito kampanjo, ki jo poznajo, razpravljajo naj o tem, zakaj je ena učinkovitejša od druge. Vsaka manjša skupina naj to predstavi ostalim v razredu in izvede glasovanje o tem, katera kampanja je bila najbolj učinkovita ter zakaj.	Mentor vsaki skupini zagotovi povratne informacije.
-------	---	--	---	--

Drugi dan				
09:30	Funkcije trženja	Udeležencem omogočiti, da spoznajo osnovne funkcije trženja in to, kako se nanašajo na opismenjevanje odraslih. Udeležence seznaniti s konceptom prvin trženja (izdelek, cena, promocija, kraj, ljudje, procesi, fizični dokazi). Udeležencem omogočiti, da funkcije trženja (prvine) uporabijo v svojih programih opismenjevanja.	Predstavitev pod vodstvom mentorja, slike od 13 do 20 in predavanje s pisnim materialom Sklicevanje na temeljno besedilo Philipa Kotlerja Skupinska vaja Udeležence razdelite v skupine po štiri ali pet, vsaka skupina naj na kratko opiše funkcije trženja in jih uporabi v svojih programih opismenjevanja. Udeleženci naj uporabijo delovni list 4. Izdelek (ura opismenjevanja) Kraj (kje se izvaja) Cena (ali se pouk opismenjevanja v vaši državi zaračunava) Promocija (kako ste promovirali pouk) Ljudje (kdo je poučeval) Procesi (ali imate za pouk opismenjevanja sprejet načrt in okvir) Fizični dokazi (v kakšnem okolju poteka pouk – ali odseva vrsto storitve, ki jo zagotavljate).	Individualni razmislek o vaji



11:15	Struktura trženja – definicija Oglaševanje, osebna prodaja, neposredno trženje, odnosi z javnostjo	Udeležencem omogočiti vpogled v to, kaj je struktura trženja in kako lahko uporabijo različne vrste tržne promocije, da pritegnejo učence v svoje programe opismenjevanja. Razpravljati o tem, kakšne dejavnosti trženja uporablja vsaka organizacija udeležencev, da pritegne učence k opismenjevanju. Prepoznati koristi uporabe različnih vrst dejavnosti trženja in razpravljati o tem, katere vrste dejavnosti so lahko učinkovitejše od drugih – odvisno od tega, kakšne potrebe ima v zvezi s trženjem določena organizacija.	Predstavitev pod vodstvom mentorja, slike od 21 do 23 in pisni material Skupinska vaja Vsak udeleženec ima 15 minut, da napiše vse dejavnosti trženja, ki jih opravlja njegova organizacija za programe opismenjevanja. Vse dejavnosti se zapišejo na prekrivanko in obesijo na steno. Skupinska vaja Udeležence razdelite v skupine po štiri ali pet, vsaka skupina naj razpravlja o tem, kaj so po njihovem mnenju najučinkovitejše vrste dejavnosti trženja. Pisni material – kako trži vaše programe opismenjevanja odraslih www.hudrivctr.org/dokuments/socmarktpdf	
14:00	Proces tržnega komuniciranja	Omogočiti udeležencem, da razumejo dinamiko tržnih komunikacij in zakaj je ta	Predstavitev pod vodstvom mentorja, slike od 24 do 30 in pisni material	

		proces pomemben, ko novačimo nove učence za opismenjevanje odraslih.	Skupinska razprava Razdelite skupino v majhne skupine, razpravljajo naj o ključnih dejavnikih dobre komunikacije. Ob koncu vaje naredite seznam na prekrivanki, na katerem so vsi odgovori udeležencev.	Strokovne povratne informacije o vaji
15:45	Ciljne skupine in trženje	Omogočiti udeležencem, da razumejo koncept ciljnega trženja, segmentacije in pozicioniranja v zvezi s programi trženja za opismenjevanje odraslih. Omogočiti udeležencem, da razvijejo dejavnosti trženja na osnovi ciljnega trženja in segmentacije strank.. Omogočiti udeležencem, da razvijejo veščine trženja, ki se lahko uporabijo v načrtu trženja.	Predstavitve pod vodstvom mentorja, slike od 31 do 35 in pisni material Potem naj udeleženci uporabijo delovni list 5. Skupinska dejavnost Razdelite skupino v majhne skupine s štirimi ali petimi člani, vsaka skupina naj identificira ciljne skupine za programe opismenjevanja odraslih. Ko so vse skupine določile ciljne skupine, naj premislijo o ustreznih dejavnostih trženja za vsako ciljno skupino. Predstavniki vsake skupine naj delo svoje skupine predstavijo drugim in izmenjajo povratne informacije.	Mentor skupini zagotovi povratne informacije.

Tretji dan					
09:30	Načrt trženja	Omogočiti udeležencem vpogled v to, kaj je načrt trženja in na čem je zasnovan.	Predstavitev pod vodstvom mentorja, slike od 36 do 42 in pisni material Skupinska razprava Tema – Zakaj je načrt trženja koristen? Kateri so smotri načrta trženja?		
	Proces načrtovanja trženja	Omogočiti udeležencem, da razumejo pomen načrta trženja za njihove programe opismenjevanja. Udeležencem predstaviti ključne faze procesa načrtovanja trženja. Razpravljati o vsaki fazi procesa načrtovanja in njegovem namenu. Omogočiti vsakemu udeležencu, da razume pomen načrtovanja trženja za programe opismenjevanja odraslih.	Skupinska vaja Udeležence razdelite v skupine po štiri ali pet, opišejo naj ključne korake za načrt trženja Udeleženci naj uporabijo delovni list 6.		Mentorjeve in druge strokovne povratne informacije

11:15 – 13:00	Razvijanje strategije trženja za vaše programe opismenjevanja odraslih	Udeležencem omogočiti, da razumejo, kaj tvori strategijo trženja. Omogočiti udeležencem priložnost, da razpravljajo o različnih strategijah trženja in zakaj so lahko učinkovite oziroma neučinkovite.	Predstavitev pod vodstvom mentorja, slike od 43 do 50 in pisni material Strokovna razprava Udeleženci naj razpravljajo, kaj bi bila lahko ustrezna strategija za programe opismenjevanja v njihovih organizacijah.	
14:00 – 15:15	Razvijanje načrta trženja za vaše programe opismenjevanja odraslih	Udeležencem omogočiti razumevanje načrta trženja in njegovega pomen, ko se trži programe opismenjevanja odraslih. Omogočiti udeležencem, da razpravljajo o strategiji trženja njihovih programov opismenjevanja odraslih. Omogočiti udeležencem, da razpravljajo o dobrih in slabih platih različnih strategij trženja v opismenjevanju odraslih. Omogočiti udeležencem, da razpravljajo o ključnih izzivih trženja v opismenjevanju odraslih.	Predstavitev pod vodstvom mentorja, slike 51 in 52 ter pisni material Individualna dejavnost Vsak posameznik naj 30 minut sestavlja načrt trženja za svoj program opismenjevanja.	Individualni premislek

15:45 – 16:45	Predstavitve načrta trženja	Dati udeležencem priložnost, da predstavijo svoje zamisli za načrt trženja programov in izmenjajo povratne informacije z drugimi udeleženci ter z mentorjem. Tako si vsi udeleženci izmenjajo učne izkušnje v modulu in posamezniki imajo priložnost, da premislijo o svojem osebnem napredku pri učenju.	Individualne predstavitve	Mentorjeve in druge strokovne povratne informacije
16:45	Zaključek modula	Na kratko ponoviti vse glavne teme, ki jih pokriva modul. Razpravljati z udeleženci o tem, v čemer so najbolj uživali in kar se jim je zdelo najbolj koristno.	Razprava pod vodstvom mentorja o ključnih temah, ki jih pokriva modul. Mentor naj primerja pričakovanja udeležencev na prekrivanki z rezultati.	
17:00	Ovrednotenje modula	Dati udeležencem priložnost, da premislijo o temah, vsebini, uporabljenih metodologijah in materialu v programu.	Izpolnjevanje obrazca za ovrednotenje	Individualno ovrednotenje modula
17:15	Konec			

Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.