



Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа №235 с углубленным изучением
предметов художественно-эстетического цикла
им. Д.Д. Шостаковича Адмиралтейского района Санкт-Петербурга



УМК «Интерактивные образовательные
квесты в виртуальном пространстве
народного музея «А музы не молчали...»

Ирина Александровна Баронец, методист,
народного музея «А музы не молчали...»
Юлия Николаевна Шеверева, к.п.н.,
заместитель директора
по инновационной деятельности

УМК «Интерактивные образовательные квесты в виртуальном пространстве народного музея «А музы не молчали...»:

- [Сайт с комплектом разработанных виртуальных интерактивных квестов;](#)
- [Памятка для учащихся по работе с квестами;](#)
- [Памятка для оператора квестов.](#)

Инновационные продукты на сайте ОУ:

<http://school235.ru/indo/innovatsionnaya-deyatelnost/innovatsionnye-produkty/>

Продвижение продукта в условиях рынка

Реклама

- *объективные аргументы*: логически раскрывающие особенности рекламируемой продукции;
- *субъективные аргументы*: формирующие у потребителей определенные эмоции и ассоциации

Личные (прямые продажи)

- Метод продвижения товаров, включающий их устное представление с целью продажи в беседе с потенциальными покупателями;
- Ориентация на клиента: метод базируется на выявлении нужд потенциальных клиентов и предложении способов их удовлетворения

PR

- Выступления, мероприятия, публикации, новости, средства идентификации (логотип, эмблема)

Стимулирование продаж

- конкурсы, игры и лотереи, программы лояльности, акции, демонстрация товаров промоутерами; бесплатные образцы (пробники)

Продвижение инновационного образовательного продукта

Реклама

- Обоснование актуальности ИОП с точки зрения основных документов, регламентирующих образовательную деятельность
- Грамотный выбор целевой аудитории; обоснование, каким образом внедрение ИОП сможет упростить (!) решение актуальных задач для ОУ- «клиентов»

Личные (прямые продажи)

- Поиск социальных партнеров, для которых актуальна тематика ИОП;
- Тестовое внедрение ИОП в ОУ – социальных партнерах, обеспечение сопровождения внедрения ИОП (инструктаж, консультации, помощь в обработке данных , ...)

PR

- Выступления, мероприятия, публикации, новости, средства идентификации (логотип, эмблема);
- Обеспечение максимальной открытости внедрения ИОП;

Стимулирование продаж

- Создание «локальной сети» ОУ, внедряющих ИОП, инициирование общения и взаимопомощи;
- Освещение успехов ОУ, внедряющих ИОП;
- Внедрять ИОП должно быть просто и интересно!



Метод решения учащимися производственных кейсов
Авторство: «Школьная лига РосНано»



«Создавать продукт, опираясь на фокус-группы, по-настоящему трудно. Чаще всего люди не понимают, что им на самом деле нужно, пока сам им этого не покажешь»,

Стив Джобс