Приложение N 2
к Методическим рекомендациям
по механизмам вовлечения
общественно-деловых объединений
и участия представителей
работодателей в принятии
решений по вопросам управления
развитием общеобразовательных
организаций и организаций
дополнительного образования
детей, в том числе в обновлении
образовательных программ

**ПРИМЕРНЫЕ ФОРМЫ
РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА УРОВНЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

1. Создание, поддержка и продвижение страницы образовательной организации в социальных сетях с возможностью предоставления форума, предусматривающего возможность интеграции с мобильными устройствами, и создания сетевого сообщества с функциями календаря уведомлений.

2. Издание серии брошюр, рекламных буклетов о достижениях образовательной организации, в том числе адресные издания: для родительской общественности, общественно-деловых объединений, представителей работодателей, в том числе с использованием возможности социальной рекламы.

3. Создание видеороликов "Добро пожаловать в Управляющий совет!", "Управляющий совет: доверие, партнерство, право", "Состав и формирование Управляющего совета", "Что такое хорошая школа (организация дополнительного образования)?".

4. Освещение мероприятий из категории "событийного маркетинга" с привлечением обучающихся:

- организация конкурсов "Лучший попечитель", "Самый активный участник управляющего совета", "Ответственный родитель", "Лучший родительский комитет" и т.п.;

- мероприятия профориентационной направленности: организация профессиональных проб по профессиям, востребованным на градообразующем предприятии;

- проведение совместных мероприятий, посвященных памятным датам истории страны, субъекта Российской Федерации, муниципалитета.

5. Развитие форм "шефской помощи": экскурсии на предприятия, приглашение ветеранов производства, привлечение представителей предприятия к участию в факультативах, внеурочным мероприятиям и т.д.