

**Tallinna Tööstushariduskeskuse
suhtekorraldus ja meediaplaan
2007/2008 õppeaastaks**

Tallinn 2007

Sisukord

Tallinna Tööstushariduskeskuse suhtekorraldus ja meediaplaan 2007/2008 õppeaastaks	3
Tegevused.....	3
Internet.....	3
Meediasuhted	5
Messid	5
Trükised	6
Reklaam	7
Kutsemeisterlikuse võistlused	8
Muud üritused	9
Lisa 1	11

Tallinna Tööstushariduskeskuse suhtekorraldus ja meediaplaan 2007/2008 õppeaastaks

Tallinna Tööstushariduskeskus (THK) on üks suuremaid rõiva-, kaubandus-, teenindus- ja mehaanikaerialasid õpetav kutsehariduskool Eesti Vabariigis.

Õppida saab nii eesti kui vene keeles. Põhikooli lõpetajad omandavad 3 või 3,5 aastaga kutsekeskhariduse. Keskhariduse omandanutel on võimalus õppida eriala nii päevases kui kaugõppes 1 kuni 2,5 aastaga.

Käesolev Tallinna Tööstushariduskeskuse suhtekorraldus ja meediakava kirjeldab eesmärgid ning põhimõtted, millest kooli tegevus suhtekorraldusel peaks lähtuma.

Selles kavas on elemente ja mis kehtivad ka pikemas perspektiivis kui aasta-paar. Koostatud kava mitmetahulisus ja multifunktsionaalsus on tingitud sihtrühmade paljususest. Seetõttu on omavahel ühendatud üldine taust, näpunäited konkreetsete kanalite kasutamisel ning tegevuste ajagraafik.

Tegevused

Internet

- Veebilehe statistika pidamine
- Teemakampaniad

Internet on tänapäeval paratamatult muutunud üheks peamiseks info kanaliks. Internet võimaldab suhelda vahetult lõpptarbijatega, so õpilasega, kes võiksid potentsiaalselt olla huvitatud kutseharidusest. Kuigi internet on oma mahult piiramatult, on siiski väga oluline info struktureerimine ja esitamise viis. Internet peaks olema käesoleva turunduskommunikatsiooni kava võtmekanal.

Traditsiooniline meediareklaam on kallis ja pind piiratud, tuleks muid kanaleid kasutada eelkõige huviliste internetikanalitesse suunamiseks. Seoses internetikasutuse

intensiivistumisega on tänaseks kujunenud olukord, kus huvilisel on vajaliku teabe otsimiseks võimalik valida väga mitmete erinevate internetikeskkondade, portaalide ja infovõrkude vahel. Kuna klientide harjumused on veel kujunemisjärgus, peame hoolikalt analüüsima, kuidas ja millises vormis end konkreetsetel kodulehtedel tutvustada.

Tutvustama peaksime kindlasti neljale sihtgrupile:

- Tulevased õpilased
- Lapsevanemad
- Põhikooli õpetajad
- Töötajad ja erialaliidud

Kodulehe korduvkülastamine põhineb asjaolul, et inimene leiab sealt alati midagi uut ja huvipakkuvat. Seetõttu ei tohi veebileht olla staatiline vaid dünaamiline, et oleks võimalik anda operatiivset infot kooli allüksuste lõikes.

Külastajatele suunatud esilehe atraktiivsuse tõstmiseks peaks seal kajastuma pidevalt vahetuv erinevate erialade slaidiprogramm ja tutvustused koos noori huvitavate päevakavaliste teemadega. Fookusteemad koostatakse koos õpilasmavalitsusega.

Kooli veebileht peaks vastama järgnevatele tingimustele:

1. Eesmärgipärasus. Eelkõige peaks veebilehel olema kaks peamist eesmärki – informeerida potentsiaalseid sihtrühmi õpetatavatest erialadest ja luua arusaamine kooli eripärast.
2. Kujundus ja administreerimine. Veebileht peaks olema ühtaegu atraktiivne, lihtne ja samas kergesti hallatav. Sellest järeldatavalt koduleht peab olema dünaamiline mis annab suure kiiruse kodulehe kaasajastamise ja toimetamise üle, samuti suureneb muudatuste sisseviimise kiirus.
3. Kodulehe jaotamine loogilisteks allosadeks. Hästi organiseeritud koduleht koosneb loogilistest alljaotustest ja omab selgelt defineeritud esilehte. Kodulehel peab kajastuma ettevõtte isikupära ja personaalsus, mis tekitab usalduse ka esmakordsetes külastajates.

4. Navigatsioonisüsteem on oluline nii väga lihtsate kui ka veidi komplekssemate kodulehtede juures. Olulisim on, et külastajad leiaksid selle, mida nad otsivad. Menüüde paigutus ja struktuur peab arvestama kasutajate harjumusi – enamasti on internetis liikumine inimeste jaoks intuiitivne tegevus.
5. Atraktiivsus – konkureerides kümnete enam-vähem sarnaste veebilehtedega peab nende seast kuidagi eristuma ja meelde jääma. Professionaalne visuaalne külg aitab oluliselt kaasa Tallinna Tööstushariduskeskuse kui terviku maine kujundamisele.
6. Kodulehe arendamine on efektiivsem kui kasutatakse „template”- lehekülgi – st on olemas tüüpiline kodulehe alamleht, kus on paigas kujunduse põhielemendid ja mida vastavalt vajadusele saab sisuga täita.

Meediasuhted

- Pressiteadete esitamine kohalikule meediale
- Artiklid ajakirjandusele

Meedia puhul on kõige vähem mõjus traditsioonilise (ja kalli) meediareklaami pinna ostmine ja kasutamine ning kõige efektiivsem suhtekorralduslike võtete kasutamine – st artiklite, uudiste ja olemuslugude edastamine meediale. Selline tegevus põhineb eelkõige headel suhetel kindlate ajakirjanikega, kes on huvitatud THK-s toimuva kajastamisest. Pakkuda välja teemasid artiklite ja olemuslugude jaoks väljaannetele, mille sihtrühm langeb kokku THK-le sobiliku sihtrühmaga. Näiteks ajalehtede koolitusväljaanded – võivad anda lugejatele häid ideid koolituseks ja enesetäienduseks. Kindlasti oleks vajalik kasutada õpetajate kirjutamisoskust ja aidata kaasa nende kirjutiste jõudmisele ajakirjandusse.. (K. Kerem 2004)

Messid

- Teeviit
- Instrutec
- Motorex

Messidel osalemise esimeseks sammuks on teha põhimõtteline otsus messil osalemise kohta lähtuvalt järgmistest kriteeriumitest:

- kes on messi kliendid (edasimüüjad või publik)?

- kas see on meie sihtgrupp?
- mis võiks olla messil osalemise kasutegur?

Messil osalemise ettevalmistus ja taktika määratlemine:

- Materjalide koostamine, tiraaži määratlemine
 - trükised
 - imagotrükised
 - infotrükised
 - visiitkaardid
 - suveniirid (kleebised, pastakad, kalendrid, õhupallid jne)
- Messikujunduse kavandamine
 - Boksi asukoht üldises kontekstis. Millised on naaberboksid, kas nad toetavad väljapanekut või domineerivad ümbritseva üle.
 - Boksi terviklik kujunduskontseptsioon – vajaliku atribuutika tellimine korraldajalt, vajadusel täiendavate esemete muretsemine. Vajaliku elektrivõimuse, valgustuse jm infrastruktuuriteenuste tellimine. Visuaalsed materjalid (plakatid põhisõnumiga, muud kujunduselemendid). Messiboksis töötavate inimeste ühtses stiilis omanäoline riietus. Pakutavad suupisted ja joogid, jagatavad suveniirid. (K. Kerem 2004)

Trükised

Traditsioonilised trükised on kallid ja nende juhuslik jagamine on majanduslikult ebaotstarbekas. Niisiis tuleb trükiste koostamisel tähelepanelikult silmas pidama trükiste funktsiooni, sihtrühmi ja võimalikke jaotusskeeme.

Eksklusiivsemate imagotrükiste jagamisel tuleb eelistada THK jaoks olulisi maine- ja esindusüritusi ning jaotada neid erinevate külalisdelegatsioonide vastuvõtmisel ja külalisdelegatsioonides osalemisel, kus põhitöö toimub nõ diplomaatilisel tasemel. Massiliselt jagatavad materjalid peaksid eelkõige olema suunatud Lõpptarbijale ... ehk tulevasele õpilasele lähtuvalt sellest olema funktsionaalsed informatiivsed või siis eristuma teiste omasuguste seast.

Üheks lisaväärtuseks nii trükiste tarbijate kui ka tootjate aspektist on trükiste edasiarendatavus, st samas formaadis infolehed, erialatutvustused ja materjalid on komplekteeritavad ühiste kaante vahele. (K. Kerem 2004)

Trükiste koostamise ja tootmise temaatilised prioriteedid oleksid järgmised:

1. Voldik
2. Erialade tutvustused
3. Plakat
4. Kalender

Reklaam

- Interneti portaalid
- Televisioon
- Raadio
- Ajalehed
- Ajakirjad
- Liiklusvahendite reklaam
- Välireklaam

Trükimeedia on üldiselt hea kanal sõnumite edastamiseks, kuna katab laia lugejaskonna, on usaldusväärne ja võimaldab samas küllalt hästi määratleda sihtrühmi. Trükimeedia reklaam on eelkõige õigustatud juhul, kui samas väljaandes on ka uudiste või olemuslugudena sees reklaami sõnumit toetavad tekstid. Seetõttu on soovitatavateks trükimeedia kanaliteks ajalehtede ja ajakirjade hariduse teemalised erinumbrid või siis spetsiaalselt koolitusele keskenduvad väljaanded.

Reklaamides kooli Interneti portaalides tuleb arvestada sihtgrupi ealisi iseärasusi järgnevalt erinevate portaalide lõikes:

- Tulevased õpilased www.rate.ee,
- Lapsevanemad www.delfi.ee, www.postimees.ee
- Põhikooli õpetajad www.ekool.ee
- Töötajad ja erialaliidud www.eetel.ee; www.kutsekoda.ee

Telereklaam on efektiivne kanal jõudmaks suurte sihtauditooriumiteni, kuid haridusasutuste jaoks ilmselgelt liiga kulukas. THK kasutab reklaamiks kaabel TV kanaleid ja üritame osaleda vestlussaadetes ETV-s. Kahjuks on telekanalites vaid üksikud haridussaadet ja needki tavaliselt poliitilise alatooniga. Seetõttu pole ka õieti head saadet, kuhu võiks tahta reklaami panna.

Tavalise raadioreklaami asemel oleks efektiivsem teha erinevaid raadiomänge, milletegemisest ka kanalid ise enamasti huvitatud on. Raadiomänge võib pakkuda ka vene kanalitele (Ruskoje Radio, Sky Radio).

Omaette teema on liiklusvahendite reklaam trollibussides ja maaliini bussides. Tuleks kasutada mai, juuni ja juuli kuus.

Kutsemeisterlikkuse võistlused

- Kutsemeisterlikkuse võistlused Eesti
- WorldSkills Competition - Shizuoka 2007
- EuroSkills 2008

Aastaid juba toimuvad meie koolis rahvusvahelised juuksuri-, õmblus- ja automaatika erialade võistlused, konkursid ning moeshowd, kus meie esindajad on olnud edukad.

Alates 2006. aastast on Elukestva Õppe Arendamise Sihtasutus Innove Arendusprojektide üksus noorte kutsemeistrivõistlusi koordineeriv organisatsioon Eestis ning 2007. aasta jaanuarist on SA Innove Eesti esindajana rahvusvahelise noorte kutsemeistrivõistlusi korraldava organisatsiooni WorldSkills liige. Eesti osaleb käesoleva aasta novembris Jaapanis Shizuokas toimuvatel ülemaailmsetel kutsemeistrivõistlustel, kus Eesti võistlejad on esindatud 3 alal: kokanduse, mööblitislari ja mehhatroonika erialadel. Vaata ka:

www.worldskills.com

SA Innove on kaasatud ka Euroopa noorte kutsemeistrivõistlusi korraldava organisatsiooni EuroSkillsi tegevuse käivitamise, Eesti kuulub EuroSkillsi toetusgruppi. Esimesed EuroSkillsi võistlused toimuvad 18.-20. september 2008. a. Rotterdams, Hollandis, kus teiste seas võistlevad ka Eesti kutseõppurid. Lisainfo: www.euroskills2008.nl

Kõrgetasemelistel võistlustel osalemise üks eesmärkidest on pakkuda innustust noortele kutseõppuritele, kellel avaneb läbi võistluste võimalus võtta osa eri ametialade mõõduvõtmistest üle Euroopa ja üle maailma. Samuti saavad õppurid ning õpetajad võrrelda Eesti kutseõppe taset teiste riikide tasemega.

24. – 25. aprillil korraldab Tallinna Tööstushariduskeskus koostöös Festo OY-ga mehhatroonika, tööstuselektronika ja robottoonika eriala õppuritele **Eesti Tehnoloogiamängud**.

Nende tehnoloogiamängude, eesmärk on näidata, et Eestis antava kutsehariduse tase on kõrge ning nendest väljuvad spetsialistid ühiskonnale vajalikud. Noorte toimetamist tulevad kahe päeva vältel jälgima Eesti tööstusettevõtete esindajad, kes loodavad koolipingist pääsenud vastsete spetsialistide näol oma firmadesse tõhusat täiendust saada.

Muud üritused

- Avatud uste päevad
- Gümnaasiumite ja põhikoolide külastused

Lahtiste uste päevad korraldatakse kahel päeval **aprillis 2008 a.** Mõlemal päeval tutvustatakse õppimistingimusi ja õppekeskkonda koolis. Õpperuume on võimalik näha **kella 12.00 - 16.00** Informatsiooni antakse nii eesti kui vene keeltes iga õppevaldkonna kohta - õppekava tutvustus, õppepraktika toimumisest ettevõtetes, vaba aja sisustamisest, õpilaskodust ja olmetingimustest, riiklikest toetustest õppijatele, tulevastest töökohtadest, edasiõppimise võimalustest. On võimalik vestelda tänaste õppurite ja õpetajatega.

Lahtiste uste päevade raames toimuvad kooli aulas õpilastööde esitlused (iluteeninduse valdkond – juuksurieriala lõputööd), moedemonstratsioon ja erialade tutvustused.

Gümnaasiumite ja põhikoolide külastuste tarbeks on töötatud välja slaidiprogramm, 25 minutiline film ja reklaamibukletid. Külastusi viib läbi selleks koolitatud meeskond, mis koosneb õpilastest ja õpetajatest.

Kasutatud kirjandus

1. Earls, M. Loova ajastu koidik: äri, banaanid ja turunduse surm. Tartu. OÜ Fontese
2. Kirjastus. 2003.
3. Roose, N. Reklaam turunduses. Tartu. Tartu Ülikooli Kirjastus. 1996; 2002.
4. Kolb, B. M. Kultuuriturundus. Tartu. Atlex. 2005
5. Eesti 21. sajandil. Visioonid. Valikud. Tallinn. 1999
6. Hundimägi, A. Eesti turunduse kuningad ja narrid. Tallinn. Äripäeva Kirjastuse AS. 2004
7. A. Past Juhtimine ja Suhtekorraldus 2005
8. A. Past Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas 2007
9. K. Kerem, Põlvamaa turismi turunduskommunikatsiooni kava 2005-2006, Akadeemia Nord 2004
10. Kursuse "Tasakaalustatud strateegiline juhtimine avalikus sektoris" õppematerjali kogumik Esitamiseks Tallinna Pedagoogikaülikoolile CPT lektorikoolitus 2001-2002

Tallinna Tööstushariduskeskuse suhtekorraldus ja meediaplaan 2007/2008 õppeaastaks

Tegevused	2007.a.					2008.a.						Partner	Läbiviia
	08.	09.	10.	11.	12.	01.	02.	03.	04.	05.	06.		
Internet													
Veebilehe statistika pidamine	Pidev tegevus												IT osakond, T.Krist
Teemakampaaniad												Erialaliidud: EETEL, EML jne.	IT osakond, T.Krist Osakondade juhatajad
Kodulehtede kaasajastamine	Pidev tegevus												IT osakond, T.Krist
Meediasuhted													
Pressiteadete esitamine kohalikule meediale	Vastavalt toimuvatele sündmustele ja aktuaalsetele uudistele												Osakondade juhid ja juhtõpetajad
Artiklid ajakirjandusele	Vastavalt toimuvatele sündmustele											Erialaliidud: EETEL, EML jne.	Osakondade juhid ja juhtõpetajad
Messid													
Teeviit													Osakondade juhid ja juhtõpetajad
Instrutec												Erialaliidud: EETEL, EML jne.	Mehhatroonika osakond
Motorex												Erialaliidud	Autotehnika osakond
Trükised													
Voldik													IT osakond, T.Krist

Erialade tutvustused														Osakondade juhid ja juhtõpetajad
Plakat														IT osakond, T.Krist
Kalender														IT osakond, T.Krist
Reklaam														
Interneti portaalid														IT osakond, T.Krist
Television														IT osakond, T.Krist
Raadio														IT osakond, T.Krist
Ajalehed														IT osakond, T.Krist
Ajakirjad														IT osakond, T.Krist
Liiklusvahendite reklaam														IT osakond, T.Krist
Välireklaam														IT osakond, T.Krist
Kutsemeisterlikkuse võistlused														
Kutsemeisterlikkuse võistlused Eesti														Erialaliidud: EETEL, EML jne. Osakondade juhid ja juhtõpetajad
WorldSkills Competition - Shizuoka 2007														Innove, FESTO OÜ, Erialaliidud Mehhatroonika osakond
EuroSkills 2008														Innove, FESTO OÜ, Erialaliidud Mehhatroonika osakond
Muud üritused														
Avatud uste päevad														Osakondade juhid ja juhtõpetajad
Gümnaasiumite ja põhikoolide külastused														Gümnaasiumid ja põhikoolid Osakondade juhid ja juhtõpetajad