



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda

# **MARKETINŠKI PLAN REGIONALNOG CENTRA KOMPETENTNOSTI U SEKTORU STROJARSTVA**

Naziv projekta: „Budi spreman i kompetentan!“ U.P.03.3.1.04.0003

siječanj 2022. godine

**Sadržaj:**

<b>1. SAŽETAK .....</b>	<b>5</b>
<b>2. ANALIZA TRENUTNE SITUACIJE .....</b>	<b>6</b>
<b>3. SEGMENTACIJA I POZICIONIRANJE .....</b>	<b>10</b>
<b>4. CILJEVI MARKETINŠKOG PLANA .....</b>	<b>12</b>
<b>5. STRATEGIJE I TAKTIKE MARKETINŠKOG PLANA .....</b>	<b>13</b>
<b>6. IMPLEMENTACIJA I KONTROLA MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI .....</b>	<b>17</b>
<b>7. POPIS LITERATURE .....</b>	<b>18</b>

*"Sadržaj Marketinškog plana Regionalnog centra kompetentnosti isključiva je odgovornost Strukovne škole Vice Vlatkovića".*

*Projekt je financirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.*

## **Projektne informacije**

**Naziv projekta:** „Budi spreman i kompetentan!“ U.P.03.3.1.04.0003

**Kratki opis projekta:** Nositelj projekta je Strukovna škola Vice Vlatkovića koja je, kao suvremena strukovna škola, Odlukom o imenovanju regionalnih centara kompetentnosti u strukovnom obrazovanju koju je donio ministar nadležan za obrazovanje 20. srpnja 2018., i imenovana Regionalnim centrom kompetentnosti u sektoru strojarstva. Projekt „Budi spreman i kompetentan!“ usmjeren je na jačanje kapaciteta odgojno obrazovnih radnika te kapaciteta ustanove regionalnog centra kompetentnosti za razvoj i provedbu programa redovitog strukovnog obrazovanja te formalnih i neformalnih programa obrazovanja odraslih sukladno potrebama tržišta rada. Područje strojarstva važna je sastavnica brojnih gospodarskih grana, a unaprjeđenje (pod)sektora strojarstva pozitivno će se odraziti i na napredak cjelokupnog gospodarstva. Projektom "Budi spreman i kompetentan!" jačanjem organizacijskih sposobnosti RCK-a, uspostavom sustava kvalitete i profesionalnog usmjeravanja učenika i drugih polaznika, unaprjeđenjem kompetencija nastavnika i mentora kod poslodavaca uspostaviti će se suradnja za povećanje relevantnosti i učinkovitosti strukovnog obrazovanja i osposobljavanja u (pod)sektoru strojarstva te će se osnažiti kapaciteti RCK-a za razvoj i provedbu strukovnih zanimanja sukladno potrebama tržišta rada.

Aktivnosti koje će se provoditi u sklopu projekta su:

- Uspostava organizacije rada i razvoja regionalnog centra kompetentnosti
- Razvoj i/ili unaprjeđenje te provedba programa redovitoga strukovnog obrazovanja, formalnih i neformalnih programa za obrazovanje odraslih u regionalnim centrima kompetentnosti
- Jačanje kompetencija odgojno – obrazovnih radnika RCK-a i mentora zaposlenih kod poslodavaca vezanih za provedbu programa SOO-a u (pod) sektoru strojarstva
- Promocija strukovnih zanimanja i rada Centra
- Promidžba i vidljivost
- Upravljanje projektom i administracija

Partneri na projektu su:

- Zadarska županija
- Tehnička škola Zadar
- Srednja škola Biograd na Moru
- Tehnička škola Rijeka
- Industrijsko-obrtnička škola Pula
- Škola za montažu instalacija i metalnih konstrukcija
- Elektrostrojarska obrtnička škola
- Sveučilište u Zadru
- Obrtničko učilište
- Vaillant d.o.o.
- Profine Croatia d.o.o.
- Auto Hrvatska automobili d.o.o.

**Ciljevi i očekivani rezultati projekta:** Cilj projekta je uspostaviti okvir rada Strukovne škole Vice Vlatkovića, regionalnog centra kompetentnosti u (pod)sektoru strojarstva, te ojačati kapacitete odgojno - obrazovnih radnika za razvoj, modernizaciju i provedbu učinkovitih redovitih programa strukovnog obrazovanja te formalnih i neformalnih programa obrazovanja odraslih kroz učenje temeljeno na radu s ciljem pružanja relevantnih praktičnih vještina učenicima i odraslim polaznicima sukladno potrebama gospodarstva i tržišta rada.

**Ukupna vrijednost projekta i iznos koji sufinancira EU:**

Ukupna vrijednost projekta je 33.693.182,17 kuna

**Intenzitet potpore:** 100%



**Razdoblje provedbe projekta:** od 29. svibnja 2020. – 29. prosinca 2023.

**Kontakt nositelja:**

Strukovna škola Vice Vlatković, adresa: Nikole Tesle 9c, telefon: 023/ 239-460

e-mail: [ured.ss-strukovna-vlatkovic-zd@skole.hr](mailto:ured.ss-strukovna-vlatkovic-zd@skole.hr)

web: <http://www.ss-strukovna-vlatkovic-zd.skole.hr/>

**Web stranica projekta:** <https://www.budispreman.com/>

**Više informacija o EU fondovima:** [www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)

## 1. SAŽETAK

Regionalni centar kompetentnosti u području strojarstva treba se pozicionirati kao vodeći pružatelj strukovnog obrazovanja gdje se susreću iskustvo i znanje u edukaciji s najnovijim trendovima u praksi. Brojni programi voditelja i partnera te njihovo iskustvo u obrazovanju i kvalitetni predavači predstavljaju glavne snage Regionalnog centra kompetentnosti koje treba usmjeriti u iskorištavanje prilika koje se ogledaju u potrebi za konstantnim usavršavanjima radne snage i planovima poslodavaca da povećavaju broj zaposlenih u budućnosti u sektoru strojarstva, brodogradnje i metalurgije. Kao glavna slabost Regionalnog centra kompetentnosti ističe se nepostojanje budžeta za marketinške aktivnosti i malo marketinško znanje, dok su kao glavne prijetnje identificirane slaba zainteresiranost učenika za obrazovanje u sektoru strojarstva i velika stopa nezaposlenosti.

Osnovne ciljne skupine kojima se Regionalni centar kompetentnosti treba obraćati su učenici 8. i 7. razreda osnovnih škola, vlasnici poduzeća u Sektoru, (ne)zaposleni u sektoru strojarstva kojima treba usavršavanje, (ne)zaposleni izvan sektora strojarstva kojima treba prekvalifikacija, roditelji učenika 8. i 7. razreda osnovnih škola i učenici srednjih škola za zanimanja u sektoru strojarstva. Marketinški plan je osmišljen za period od veljače 2022. do studenoga 2022. godine, a ciljevi koji se žele njime ostvariti su povećati prepoznatljivost Regionalnog centra kompetentnosti, poboljšati atraktivnost programa Regionalnog centra kompetentnosti i poboljšati zanimanja za obrazovanje u sektoru strojarstva.

Aktivnosti kojima će se ostvariti navedeni ciljevi su kreiranje komunikacijskih konstantni Regionalnog centra kompetentnosti, izrada web stranice i profila na društvenim mrežama, organizacija natjecanja, dana strukovnog obrazovanja i savjetovanja u Zavodu za zapošljavanje, suradnjom s partnerima, osnovnim i srednjim školama te poduzećima. Predviđena je kontrola izvršenja marketinških aktivnosti na polovici (srpanj 2022.) i nakon izvršenja (prosinac 2022.) implementacije marketinškog plana.

## 2. ANALIZA TRENUTNE SITUACIJE

Regionalni centar kompetencije u području strojarstva (*dalje RCK*) pod vodstvom Strukovne škole Vice Vlatkovića obuhvaća područje pet županija: Istarska županija, Ličko-senjska županija, Karlovačka županija, Primorsko-goranska županija i Zadarska županija. Dokument „Analize lokalnih i regionalnih potreba tržišta rada u sektoru Strojarsvo brodogradnja i metalurgija s posebnim osvrtom na stanje u: Zadarskoj, Karlovačkoj, Primorsko goranskoj, Ličko senjskoj i Istarskoj županiji“<sup>1</sup> (*dalje Analiza*) koji je napravljen u okviru ovog projekta dao je detaljnu analizu stanja gospodarstva u RH i promatranim županijama, analizu sektora Strojarsva, brodogradnje i metalurgije (*dalje Sektor*) kojom su pokriveni razvojni trendovi Sektora, zaposlenost/nezaposlenost, tržište rada te obrazovni programi Sektora, i rezultata provedenog primarnog istraživanja o kompetencijama u Sektoru. Analiza trenutne situacije temeljit će se na Analizi – dat će se kratki pregled najvažnijih informacija i nadopunit će se potrebni analizama.

Prema Analizi, u navedenim županijama ostvaruje se 20,9% ukupnog bruto domaćeg proizvoda (BDP) Republike Hrvatske, u njima živi 20,2% stanovništva te zajedno čine jednu trećinu teritorija Republike Hrvatske. Na navedenom području nalazi se 23,5% ukupnog broja registriranih poslovnih subjekata, 22,2% registriranih pravnih osoba (trgovačka društva, zadruga, ustanove, tijela, udruge fondovi i organizacije) i 27,7 registriranih obrta.

Od ukupnog broja zaposlenih u Republici Hrvatskoj, 8,66 % je u sektoru Strojarsva, brodogradnje i metalurgije, dok je stopa nezaposlenosti u Sektoru 13,32 (prosječna stopa za Republiku Hrvatsku je 8,91). Udio mlade radne snage (do 29 godina) u Sektoru je veći od udjela mlade radne snage u populaciji. Od promatranih županija, najveći udio zaposlenih u Sektoru je u Karlovačkoj županiji (11,7%), nakon koje slijede Istarska županija (9%), Primorsko-goranska (8,2%) i Zadarska županija (6%), dok je Lička županija na posljednjem mjestu (4,5%).

<sup>1</sup> <https://www.budispreman.com/dokumenti/> (preuzeto 12/2021)

Područje strojarstva važna je sastavnica brojnih gospodarskih grana, programa redovitog strukovnog obrazovanja te formalnih i neformalnih programa obrazovanja odraslih sukladno potrebama tržišta rada. Neki od najznačajnijih rezultata primarnog istraživanja prezentirani u Analizi pokazuju da poslodavci ne mogu pronaći radnike s potrebnim znanjima i vještinama zbog nedostatka kandidata s prikladnim obrazovnim smjerom/programom i potrebnim radnim iskustvom te da poslodavci generalno nisu zadovoljni niti sa stručnim niti s općim znanjem učenika. Kao najčešće prijedloge za poboljšanje navedene situacije naveli su stjecanje relevantnih znanja za tržište rada, bolju suradnju s poslodavcima (spremni su se uključiti u pružanje stručne prakse) i praćenje relevantnih trendova u struci i tome prilagođavati programe „u hodu“. Poslodavci su generalno zadovoljni sa znanjima i vještinama postojećih radnika u Sektoru, ali isto tako smatraju da je izrazito važno kontinuirano obrazovanje i razvijanje znanja i vještina.

Voditelj i koordinator projekta je Strukovna škola Vice Vlatkovića iz Zadra koja je jedna je od najopremljenijih strukovnih škola u Republici Hrvatskoj. Škola je osnovana 1896. godine i trenutno ima 628 učenika i 87 djelatnika. Nastava se izvodi u pet sektora i podsektora (strojarstvo, elektrotehnika i računarstvo, prerada i obrada drva, promet i logistika te ostale usluge) te 16 različitih zanimanja (četverogodišnji - tehničar cestovnog prometa, drvodjeljski tehničar-dizajner, tehničar za računarstvo, tehničar za vozila i vozna sredstva; i trogodišnji - autolimar, bravar, elektromehaničar, elektromonter, telekomunikacijski monter, elektroinstalater, vozač motornog vozila, stolar, soboslikar-ličilac, CNC operater, automehatroničar i instalater kućnih instalacija. Osim voditelja, u projektu kao partneri su uključene Tehnička škola Zadar, Srednja Škola Biograd na Moru, Tehnička škola Rijeka, Industrijsko-obrtnička škola Pula, Škola za montažu instalacija i metalnih konstrukcija i Elektrostrojarska obrtnička škola te Zadarska županija, Sveučilište u Zadru, Obrtničko učilište, Vaillant d.o.o., Profine Croatia d.o.o. i Auto Hrvatska automobili d.o.o..

Konkurencija uključuje sve ostale pružatelje formalnog i neformalnog obrazovanja u području Sektora u predmetnim županijama, ali isto tako i pružatelje formalnog i neformalnog

obrazovanja u području Sektora u susjednim županijama (Sisačko-moslavačka županija, Zagrebačka županija, Grad Zagreb i Šibensko-kninska županija).

Temeljem analize vanjskog okruženja i konkurencije te intervjuja obavljenog s predstavnicima voditelja projekta napravljena je SWOT analiza.

Tablica 1: SWOT analiza

<b>Snage (Strengths)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- brojni programi voditelja i partnera</li> <li>- jaka mreža partnera</li> <li>- iskustvo u obrazovanju u Sektoru</li> <li>- kvalitetni predavači</li> </ul>
<b>Slabosti (Weaknesses)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ograničena financijska sredstva</li> <li>- nepostojanje budžeta za marketinške aktivnosti</li> <li>- nedovoljno znanje marketinga</li> </ul>
<b>Prilike (Opportunities)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- spremnost poslodavaca za suradnju</li> <li>- planovi poslodavaca za povećanje zapošljavanje</li> <li>- novi / prilagođeni programi tržištu rada</li> <li>- potreba za kontinuiranim / cjeloživotnim obrazovanjem</li> </ul>
<b>Prijetnje (Threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- stopa nezaposlenosti u Sektoru je veća od stope nezaposlenosti na razini RH</li> <li>- slabija zainteresiranost učenika za obrazovanje u Sektoru</li> <li>- slabo zadovoljstvo poslodavaca sa srednjim školama</li> <li>- sporo zakonodavstvo za mijenjanje postojećih / uvođenje novih programa</li> <li>- uvoz strane radne snage iz područja Sektora</li> </ul>

Napomena: snage i slabosti dolaze iz poduzeća; prilike i prijetnje dolaze iz vanjskog okruženja.



Glavne snage RCK-a predstavljaju brojni programi, jaka mreža partnera, iskustvo izvođenja obrazovanja u Sektoru i kvalitetni predavači. Upravo tim snagama se mogu iskoristiti prilike koje postoje u okruženju kao što su potrebe za kreiranjem novih i/ili prilagođenih programa (formalnih i neformalnih) koji će odgovarati potrebama tržišta rada, a koji će stvoriti stručnjake u području Sektora koji će bolje odgovarati potrebama poslodavaca koji namjeravaju povećati zapošljavanje. Prilagođenim programima i spremnošću poslodavaca da se uključe u obliku mentora u praksi za učenike može se minimizirati utjecaj identificirane prijetnje „slabo zadovoljstvo poslodavaca sa srednjim školama“. Također, kvalitetnim predavačima i jakom mrežom partnera može se iskoristiti prilika u vidu cjeloživotnog / kontinuiranog obrazovanja kako bi se unaprijedila postojeća znanja zaposlenih u Sektoru ili napravile prekvalifikacije. Time bi se smanjila potreba za uvozom radne snage što predstavlja prijetnju iz okruženja.

Slaba zainteresiranost učenika za obrazovanje u Sektoru i velika stopa nezaposlenosti u Sektoru, predstavljaju glavne prijetnje čiji utjecaj treba minimizirati, a čemu ne pridonosi nepostojanje budžeta za marketinške aktivnosti i nedovoljno marketinško znanje RCK-a.

Temeljem analize trenutnog stanja i SWOT analize, aktivnosti marketinškog plana bi trebale ići u smjeru bolje informiranosti i povećanja atraktivnosti obrazovanja u Sektoru te razvoja programa prilagođenih tržištu rada što će rezultirati promjenom imidža Sektora u smislu atraktivnosti i zapošljivosti.

### 3. SEGMENTACIJA I POZICIONIRANJE

Postoji nekoliko ciljnih skupina kojima se RCK treba obraćati:

*a) Učenici 8. i 7. razreda osnovnih škola*

Učenici 8. i 7. razreda osnovnih škola (dječaci i djevojčice) predstavljaju potencijalne učenike / polaznike srednjih škola i programa za stjecanje kvalifikacija za zanimanja iz Sektora. Pravilnim i pravovremenim obraćanjem i motiviranjem učenika za ova zanimanja predstavlja jedan od glavnih ciljeva marketinga RCK za ovu skupinu.

*b) Vlasnici poduzeća u Sektoru*

Vlasnici poduzeća iz Sektora koji bi u procesu edukacije sudjelovali u ulozi mentora / stručnjaka iz poslovne prakse. To su one osobe koje žele imati što kvalitetniju radnu snagu i koje su spremne uložiti svoje vrijeme i resurse u edukacijski procesa što bi rezultiralo da budu na izvoru potencijalnih zaposlenika.

*c) Zaposleni / nezaposleni u Sektoru kojima treba usavršavanje*

Zaposleni i nezaposleni u Sektoru, bez obzira prije koliko vremena su završili obrazovanje. Prema Analizi, jedan od osnovnih problema s kojima se poslodavci sučeljavaju su nedovoljna znanja i vještine radne snage u Sektoru, a istodobno su spremni svoje zaposlenike dodatno školovati kako bi unaprijedili svoje znanje / vještine. Sektor je vrlo propulzivan i postojeća znanja se kontinuirano unapređuju, što podrazumijeva kontinuirano usavršavanje.

*d) Zaposleni / nezaposleni izvan Sektora kojima treba prekvalifikacija*

Obzirom na veliku stopu nezaposlenosti u predmetnim županijama u svim sektorima, te na plan poslodavaca u Sektoru (vidjeti Analizu) da u budućnosti povećavaju broj zaposlenih, osobe koje trebaju prekvalifikaciju (bez obzira na spol, dob, prethodno obrazovanje) predstavljaju potencijalno ciljno tržište RCK.

*e) Roditelji učenika pod a)*

Roditelji učenika 8. i 7. razreda osnovnih škola predstavljaju važnu ciljnu skupinu za RCK jer oni uvelike utječu na odluku o srednjoškolskom obrazovanju svoje djece. Mnogi od njih vide zanimanja iz Sektora kao neatraktivna i ne-prosperitetna te stoga svoju djecu usmjeravaju u drugačijem pravcu za srednjoškolsko obrazovanje. Informiranje roditelja o stvarnom stanju u Sektoru i prezentiranjem važnosti zanimanja i zapošljivosti u Sektoru u budućnosti, predstavlja jedan od osnovnih ciljeva marketinga za ovu skupinu.

*f) Učenici srednjih škola – zanimanja u Sektoru*

Učenici srednjih škola za zanimanja iz Sektora predstavljaju jedan od osnovnih ciljnih segmenata RCK jer su oni izvor informacija za buduće učenike, roditelje, poslodavce i javnost općenito. Ovdje se ubrajaju trenutni i prošli (alumni) učenici.

RKC se u navedenim županijama treba pozicionirati kao vodeći pružatelj strukovnog obrazovanja gdje se susreću iskustvo i znanje u edukaciji s najnovijim trendovima u praksi.

#### 4. CILJEVI MARKETINŠKOG PLANA

Obzirom na analizu situacije i segmentaciju tržišta te inpute voditelja projekta, postavljaju se dva osnovna cilja marketinškog plana:

1. Povećati prepoznatljivost RCK.
2. Poboljšati atraktivnost programa RCK.
3. Poboljšati interes za obrazovanje u Sektoru.

Ispunjavanjem i prvog i drugog cilja, ostvaruje se misija i vizija RCK i svrha projekta. Ostvarenjem ovih ciljeva mijenjat će se slika atraktivnosti rada u Sektoru, a time i dugoročnog zanimanja za strukovno obrazovanje u području Sektora.

## 5. STRATEGIJE I TAKTIKE MARKETINŠKOG PLANA

Kako bi se ostvarili postavljeni ciljevi i dosegli svi ciljni segmenti, a ovisno o raspoloživosti budžeta, strategije i taktike, odnosno aktivnosti su podijeljene u grupe kako slijedi:

### 1. *Komunikacijske konstante RCK-a*

Kako bi RCK bio vidljiv i postao prepoznatljiv, potrebno je izraditi logo i slogan koji će se aplicirati na sve komunikacijske materijale (memorandumi, prezentacije, plakati, podsjetnice, olovke, blokove, prijavnice, certifikate, društvene mreže i dr.).

Rezultat: logo i slogan RCK.

### 2. *Web stranica*

Potrebno je izraditi web stranicu RCK-a koja će pružati sve informacije o aktivnostima RCK-a, formalnim i neformalnim programima te partnerima. Nadalje, web stranica RCK-a treba komunicirati da se radi o vodećem pružatelju strukovnog obrazovanja gdje se susreću iskustvo i znanje u edukaciji s najnovijim trendovima u praksi. Nadalje, web stranica treba jasno isticati važnost obrazovanja u sektoru, dati pregled zapošljivosti u sektoru, rezultate istraživanja mišljenja poslodavaca (kontinuirano usavršavanje, potrebe za radnom snagom i dr.). Na web stranici se trebaju isticati izjave poslodavaca, polaznika programa, alumnijska, državne i lokalne vlasti gdje se navodi važnost Sektora u Hrvatskoj, EU i svijetu. Također, na web stranici trebaju biti lako dostupne prijavnice za sve programe u okviru RCK-a, ali isto tako i za uključivanje u rad RCK-a npr. mentora iz poslovne prakse i ostalih zainteresiranih dionika. Kako je ova aktivnost namijenjena svima ciljnim skupinama, tako se informacije na web stranici trebaju i organizirati.

Rezultat: web stranica.

### 3. *Društvene mreže*

Kako bi se RCK približio ciljnim skupinama i kako bi održavao dugoročan odnos s njima, neophodno je biti prisutan na društvenim mrežama. Od društvenih mreža na koje bi

se trebalo fokusirati na početku su Facebook (Meta) i LinkedIn. Tim mrežama se dolazi do učenika 7. i 8. razreda, vlasnika poduzeća u Sektoru, (ne)zaposlenih u Sektoru i izvan sektora kojima treba usavršavanje ili prekvalifikacija, ali isto tako ostaje se u kontaktu s učenicima/polaznicima koji završe programe RCK-a. Osnovni cilj društvenih mreža je povezivanje i stvaranje zajednica te stvaranje pozitivne Word-of-Mouth komunikacije preko ambasadora kako bi se povećala atraktivnost samih programa RCK-a i povećalo zanimanje za obrazovanje u Sektoru.

Rezultat: otvoreni profili na Facebook-u i LinkedIn-u

#### 4. *Partneri*

Partneri bi u svojoj komunikaciji s ciljnim skupinama trebali isticati RCK. Na primjer, na vlastitim web stranicama istaknuti logo i slogan te web adresu RCK-a.

Rezultat: istaknut logo, slogan i web adresa RCK-a na web stranicama partnera.

#### 5. *Natjecanja*

Organizacija natjecanja samostalno ili u suradnji s partnerima za a) učenike 8. i 7. razreda kako bi ih se zainteresiralo za nastavak obrazovanja u Sektoru, i b) za učenike srednjih škola kako bi stekli praktično znanje. Natjecanja se mogu organizirati u suradnji s poduzećima iz Sektora na razini škole, županije, partnera, ali isto tako i među-županijska natjecanja. Natjecanja se mogu organizirati samostalno, ali isto tako koristiti postojeće platforme poput *StellarPlatform* (<https://info.stellarplatform.com/>) koja omogućuje jednostavno organiziranje natjecanja prema personaliziranim potrebama RCK-a. Ovakav oblik treba biti popraćen kroz lokalne medije te će se na taj način dobiti besplatan PR i publicitet.

Rezultat: natjecanje organizirano u suradnji s partnerima za učenike srednjih/osnovnih škola.

#### 6. *Predstavljanje RCK-a u osnovnim i srednjim školama*

Predstavljanje aktivnosti RCK-a u osnovnim školama kako bi se učenici zainteresirali za zanimanje Sektora i na taj način nastavili obrazovanje u tom smjeru, a u srednjim

školama kako bi se učenici uključili u aktivnosti RCK-a te na taj način povećao broj alumna.

Rezultat: predstavljanje RCK-a u srednjim i osnovnim školama u predmetnim županijama.

#### 7. *Dan strukovnog obrazovanja*

Dan strukovnog obrazovanja (ili Smotra strukovnog obrazovanja) za cilj bi imao predstaviti RCK i njegove programe te povećati zanimanje za obrazovanje i rad u Sektoru kroz izlaganja profesora i predstavnika struke, učenika i polaznika programa koji će svojim pričama prenijeti iskustva te predstavnika resornih odjela lokalne vlasti koji mogu izložiti plan razvoja Sektora. Osim učenicima, Dan strukovnog obrazovanja bio bi namijenjen i odraslima koji traže usavršavanje ili prekvalifikacije, poduzećima koja se žele uključiti u obrazovne aktivnosti i rad RCK-a, ali i roditeljima koji žele dobiti više informacija o obrazovanju i zapošljivosti u Sektoru. Ova aktivnosti bi se organizirala na razini županije.

Rezultat: organizacija Dana strukovnog obrazovanja.

#### 8. *Aktivnosti kroz Zavod za zapošljavanje*

U suradnji s lokalnim Zavodima za zapošljavanje mogu su organizirati savjetovanja za nezaposlene u svrhu prekvalifikacija ili usavršavanja, a kako bi postali konkurentniji na tržištu rada.

Rezultat: organizirano savjetovanje.

#### 9. *Partnerstva s poduzećima*

Partnerstva s poduzećima će omogućiti da se ona uključe u rad RCK-a u obliku mentora iz prakse, ali isto tako da svojim zaposlenicima omoguće usavršavanje putem programa RCK-a. Stvaranjem mreže partnera iz prakse povećava se prepoznatljivost RCK-a, ali isto tako i atraktivnost samih programa.

Rezultat: dogovorena suradnja s poduzećima iz poslovne prakse za njihovo uključivanje u rad RCK.

Povezanost ciljeva i taktika tj. aktivnosti vidljiva je u tablici 2.

Tablica 2: Povezanost ciljeva i taktika

		CILJ		
		Povećati prepoznatljivost RCK.	Poboljšati atraktivnost programa RCK.	Poboljšati interes za obrazovanje u Sektoru.
AKTIVNOST	Komunikacijske konstante RCK-a	X	X	
	Web stranica	X	X	X
	Društvene mreže	X	X	X
	Partneri	X	X	X
	Natjecanja	X	X	X
	Predstavljanje RCK-a u osnovnim i srednjim školama	X	X	X
	Dan strukovnog obrazovanja	X	X	X
	Aktivnosti kroz Zavod za zapošljavanje	X	X	X
	Partnerstva s poduzećima	X	X	X

U tablici 3 donosi pregled koja aktivnost je namijenjena kojem segmentu.

Tablica 3: Povezanost taktika i segmenata

		SEGMENT					
		S1	S2	S3	S4	S5	S6
AKTIVNOST	Komunikacijske konstante RCK-a	X	X	X	X	X	X
	Web stranica	X	X	X	X	X	X
	Društvene mreže	X	X	X	X		X
	Partneri	X				X	X
	Natjecanja	X	X			X	X
	Predstavljanje RCK-a u osnovnim i srednjim školama	X				X	X
	Dan strukovnog obrazovanja	X	X	X	X	X	X
	Aktivnosti kroz Zavod za zapošljavanje			X	X		
	Partnerstva s poduzećima		X	X	X		

Napomena: S1 - Učenici 8. i 7. razreda osnovnih škola; S2 - Vlasnici poduzeća u Sektoru; S3 – Zaposleni / nezaposleni u Sektoru kojima treba usavršavanje; S4 - Zaposleni / nezaposleni izvan Sektora kojima treba prekvalifikacija; S5 - Roditelji učenika 8. i 7. razreda osnovnih škola; S6 - Učenici srednjih škola – zanimanja u Sektoru.



## 6. IMPLEMENTACIJA I KONTROLA MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI

Marketinški plan i aktivnosti su napravljene za implementaciju od veljače do studenoga 2022. godine, a u nastavku (Tablica 4) je dan vremenski plan implementacija pojedinih aktivnosti.

Tablica 4: Vremenski plan izvođenja pojedinih aktivnosti

		MJESEC												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>AKTIVNOST</b>	Komunikacijske konstante RCK-a													
	Web stranica													
	Društvene mreže													
	Partneri													
	Natjecanja													
	Predstavljanje RCK-a u osnovnim i srednjim školama													
	Dan strukovnog obrazovanja													
	Aktivnosti kroz Zavod za zapošljavanje													
	Partnerstva s poduzećima													

Napomena: Aktivnosti su rađene za 2022. godinu.

Kontrola će se napraviti 2 puta tijekom vremena implementacije marketinških aktivnosti. Prvi put u srpnju 2022. godine kada će se ocijeniti izvršenje marketinškog plana nakon 50% vremena, a finalna kontrola i izvješće će se napraviti po završetku plana, u siječnju 2023. godine.

## 7. POPIS LITERATURE

1. Analize lokalnih i regionalnih potreba tržišta rada u sektoru Strojarsvo brodogradnja i metalurgija s posebnim osvrtom na stanje u: Zadarskoj, Karlovačkoj, Primorsko goranskoj, Ličko senjskoj i Istarskoj županiji (dostupno na <https://www.budispreman.com/dokumenti/>). Preuzeto prosinac 2021.
2. Internetska stranica projekta Budi spreman i kompetentan! (dostupno na <https://www.budispreman.com/>). Pristupljeno siječanj 2022.
3. Internetska stranica StellarPlatform (dostupno na <https://info.stellarplatform.com/>). Pristupljeno siječanj 2022.
4. Internetska stranica Strukovne škole Vice Vlatkovića Zadar (dostupno na <http://www.ss-strukovna-vlatkovica-zd.skole.hr/>). Pristupljeno siječanj 2022.