

Bestandteil: Bildungsmarketing

Bereich: **Einrichtung**

Handlungsfeld: **Kommunikation**



QES^{plus} - Qualitätsanforderungen

Die Einrichtung berücksichtigt bei der Entwicklung des Programms gesellschaftliche, wirtschaftliche, politische und individuelle Bedarfe bzw. Bedürfnisse sowie Entwicklungen auf dem Arbeits- bzw. Bildungsmarkt.

Die Einrichtung plant, entwickelt und prüft geeignete Marketingmaßnahmen.

Forderungen der AZAV

Vgl. AZAV § 2 (1) 4.; (2) 1., 2.; (4) 5. § 3 (1) 1., 2.; § 4 (2)

Notwendige Führungsaufgaben und -maßnahmen

1. Es sind Festlegungen zur Marketingstrategie zu treffen.
2. Die Kommunikation der Arbeit nach außen ist zu sichern (z. B. Aktivitäten zur Öffentlichkeitsarbeit, Werbemaßnahmen).
3. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Öffentlichkeitsarbeit und von Werbemaßnahmen ist zu reflektieren und entsprechend der Möglichkeiten zu optimieren.
4. Mittel und Wege für das Erkennen von Bildungsbedarfen und -bedürfnissen sind zu prüfen und zu sichern (z. B. Teilnehmerbefragungen, Direktmarketing, Auswertung von Arbeitsmarktdaten und Statistiken, Informationen von Interessengruppen und Netzwerken).
5. Fördermöglichkeiten und weitere Finanzierungen sind zu prüfen.

