

**Тема: Имидж образовательного учреждения и его влияние на качество образования**

Спикеры:

МАДОУ – детский сад комбинированного вида № 115	Попова Наталия Леонидовна, заместитель заведующего Бабатаева Н.П., воспитатель Тикунова М.С., воспитатель
МАДОУ ЦРР – детский сад № 152 «Аистенок»	Кириллова С.В., старший воспитатель Кучумидзе О.В., воспитатель Жаркова А.В., воспитатель
МБДОУ детский сад № 504	Васильева Елена Рафаиловна, заместитель заведующего Маликова Е.В., воспитатель Месянкина М.А., воспитатель

Структурный компонент	Содержание деятельности спикеров	Спикер	Предполагаемый результат
Начало интенсива	Приветствие участников. Представление спикеров	Кириллова С.В.	
Мотивация	Впервые об имидже, как технологии выстраивания отношений с людьми, высказался граф, английский политический деятель Филипп Честерфилд еще в 18 веке. <i>«Куда бы мы не шли, имидж наш (неважно хороший ли, дурной) нас обязательно опередит»</i> А в 20 веке Кеннет Боулдинг, американский экономист и социолог, ввел это понятие в деловую сферу.	Попова Н.Л.	Настроить участников на работу в предложенной теме
Постановка темы	В жизни педагогов в нашей стране это понятие появилось в начале 80-х годов прошлого века. Имидж образовательного учреждения - это образ организации, созданный в результате целенаправленного непрерывного процесса формирования, согласования и интегрирования представлений педагогов, учащихся, родителей, представителей окружающего социума.	Васильева Е.Р.	Актуальность темы

	Понимание что такое имидж учреждения, каково его влияние на качество образования в учреждении сегодня вновь актуально и значимо.		
Проблематика	Ситуация с трудностями по наполнению детских садов воспитанниками, в первую очередь, в спальных районах города, а это через несколько лет коснется и учреждений в районах с активной жилищной застройкой, обусловлена демографическими процессами, происходящими не только в нашем городе, в стране в целом. Детских садов достаточно, у родителей дошкольников широкий выбор детских учреждений. Получается, что детские сады сейчас находятся в конкурентных отношениях. И чтобы наполнить группы воспитанниками, детские сады должны приложить усилия по формированию имиджа своего учреждения. <i>«Имиджи основаны на престиже, мнениях, которые люди создают о самих себе», - говорил Кеннет Боулдинг.</i>	Кириллова С.В..	Определение направлений работы по теме
Критерии, на которые ориентируется заказчик образовательных услуг	Внутренний имидж представляет собой взгляд на дошкольную образовательную организацию со стороны сотрудников, родителей и детей при общении с ними. Его индикаторами, основанными на своеобразии внутреннего пространства, являются: отношение сотрудников к профессиональной деятельности, руководителю и родителям воспитанников, энтузиазм, преданность дошкольной образовательной организации. Внешний имидж дошкольной образовательной организации включает: наименование, особенности оформления территории и внутренних помещений, имидж педагогов и специалистов и т.д. Т.е., по сути, внешний имидж – это символы, ассоциирующиеся в сознании окружающих с конкретным детским садом и вызывающие определенное настроение. Первое впечатление, которое производит детский сад, связано именно с внешним аспектом имиджа.	Попова Н.Л.	Внешний и внутренний имидж учреждения
Качество образования	По сути, формируя имидж учреждения, мы основываемся на качестве образования в ДООУ, его составляющих в дошкольной образовательной организации относятся: 1. Нормативно-правовая база, по которой работает организация.	Васильева Е.Р.	Имидж учреждения, качество образования

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Процесс предоставления услуг по уходу и присмотру за ребёнком.</li> <li>3. Процесс предоставления образовательных услуг, предоставляемых в организации.</li> <li>4. Процесс информирования субъектов образовательных отношений о предоставлении услуг.</li> <li>5. Процесс информирования о мониторинге оценки качества образовательных организаций с помощью независимой экспертизы.</li> <li>6. Процесс отбора педагогических кадров по профессиональным и личностным характеристикам.</li> </ol> <p>Вывод: понятия качества образования и имидж учреждения взаимосвязаны и взаимообусловлены.</p>		
<p>Решение проблемы. Чек лист</p>	<p>Каков у вашего учреждения имидж? Необходим анализ на основе исследования мнения всех участников образовательных отношений (опрос, анкета, беседа и т.п.). Предлагаем вариант чек-листа анализа имиджа. Структурные компоненты имиджа образовательного учреждения Рассмотрим каждый из компонентов более подробно.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Качество образовательных услуг - вклад учебного заведения в развитие детей, их воспитанность, творческих способностей, формирование здорового образа жизни;</li> <li>2. Ясное видение целей образования и воспитания, сформулированное в миссии образовательного учреждения; связи детского сада с различными социальными институтами;</li> <li>3. Позитивный образ руководителя – это персональные физические особенности (характер, обаяние, культура), социальные характеристики (образование, биография, образ жизни, ценности), профессиональные характеристики (знание стратегии развития образования, технологий обучения, воспитания, экономических и правовых основ функционирования образовательного учреждения);</li> </ol>	<p>Кучумидзе О.В., Бабатаева Н.П., Маликова Е.В.</p>	<p>Работа участников проективной игры с чек листом. Совместное обсуждение и заполнение</p>

	<p>4. Образ персонала – это квалификация, личные качества, внешний облик, педагогическая, социальная и управленческая компетентность сотрудников;</p> <p>5. Уровень психологического комфорта подразумевает, уважение в системе взаимоотношений педагог - ребенок; бесконфликтное общение, оптимизм и доброжелательность в коллективе, своевременная психологическая помощь отдельным участникам образовательного процесса;</p> <p>6. Стиль образовательного учреждения заключается в эффективной организационной культуре детского; наличии и функционировании детских объединений, (например, волонтерское движение, проектная деятельность, социальные акции), визуальной самобытности детского сада, традициях, стиле взаимодействия между участниками образовательного процесса;</p> <p>7. Внешняя атрибутика – подразумевает наличие фирменного стиля (символики); собственного интернет-ресурса.</p> <p><u>Вывод:</u> Процесс поиска «своего лица» может занять много времени, но это того стоит! Ведь здесь важно помнить, что любой член педагогического сообщества является своеобразной частичкой, которая будет нести в мир информацию, а значит, оттого, насколько люди разделяют общие цели и насколько осознают средства их достижения, зависит личный успех каждого из них. Таким образом, конкурентоспособность и успех организации зависит от имиджа образовательной организации.</p>		
<p>Кто является потребителем образовательных услуг</p>	<p>Кто является потребителем образовательных услуг, на чьи потребности и особенности мы будем ориентироваться?          Типология семей представлена в ФОП ДО.          Мы выделили наиболее масштабные подгруппы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нормотипичные дети с нормативным кризисом развития.</li> <li>2. Дети с ООП: с ОВЗ и/или инвалидностью, испытывающие трудности в освоении образовательных программ, развитии, социальной адаптации (ЧБД); одаренные.</li> </ol>	<p>Васильева Е.Р.</p>	<p>Потребители образовательных услуг (заказчики)</p>

	<p>3. Дети и/или семьи, находящиеся в трудной и опасной жизненной ситуации.</p> <p>Родители дошкольников, руководствуясь законом «Об образовании», имеют право обучать своего ребенка со статусом ОВЗ в ДОУ общеразвивающей направленности. Правда, ребенок нормотипичный не может посещать группу компенсирующей направленности, для этого нужно заключение ПМПК.</p> <p>Таким образом, у родителей (как заказчика) есть право на выбор ДОУ. Их, в первую очередь, привлекают внешние условия: новое здание, ухоженная территория. Внутренние условия они, как правило, рассматривают, основываясь на отзывах знакомых и интернет-ресурсах.</p>		
Какие услуги предоставляют ДОУ	<p>Какие услуги предоставляют ДОУ?</p> <p>Мы представим модели ДОУ разные по направленности своей профессиональной деятельности.</p>		<p>Визуализация модели ДОУ на мольберте.</p> <p>Совместное обсуждение</p>
Визуализация моделей ДОУ		педагоги	
504	<p><b><i>Детский сад общеразвивающей направленности.</i></b></p> <p>Детский сад – это организация, занимающаяся уходом и обучением детей от раннего возраста до начальной школы. Основной акцент делается на уход, игры и социальное взаимодействие.</p> <p>Основные характеристики детского сада:</p> <p>Уход и обучение: сад обеспечивает комбинацию ухода за детьми и предоставления образовательных возможностей.</p> <p>Социальное взаимодействие: основной акцент делается на общении с другими детьми, что способствует активной социализации.</p> <p>Игровой подход: обучение в детском саду осуществляется через игры и творческие занятия, что делает процесс более занимательным.</p> <p>Подготовка к школе: в детском саду работают над подготовкой к школьному обучению.</p>	Мезянкина М.А.	
115	<b><i>Детский сад комбинированной направленности.</i></b>	Тикунова М.С.	

	<p>Детский сад комбинированного типа состоит из нескольких групп различной направленности. Одновременно с типичными общеразвивающими группами в нем присутствуют группы оздоровительного и компенсирующего типа. Считается, что дети, которые имеют особенности в развитии, лучше приспосабливаются к окружению, когда имеют возможность общаться со здоровыми детьми. Основное назначение комбинированного детского сада – адаптация детей к окружающей среде, подготовка их к дальнейшему развитию. Если ребенок имеет какие-либо отклонения, то это учреждение помогает ему развиваться до уровня среднестатистического человека. Группы формируются как в обычном детском саду, в соответствии с возрастом малышей. Детские учреждения смешанного типа оснащены материально-технической базой, необходимой для воспитательно-учебного процесса как здоровых детей, так и детей с определенными заболеваниями.</p>		
152	<p><b><i>Детский сад – Центр развития ребенка.</i></b>  Центр развития – это организация, специализирующаяся на обучении детей в раннем возрасте, обычно в возрасте от года до семи лет. Основная цель таких центров – предложить оптимальные условия для разностороннего физического, эмоционального, интеллектуального и социального развития.  Основные характеристики центра развития:  Фокус на развитии: центры ориентированы на усиленное совершенствование навыков, знаний и качеств, необходимых для успешной адаптации в обществе.  Индивидуальный подход: центры разработаны таким образом, чтобы учитывать потребности и особенности каждого ребенка индивидуально.  Учебная программа: центры предлагают разнообразные учебные программы, которые включают игры, творческие занятия, занятия по развитию речи, подготовку к школе и другие виды активностей.</p>	Жаркова А.В.	

	<p>Освещение всех аспектов развития: программы включают в себя работу над физическим, интеллектуальным, эмоциональным и социальным образованием.</p> <p>Особый график: центры часто предлагают гибкий график, что удобно для занятых родителей (вечерняя игровая группа).</p>		
	<p>Все детские сады, с одной стороны, находятся в одинаковых условиях, условиях конкуренции. С другой стороны, есть Устав, в котором обозначены цели и задачи его функционирования.</p> <p>Как же быть ДОУ в условиях конкуренции?</p> <p>Мы видим одним из вариантов выхода из сложившейся ситуации: формирование позитивного имиджа посредством рекламы.</p> <p>Предлагаем вам создать макет рекламы ДОУ одного из видов.</p> <p>Сначала необходимо сформулировать уникальное торговое предложение, другими словами, найти свои преимущества перед другими ДОУ.</p> <p>Например:</p> <p>отличие от конкурентов: отличное открытое пространство для прогулок, специальные занятия, особенное здоровое меню, прекрасные отзывы от известных людей и т.д.</p> <p>Если у ваших сотрудников квалификация самого высокого уровня, обязательно сообщите об этом людям. Если у вас отличное расположение – это тоже ваше преимущество перед другими учреждениями.</p> <p>Затем надо определиться с формой рекламы. А она бывает:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Офлайн-реклама: <ul style="list-style-type: none"> <li>– реклама в прессе;</li> <li>– телевизионная реклама;</li> <li>– радиореклама;</li> <li>– наружная реклама;</li> <li>– реклама внутри общественных помещений;</li> <li>– печатная реклама;</li> <li>– сувенирная реклама (брендинг);</li> <li>– событийная реклама (во время фестивалей и конкурсов).</li> </ul> </li> </ol>	<p>Кучумидзе О.В., Бабатаева Н.П., Маликова Е.В., Тикунова М.С., Жарова А.В., Мезянкина М.А.</p>	<p>Макетирование рекламы ДОУ одного из видов</p>

	<p>2. Онлайн-реклама:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– контекстная реклама (в поисковой строке интернета);</li> <li>– баннерная реклама;</li> <li>– таргетированная реклама (социальные сети).</li> </ul>		
Заключение	<p>1. Реклама дает возможность привлечения родительской общественности.</p> <p>2. Реклама отражает имидж.</p> <p>3. Чтобы был имидж позитивным, необходимо высокое качество образования</p>	Попова Н.Л.	