

Управленческий проект

«Создание имиджа дошкольного образовательного учреждения»

- Токарева Галина Васильевна, *заведующий МБДОУ № 42*

Тип проекта: управленческий.

Актуальность.

Современный этап развития системы образования Российской Федерации характеризуется наличием конкуренции между образовательными учреждениями, в том числе и дошкольными. Дошкольное образовательное учреждение сегодня рассматривается не просто, как детский сад, а как организация, которая оказывает образовательные услуги. Сегодня меняется роль детского сада в жизни ребёнка. Детский сад - это второй социальный институт после семьи, где осуществляется социализация ребёнка, где продолжается процесс становления личности. Меняется стиль отношений между детским садом и семьёй. Сегодня семья выступает заказчиком услуг по образованию и воспитанию детей. И к педагогам предъявляются высокие требования. Педагоги должны учитывать заказ семьи и быть её союзником. Они должны работать так, чтобы, с одной стороны, не пренебрегать педагогическим опытом и традицией, а с другой стороны, быть всегда на волне инноваций.

Особая миссия появляется у детского сада, когда детский сад находится в сельской местности. Современное село сегодня не может создать семье условия аналогичные городским и поэтому детский сад должен быть не только местом пребывания детей и их дошкольного образования, а быть центром, в котором занимаются не только ребёнком, но и семьёй, а педагоги занимаются детьми не в одиночку, а вместе с родителями.

Когда ДОУ предлагает образовательные услуги и обеспечивает устойчивый уровень его качества, то оно начинает работать над созданием собственного имиджа. По словам Г.В. Токаревой имидж общеобразовательного учреждения “эмоционально окрашенный образ, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определённой направленности на конкретные группы социального окружения общеобразовательного учреждения”. Структура имиджа, по её мнению, складывается из семи представлений:

1. **Об образе руководителя** (персональные физические особенности, социальные характеристики, профессиональные характеристики, представление о неосновной деятельности).
2. **О качестве образования** (соответствие Госстандарту, сформированность способностей, познавательность процессов, сформированность личности, воспитанность, самоопределение, содержание обучения, форма обучения);
3. **О стиле ОУ** (контакты сотрудников с внешними объектами, сотрудники, традиции, стиль взаимодействия между участниками образовательного процесса, стиль работы, корпоративная культура).
4. **О внешней атрибутике.**
5. **Об образе персонала** (квалификация, личные качества, психологический климат, половозрастной состав, внешний облик).
6. **О цене на образовательные услуги** (платность образовательных и дополнительных услуг, интеллектуальные условия, конкурентный приём, подчинение правилам поведения, месторасположение, сроки обучения).
7. **Об уровне психологического комфорта** (представление об уровне комфортности среды – компоненты: уважение бесконфликтное, духовное обогащение).

Имидж ДОО складывается из совокупности запросов и ожиданий различных социальных групп, заинтересованных в предоставлении образовательных услуг (родители, дети, работники школ и учреждений дополнительного образования, принимающих выпускников ДОО; работники органов управления образованием и муниципальные власти, население села), а также способности и готовности администрации, педагогического состава, сотрудников учреждения к той деятельности, которая может обеспечить эти запросы и тем самым достичь успеха самого учреждения. По моему мнению устойчивый позитивный имидж ДОО на современном этапе рассматривается как важнейший современный компонент методического продукта детского сада и дополнительный ресурс управления, ресурс образовательного учреждения.

Необходимость создания положительного имиджа нашего ДОО возникла в связи с тем, что

- во-первых усиливается конкуренция среди ДОО,
- во-вторых, сформированный позитивный имидж ДОО в большей степени обеспечивает стабильность, удовлетворенность трудом и профессиональное развитие,
- в-третьих облегчит доступ образовательного учреждения к лучшим ресурсам: финансовым, информационным и др,
- в-четвёртых повысится позитивная оценка образовательного учреждения социальными партнёрами, родительской общественностью.

Я, как руководитель, хочу, чтобы наше учреждение имело своё лицо, своё имя, было привлекательным и нужным. Формирование имиджа дошкольного образовательного учреждения относится к области управления. Если положительное отношение сформировано, то за ним, как результат влияния социальных связей, обязательно последует доверие. К тому же положительный имидж, как правило, способствует повышению престижа, а, следовательно, авторитета. Позитивный имидж является также важным фактором высокого рейтинга.

Цель проекта: создание условий для формирования позитивного имиджа ДООУ.

Задачи проекта.

1. Провести мониторинг и анализ субъектов образовательных отношений (дети, педагоги, родители) к деятельности ДООУ.
2. Создать условия для повышения профессиональной компетентности педагогов в целях формирования позитивного имиджа ОУ.
3. Повысить роль родителей (родительской общественности) в общественном управлении ДООУ.
4. Разработать элементы фирменного стандарта (логотип, герб, флаг и др.)
5. Обеспечить информационную открытость ОУ.

Этапы формирования имиджа. (Приложение 1)

Миссия нашего учреждения заключается в создании благоприятных условий для полноценного проживания ребенком дошкольного детства, формирование основ базовой культуры личности, развитие психических и физических качеств в соответствии с возрастными и индивидуальными особенностями, подготовка ребёнка к жизни в современном мире. Взаимодействие с родителями как равноправными партнёрами.

При определении целевой аудитории мы выделяем четыре основные группы:

Наши воспитанники, которые являются, чуть ли не главными “пиарщиками” образовательного учреждения, то, что они рассказывают о своём пребывании в детском саду, каких успехов добиваются на мероприятиях различного уровня, напрямую демонстрируют определенные условия, ресурсы ДООУ.

Родители воспитанников – самые авторитетные субъекты, способные не только дать реальную оценку нашей работе, но и откорректировать общественное мнение и мнение своих детей о нас. Они являются главной целевой группой, на которую мы ориентируемся в своей работе. Сегодня всё большее значение для успешного продвижения ДООУ играет социально-общественная активность.

Средства массовой информации являются своеобразными посредниками между учреждением и обществом: благодаря своевременному информированию о наших достижениях, мы формируем позитивное мнение о себе в глазах окружающих.

Коллектив ДООУ (руководитель и сотрудники ДООУ).

Понять какой именно образ наиболее предпочтителен для нашего ДООУ, определить объём и специфику своих ресурсов мы провели SWOD анализ деятельности ДООУ. (Приложение 2)

Проанализировав внешние и внутренние ресурсы, мы выделили факторы, которые положительно будут влиять на формирование имиджа нашего дошкольного образовательного учреждения:

1. Территориальное местонахождение. Наш детский сад находится в районном центре.
2. Наш детский сад известен в профессиональных кругах и среди общественности.
3. Детский сад имеет опыт работы по оказанию образовательных услуг и пользуется спросом у жителей хутора. По проведённому анкетированию родителей “Удовлетворённость доступностью и качеством образовательных услуг” процент удовлетворённости составил 95,15%.
4. ДООУ имеет статус опорного учреждения в районе по познавательно-речевому направлению. Приоритетными направлениями являются: познавательно-речевое и физическое развитие детей дошкольного возраста.
5. Детский сад имеет свои традиции, ценности. Общие интересы, совместные мероприятия, творческие дела сближают всех субъектов образовательного процесса (педагоги – дети - родители). Ежегодный конкурс “Семья года”, газета детского сада “Мы вместе” и др.
6. Выпускники детского сада востребованы школой хутора. Их достижения, отзывы родителей об организации образовательного процесса, уровне подготовки также способствуют формированию имиджа нашего ДООУ.
7. Открытость и сотрудничество дошкольного образовательного учреждения позволяет расширять социальное партнёрство.

Этапы реализации проекта: (2019-2022).

1 этап - подготовительный, планово-прогностический (сентябрь, 2019 г. – декабрь 2019 г.)

2 этап - практический, основной (январь, 2020 г. – февраль, 2021 г.)

3 этап – итоговый (март, 2021 – май, 2021 г.)

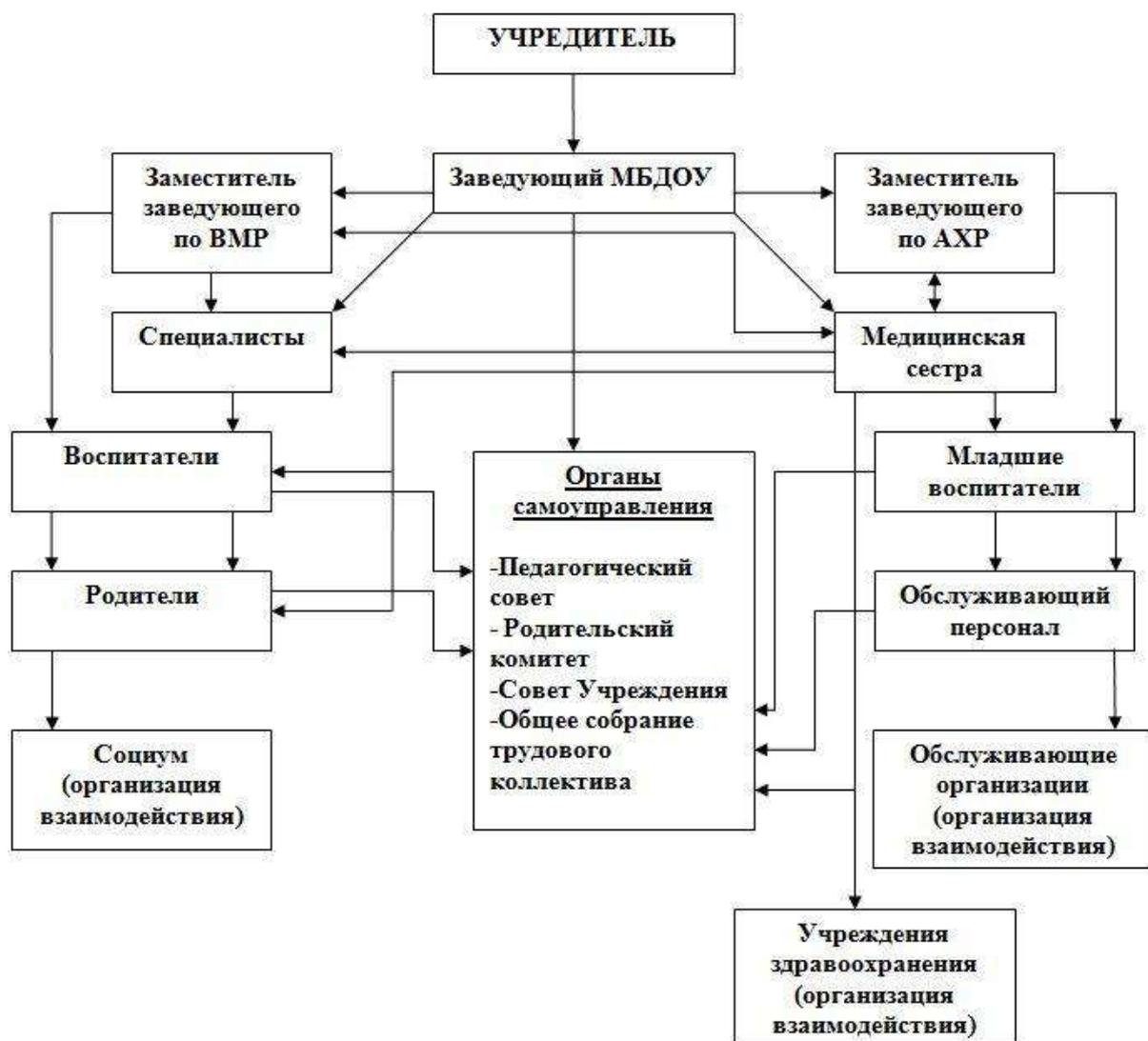
№ п\п	Направления	Мероприятия	Результативность
1	Мониторинг субъектов образовательных отношений к деятельности ДОУ	<p>Личное интервью родителей при приёме ребёнка в детский сад.</p> <p>Анкетирование родителей, педагогов.</p> <p>Наблюдение за поведением родителей (педагогов) в процессе взаимодействия с педагогами и сотрудниками ДОУ.</p> <p>Анализ отзывов родителей.</p>	Аналитические справки. Данные анкет
2.	Повышение профессиональной компетентности педагогов.	<p>Участие в конкурсах профессионального мастерства</p> <p>Выступление на МО разного уровня</p> <p>Подготовка и дополнительное профессионально образование</p> <p>Организация работы с неорганизованными детьми. (Центр игровой поддержки ребёнка “Малышок”)</p> <p>Разработка положения о нормах и профессиональной этике педагогических работников ДОУ</p> <p>Проведение мероприятий в статусе опорного образовательного</p>	<p>Информирование общественности Грамоты, сертификаты и др.</p> <p>Результативность участия</p> <p>План курсовой подготовки</p> <p>Положение Организация работы</p> <p>Положение</p> <p>План работы</p>
3.		Работа школы “Молодой родитель”	Положение

	Участие родителей в общественном управлении ДОУ	Заседание Управляющего совета ДОУ	Протоколы заседаний
		Организация совместной работы для детей и родителей.	Программы кружков
		Участие и организация совместных праздников на муниципальном уровне и на уровне ДОУ	Сценарии мероприятий, результаты участия
		Сотрудничество со СМИ	Публикации родителей о ДОУ.
4. Фирменный стандарт ДОУ		Конкурс “Наш герб и гимн”	Герб, гимн
		Разработка рекламной продукции	буклеты
		Разработка положения о газете ДОУ	
		PR – мероприятия (Дни открытых дверей, презентации, участие в выставках, ярмарках)	
		Бренд педагогов	
		Внешний вид здания, благоустройство территории	

Ожидаемые результаты.

- Создание фирменного стиля ДОУ.
- Оптимизация информационной среды.
- Разработанная модель имиджа ДОУ.
- Положение о нормах профессиональной этики педагогических работников.
- Участия родителей в общественном управлении.

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ДОУ



Инновационные формы работы с семьёй:



ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ КРЕДО

*Никогда не останавливаться
на достигнутом,
делиться не задумываясь,
учить - обучаясь самой*