

Проект «Имидж ДОУ»



Андрунь Софья Владимировна

Заведующий МБДОУ «ЦРР-детский сад № 58»
г. Северск Томской области

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized cursive letters.

Пояснительная записка

В настоящее время слово "имидж" достаточно прочно вошло в деловой язык и часто используется в средствах массовой информации. Позитивный, эмоционально окрашенный образ того или иного объекта свидетельствует не только об общей культуре носителя, но и представляет существенную характеристику, которая служит основой конкурентоспособности.

«Имидж» при дословном переводе с английского слово «image» обозначает «образ». Причём под "образом" имеется в виду не только визуальный, зрительный образ объекта, но и образ его мышления, действий, поступков и т.д. Иначе говоря, в данном случае русское слово "образ" должно употребляться в широком смысле - как представление о чём-либо. [6, с.8] Категория образа используется и другими учёными при определении анализируемого понятия. А.П. Панфилова автор книги "Имидж делового человека" определяет имидж как целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы, формирования репутации. [7, с.53].

Детский сад – это открытая, взаимодействующая со многими социальными институтами социально-педагогическая система, о которой все чаще говорят как о сфере услуг. Мы начали употреблять в связи с детским садом такие понятия, как «конкурентоспособность», «образовательная услуга», «реклама» и т.д.

Имидж детского сада понимаем как эмоционально окрашенный образ образовательного учреждения, сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума.

Необходимость формирования имиджа детского сада возникла в связи с тем, что:

- усиливается конкуренция среди ДОО;
- сильный позитивный имидж облегчает доступ детского сада к лучшим ресурсам из возможных: финансовым, информационным, человеческим и т.д.;
- сформированный позитивный имидж ДОО в большей степени обеспечивает:
- стабильность, удовлетворенность трудом и профессиональное развитие педагогов;
- появляется доверие ко всему происходящему в ДОО, в том числе инновационным процессам.

Объектом исследования имиджа было выбрано МБДОУ «ЦРР-детский сад № 58». МБДОУ «ЦРР – детский сад № 58» открыт 1 декабря 1987 года, в 2005 году детскому саду присвоен статус Центра развития ребенка.

МБДОУ ЦРР «Детский сад № 58» - дошкольное образовательное учреждение, создающее условия для физического, психологического и социального благополучия детей и взрослых; обеспечение права семьи на оказание ей помощи в воспитании и образовании детей дошкольного возраста на основе реализации комплекса мер профилактически-оздоровительного характера и компетентного подхода к развитию личности ребенка.

Стратегия организации: создание в дошкольном учреждении благоприятных условий, способствующих развитию индивидуальности каждого воспитанника в соответствии с компетентностной моделью выпускника ДОО, на которую ориентируется педагогический коллектив как на конечный результат образовательного процесса.

В ДОО созданы хорошие материально-технические условия, позволяющие разнообразно организовать детскую деятельность.

МБДОУ «ЦРР-детский сад № 58» продолжает расширять внешние связи с учреждениями культуры, спорта, дополнительного образования, что способствует возникновению новых традиций (спортивные соревнования, совместные праздники); приобщение детей к культуре и природе Томской области, города, микрорайона через взаимодействие с социальными партнерами.

С 2011 года МБДОУ включено в состав участников федеральной экспериментальной площадки «Механизмы реализации ФГОС и ФГТ на основе деятельностного метода Л.Г. Петерсон с позиций непрерывности образовательного процесса на ступенях ДОО – начальная школа – средняя школа». Научным руководителем является Л.Г. Петерсон, доктор педагогических наук, профессор, директор Центра системно-деятельностной педагогики «Школа 2000...» АПК и ППРО,

автор дидактической системы деятельностного метода обучения, автор непрерывного курса математики для дошкольников, начальной и средней школы, лауреат премии Президента РФ в области образования, научный руководитель открытой образовательной системы «Школа 2000...».

В 2012 году МБДОУ «ЦРР-детский сад № 58» присвоен статус участника инновационной инфраструктуры системы образования ЗАТО Северск.

В мае 2013 года проведено анкетирование «Мнение родителей о работе ДОУ», в котором приняло участие 165 родителей. Общий балл оценки качества предоставляемых услуг в МБДОУ составил - 9,8 баллов (98 %), что соответствует «высокому уровню» (Приложение 3).

Исходя из бесед с родителями воспитанников, можно сделать вывод, что МБДОУ «ЦРР-детский сад № 58» имеет свой индивидуальный, узнаваемый образ. Большинство опрошенных отметили, что им нравится интерьер и атмосфера, царящая в МБДОУ.

Анализ анкеты для педагогических работников показал, что в целом в коллективе царит дружеская атмосфера и большинство сотрудников довольны условиями работы.

На основании приказа Управления образования ЗАТО Северск № 362 от 16.08.2013г МБДОУ присвоено звание «Лучший детский сад года – 2013».

Проанализировав внешнюю среду и внутренние ресурсы, мы выделили факторы, которые положительно влияют на формирование имиджа нашего ДОУ:

1. Территориальное местонахождение. Наш детский сад расположен в новой части города. Рядом находятся детский сад № 59 и СОШ № 198. Это является положительным моментом для создания и поддержания конкурентоспособности ДОУ.

2. Детский сад имеет достаточно большой опыт работы на рынке оказания образовательных услуг и пользуется спросом у населения города.

Многие выпускники детского сада приводят к нам своих детей, объясняя свой выбор качеством образования в ДОУ.

Анкетирование родителей показывает, что о нашем дошкольном учреждении узнают от своих знакомых, коллег по работе, которые довольны результатом образовательной деятельности учреждения.

3. Наш детский сад известен в профессиональных кругах и среди общественности. А это мы считаем важным условием создания конкурентоспособного учреждения.

4. Профессионализм руководителя и педагогов напрямую влияют на качество оказания образовательных услуг, а, следовательно, и на имидж детского сада.

5. Виды и качество образовательных услуг. Важным приоритетным направлением деятельности нашего дошкольного учреждения является формирование гражданско-патриотических чувств у дошкольников через реализацию проекта «Маленький россиянин». Другим не менее важным и интересным направлением деятельности ДОУ является экологическое воспитание дошкольников. Разработанный нами проект «Сибирь – мой край родной» - это систематическая и последовательная работа по ознакомлению дошкольников с природной Сибири, организованная с опорой на интеллектуальную, эмоциональную, мотивационную и поведенческую сферы дошкольников, т.е. направленную на развитие всех сторон его личности.

6. В ДОУ сложилась система ценностей, обычаев, традиций. Общие интересы, совместные мероприятия, творческие дела сплачивают коллектив, делают его более работоспособным и восприимчивым к инновациям.

7. Выпускники детского сада востребованы школами города. Их достижения, а также отзывы родителей об организации образовательного процесса, уровне обученности воспитанников также способствуют формированию имиджа нашего учреждения.

8. Открытость и интегрированность ДОУ позволяют устанавливать и расширять партнерские связи. Мы результативно сотрудничаем с различными учреждениями города и области.

Свою миссию мы определяем так: создание учреждения, отвечающего запросам родителей, школы и интересам детей.

В МБДОУ «ЦРР-детский сад № 58» разработаны принципы деятельности, положение о цели создания организации, но корпоративная философия на начальном уровне, долгосрочные

цели организации закреплены в Программе развития, стандарты поведения и внешнего вида не отражены не в одном документе.

Большинство педагогов хотело бы возродить старые традиции и, по возможности, создать новые; усовершенствовать материально-техническую базу ДОУ, уделяя особое внимание благоустройству территории; сменить интерьер.

Основываясь на полученных результатах исследования и с целью формирования единого педагогического пространства и положительного отношения к детскому саду был разработан проект «Имидж ДОУ»

Цель проекта: формирование единого педагогического пространства и положительного отношения к детскому саду.

Задачи проекта:

- ✓ поддержание устойчивого качества продукта (образовательных услуг), отслеживание при этом запросов потребителей (детей и родителей) и качества продукта конкурентов;
- ✓ создание единого стиля ДОУ;
- ✓ формирование корпоративной культуры;
- ✓ обеспечение устойчивого положения в целевом сегменте рынка образовательных услуг, формирование необходимых коммуникаций;
- ✓ представление потребителю системы ценностей ДОУ.

Тип проекта

- ✓ По доминирующей в проекте деятельности: исследовательский, творческий.
- ✓ По содержанию: управленческий.
- ✓ По числу участников проекта: администрация, воспитатели, специалисты.
- ✓ По времени проведения: долгосрочный (2022-2027 год).
- ✓ По месту реализации: МБДОУ ЦРР детский сад № 58» ЗАТО Северск, Томская область.

Содержание проекта

В создании индивидуального, узнаваемого образа детского сада ведущую роль играют:

- ✓ коллективная разработка свода правил и неукоснительное следование им всеми членами коллектива;
- ✓ постоянное саморазвитие коллектива, объединённого общим делом;
- ✓ создание и культ собственного стиля, соблюдение преемственности, соблюдение коллективной чести;
- ✓ дисциплина, воспитание трудовых и бытовых навыков;
- ✓ формирование и поддержка коллективных традиций;
- ✓ наличие атрибутов: девиз, гимн, форма одежды и др.

К числу **постоянных** имиджа относятся:

- ✓ четкое определение педагогическим коллективом миссии и концепции образовательного учреждения;
- ✓ оптимистичный настрой и доброжелательный микроклимат в педагогическом и детском коллективах;
- ✓ педагогическая, социальная и управленческая компетентность сотрудников;
- ✓ сформированный образ руководителя-профессионала, лидера, яркой личности, увлеченной, обладающей неформальным авторитетом, способной вдохновить коллектив на достижение высокой цели;
- ✓ эффективная организационная культура детского сада, включающая разделяемые всеми нормы, ценности, определенную философию управления, весь спектр взглядов, определяющих специфику поведения коллектива в целом;
- ✓ качество образовательных услуг;
- ✓ связи детского сада с различными социальными партнерами т.д.;
- ✓ вклад образовательного учреждения в развитие образовательной подготовки детей, их воспитанности, психических функций, творческих способностей, формирование здорового образа жизни;

✓ забота администрации об оказании своевременной актуальной помощи отдельным участникам образовательного процесса (молодым специалистам, испытывающим затруднения родителям и пр.);

✓ наличие яркой внешней символики.

К числу **переменных** имиджа можно отнести:

✓ содержание миссии и приоритеты образовательного учреждения;

✓ виды образовательных услуг;

✓ материальную базу образовательного учреждения.

Формы работы

1. Разработка рекламной продукции:

Эмблема, гимн детского сада, дизайн территории

2. Разработка Кодекса сотрудников ДОУ

3. Пополнение сайта ДОУ страничкой «Имидж ДОУ» (традиции ДОУ, внешняя атрибутика, философия ДОУ и т.п.)

4. Разработка стенда «Имидж ДОУ»

5. Распространение опыта работы на мероприятиях разного уровня.

Этапы реализации проекта

1 этап.

Начало целенаправленной работы по формированию имиджа детского сада

Задачи:

✓ выработка педагогическим коллективом совместного видения перспектив, определение и формулировка миссии детского сада, ее срочных и перспективных целей, составление планов деятельности;

✓ анализ сложившейся корпоративной культуры с ее системой ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения, ее организационным фольклором (легендами, историями, которые постоянно циркулируют в организации), с ее языком (устойчивыми словосочетаниями – «штампами»), с утвердившимися ритуалами, церемониями;

✓ выявление ожиданий родителей воспитанников;

✓ разработка общего стиля (внешних атрибутов образовательного учреждения и этики педагогического взаимодействия).

✓ рекламная продукция делает упор на уникальность предлагаемых школой услуг, подчеркивает их качественность.

2 этап.

Активное формирование имиджа детского сада

Задачи:

✓ развитие «фирменных знаков», внимание к личным праздникам, совместное празднование, выделение особых праздников школы (День дошкольного работника, Новый Год, 8-е Марта.);

✓ формирование системы стимулов создания благоприятного имиджа, предполагающей разработку психологических, социальных и экономических механизмов стимулирования заинтересованности членов коллектива в формировании благоприятного имиджа детского сада;

✓ создание общего стиля помещений детского сада;

✓ изготовление разного рода рекламных средств для актуализации желаемого имиджа детского сада: рекламные информационные материалы (листовки, буклеты, бюллетени);

✓ использование возможностей радио, телевидения для пропаганды достижений детского сада;

✓ начало связей с общественностью, проведение PR-мероприятий: организация дней открытых дверей, презентаций, участие в специализированных выставках, ярмарках образования и т.п.;

✓ организация мероприятий (собраний, семинаров, конференций) для аудиторий, в которых заинтересовано образовательное учреждение;

✓ создание собственной рекламной площадки на сайте детского сада, где будет формироваться благожелательный имидж учреждения в Интернете

3 этап.

Поддержка, корректировка и обновление сформированного имиджа детского сада

Задачи:

✓ стимулирование инновационной деятельности, для чего персонал активно задействуется в различных курсах повышения квалификации, перепрофилировании, конкурсах проектов и др.;

✓ создание новых направлений деятельности;

✓ постоянное поддержание прямой и обратной связи с потребителями образовательных услуг.

✓ начало рекламной кампании инновационных проектов.

Ожидаемые результаты

1. Повышение престижа ДООУ в глазах общественности
2. Расширение партнерских связей в целях привлечения дополнительных ресурсов для развития учреждения.

3. Создание в ДООУ успешного имиджа педагогов, стремящихся к саморазвитию

4. Сплочение коллектива, расширение круга личных и деловых контактов педагогов

5. Создание творческих проектов, программ, технологий, участие с ними в конкурсах

6. Взаимное доверие и взаимопомощь педагогов и родителей

Ресурсное обеспечение проекта

Нормативно-правовое:

✓ Закон Российской Федерации « Об образовании»

✓ Устав Учреждения;

✓ Типовое положение о дошкольном образовательном учреждении

✓ Приказы заведующего Учреждением.

✓ Программа развития Учреждения

✓ Годовой план работы Учреждения;

✓ Коллективный договор.

Материально-техническое:

✓ Спортивный зал

✓ Бассейн

✓ Музыкальный зал

✓ Методический кабинет

✓ Медицинский блок

Методическое:

✓ Программа развития ДООУ

✓ Годовой план

✓ Программы и технологии, реализуемые в ДООУ

Кадровое: в проекте участвуют:

✓ Заведующая ДООУ

✓ Зам.заведующего по ВМР

✓ Зам.заведующего по АХР

✓ Специалисты и педагоги ДООУ

✓ Обслуживающий персонал.

Финансовое:

✓ Бюджетные источники

✓ Внебюджетные источники (спонсоры)

Формирование имиджа организации - это искусство, которое требует длительной и трудоемкой работы. Важно стремиться к тому, чтобы желаемый имидж соответствовал реальному. Чтобы созданный образ отвечал требованиям общества и отражал индивидуальность организации. С помощью управления имиджем можно воздействовать и управлять эмоциями заказчика, что является основной ценностью в условиях современного рынка.

Следует отметить, что хотя официально имиджу придаётся большое значение, культура его формирования ещё не сложилась. Анализируя теоритические основы формирования имиджа можно выявить то, что на данный момент проблема имиджа в организациях отслеживается слабо. Работа над имиджем организации очень сложна и должна вестись не от случая к случаю, а систематически и непрерывно. В определённые периоды активность работы над той или иной составляющей комплекса может снижаться, но никогда нельзя упускать из внимания имидж организации в целом.

По результатам проектной деятельности в МБДОУ «ЦРР-детский сад № 58» скорректированы принципы деятельности и положение о цели создания организации, которые отражены в Уставе ДОУ и образовательной программе; совершенствуется корпоративная философия; разработана программа развития организации; стандарты поведения и внешнего вида закреплены в Кодексе сотрудников ДОУ.

Резюмируя всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, цель работы – повышение имиджа ДОУ была достигнута.

Однако, следует заметить, что в век массовой коммуникации, когда нестандартные действия и решения распространяются в течение нескольких часов, большое значение для имиджа организации будут иметь грамотно спланированные и взвешенные шаги по его совершенствованию и поддержанию.

Самое важное на данном этапе развития организации:

- стимулировать инновационную деятельность, для чего персонал активно задействовать в различных повышениях квалификации, перепрофилировании, конкурсах проектов и др.;
- создавать пробные новые направления деятельности (практическое применение наработок);
- постоянно поддерживать прямую и обратную связь с заказчиками услуг;
- начать рекламную кампанию инновационных проектов организации в средствах массовой информации.

В перспективу на будущее наметили:

- продумать оригинальность оформления территории детского сада;
- создать условия для организации услуг для детей, не посещающих детский сад;
- организовать семейные клубы и клубы выходного дня;
- продолжать работу над созданием условий для профессионального роста педагога через оказание методической помощи при создании ими методических разработок, прохождении курсов повышения квалификации и т.д.;
- участвовать в распространении опыта работы детского сада (семинары, конференции, ярмарки идей и т.п.);
- совершенствовать презентацию информации о деятельности ДОУ в СМИ, Интернете;
- участвовать в конкурсах “Детский сад года”, “Воспитатель года” с целью повышения общественного признания деятельности ДОУ.

Список литературы

1. Алешина И.В. Корпоративный имидж // Маркетинг. — 1998. — № 1. — С. 50—53.
2. Белкин А.С. Ситуация успеха. Как ее создать. М.: Просвещение, 1991. -176 с.
- Берд П. Продай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа / Пер. с англ. Т.А. Сиваковой Мн.: Амалфея, 1997. - 208с.
3. Гришунина Е.В. Психологические технологии как средство формирования имиджа организации: Автореф. дис. канд. психол. наук.1. М., 1996. 21 с.157
4. Дойль Питер. Менеджмент: стратегия и тактика. – СПб.: Питер, 1999.
5. Морозова Л.Д. Педагогическое проектирование в ДОУ: от теории к практике. Приложение к журналу «Управление ДОУ» ООО «ТЦ Сфера», 2010
6. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. - 2-е изд. - М.: Дело, 2000 - 240с.
7. Панфилова А.П. Имидж делового человека. - Знание, ИВЭСЭП; 2007 - 490 с.
8. Парамонова Т., Красюк И. Формирование общественного лица фирмы // Маркетинг. — 1998. — № 6. — С. 60—63.
9. Попов Е. Формирование общественного мнения // Маркетинг. — 2006. — № 5. — С. 43—49.