

## ИМИДЖ ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК (ИНСТРУМЕНТ) СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Уважаемые коллеги! Содержание и тематика августовских совещаний педагогических работников в крае и у нас в городе созвучна строчкам стихотворения известного детского поэта Самуила Яковлевича Маршака:

Существовала некогда пословица,  
Что дети не живут, а жить готовятся.  
Но вряд ли в жизни пригодится тот,  
Кто, жить готовясь, в детстве не живет.

Именно потому перспективы развития любой системы образования, в том числе и дошкольного, определяются потребностями общества в изменении системы образования и возможностями самой системы, ее готовностью к изменениям.

Воспроизводство старого качества образования перестало быть актуальным. Новые качества образования предполагают, как естественные процессы развития дошкольной педагогической практики, так и искусственное управление воздействием на систему дошкольного образования, адекватное логике изменения его содержания.

Эффективное управление дошкольной образовательной организацией немислимо без привлекательного облика того, кто по своему должностному положению призван этим заниматься.

Изучение фактического состояния управления процессом формирования имиджа, его составляющих и основных элементов, видов имиджеформирующей информации в деятельности ДОО показало, что 65% заведующих, старших воспитателей не владеют такой технологией его управления и создания.

Новые подходы к управлению процессом создания и трансляции имиджа в деятельности ДОО связаны с ломкой общественных стереотипов, стремлением осваивать новые технологии продуктивных деловых отношений, с самоутверждением в профессии, удовлетворённостью межличностным общением в коллективе и показателями удовлетворенности услугами в ДОО среди родителей воспитанников и детей, посещающих ДОО. Имидж организации (корпоративный имидж), в том числе ДОО, создается с точки зрения потребителей, партнеров, государственных структур, финансового

сообщества, персонала, общественных организаций, местной общественности, средств массовой информации. Если формируется положительное впечатление относительно каждой характеристики имиджа, то имидж организации в целом будет положительным и эффективным. Таким образом, совокупность представлений об организации с позиций различных общественных групп создает общее и емкое представление деятельности организации - её совокупный имидж.

«Имидж является наиболее простым и экономным способом распознавания сложной социальной действительности и основан на результатах обработки информации. Имидж является равным средством воздействия на массовое сознание, потому что он имеет простую, ясную, запоминающуюся форму – знаковую, символическую форму» - отмечает Абрамов Р.Н.

Имидж ДОО следует признать одним из резервов успешной жизнедеятельности, в основе которого заложены уникальные возможности, способствующие активному «продвижению» организации в сфере дошкольного образования в условиях города и региона.

Управление процессом создания и формирования позитивного имиджа ДОО будет эффективным, если:

- сконструирована динамическая модель управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО, включающая потребностно-целевой, концептуально-стратегический, консультативно-технологический и результативно-оценочный компоненты;
- процесс формирования имиджа ДОО носит позитивный характер, является целенаправленным, управляемым и представляет собой совокупность мероприятий и критериев по оценке формирования позитивного образа организации;
- в жизнедеятельности ДОО реализуется разработанный проект – технология по созданию положительного имиджа ДОО субъектами образовательного процесса (педагогами, детьми, родителями воспитанников).

Имидж ДОО можно и нужно рассматривать как одну из значимых составляющих его кадровой политики.

Ряд ученых-исследователей говорят о том, что, с помощью имиджа происходит процесс управления поведением людей, влияния на различные социальные группы в любой организации. Имидж – инструмент управления массовым сознанием и настроением.

В этой связи актуализируется значение профессиональной подготовки руководителей, методистов, старших воспитателей детских садов, как профессиональных управленцев, в обязательном порядке владеющих набором человековедческих технологий и обладающих выразительным привлекательным имиджем, что является мощным и эффективным ресурсом успешной деятельности ДОО на этапе новых сложных преобразований.

Анализ психолого-педагогической литературы и опыт практики позволяет рассматривать понятие качества дошкольного образования в трех значениях:

- как *цели*, которую ставит образовательная программа ДОО;
- как *условия*, в которых эти цели достигаются;
- как *результат*, характеризующий итоги социального развития ребенка в условиях ДОО, и как ориентир личностного развития ребёнка.

Принципы управления качеством образования включают:

- системность;
- непрерывность;
- функциональность;
- оптимальность;
- продуктивность.

Показатели качества:

- обученности и воспитанности детей;
- формирование ценностных отношений;
- развитие навыков учебной и творческой деятельности;
- развития личности в психическом, социальном и других аспектах;
- жизненной защищенности, социальной адаптации личности.

Уточним, что имидж любой организации - целостное восприятие ее деятельности различными группами общественности, формирующийся на основе хранящийся в их памяти информации о различных сторонах её деятельности.

Ряд ученых выделяют типы организационного имиджа, которые имеют место проявления в системе (зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, множественный)

**Таблица 1. Типы организационного имиджа**

<b>Тип организационного имиджа</b>	<b>Описание типа организационного имиджа</b>
<b>зеркальный имидж</b>	отражение взглядов руководителей и персонала на то, как их организация, как им кажется, воспринимается окружающими (зеркальный имидж часто неточен)
<b>текущий имидж</b>	реальное видение посторонними лицами организации
<b>желаемый имидж</b>	образ организации, которого хотели бы добиться руководство и персонал организации
<b>корпоративный имидж</b>	имидж организации, не включающий имидж ее услуг, брендов и т.п.
<b>множественный имидж</b>	совокупность имиджей, предоставляемых индивидуумами, взаимодействующими с организацией

Предлагаем вам группу критериев оценки имиджа ДОО в системе управления качеством образования

<b>Группа критериев оценки имиджа ДОО как работодателя</b>			
<b>экономические характеристики</b> наличие системы премий, вознаграждения, выполнение показателей муниципального задания, отсутствие текучести кадров, выполнение требований Роспотребнадзора	<b>психологические характеристики</b> сильная корпоративная культура, заинтересованное отношение руководства к сотрудникам, здоровый психологический климат, объективность в оценке работы персонала, условия для профессионального роста, самообразования	<b>функциональные характеристики</b> возможности обучения, перспективы кадрового роста, возможность в полной мере реализовать имеющиеся знания и навыки, инновационные процессы	<b>организационные характеристики</b> условия работы, система управления, характер деятельности организации, конкурентно-способность ДОО, участие в профессиональных конкурсах разного уровня

Их характеристики на слайде

Задача субъектов формирования имиджа работодателя в рамках обеспечения качества образовательного процесса и достижения целей деятельности состоит в том, чтобы сделать процесс управляемым и целенаправленным. В этой связи необходимо провести анализ внутренней среды, влияющей на процесс формирования имиджа ДОО, и включает 5 критериев, которыми следует руководствоваться:

- миссия, концепция и Программа развития ДОО, стратегические цели и задачи;
- сильные стороны деятельности ДОО;
- история создания ДОО;
- отличительные черты, определяющие индивидуальность ДОО;
- система корпоративных ценностей.

Обозначим некоторый инструментарий исследования имиджа ДОО, в том числе и как работодателя.

### Модель имиджа ДОО

Таблица 3

<b>Направленность проявления, т.е. информация о том, по каким признакам формируется имидж</b>			
<b>внешний</b> , т.е. проявляющийся в основном во внешней среде, ориентированной на потребителей (фирменный стиль, герб, логотип, девиз, речёвки, интерьеры ДОО, внешний вид персонала и пр.)		<b>внутренний</b> , формируемый как впечатление о работе и отношении персонала (корпоративные отношения, этика поведения, особенности делового общения, традиции и пр.)	
<b>Эмоциональная окраска имиджа</b>			
<b>позитивный имидж</b>		<b>негативный имидж</b>	
<b>Целенаправленность деятельности по формированию имиджа</b>			
<b>естественный</b> имидж, складывающийся стихийно, без специальных PR-акций и рекламы в результате практической деятельности ДОО.		<b>искусственный</b> , создаваемый специально рекламой или PR-акциями, социальными опросами родительской общности, и не в полной мере соответствующий характеру и результативности деятельности ДОО.	
<b>степень рациональности восприятия имиджа</b>			
<b>когнитивный</b> , дающий «сухую» специальную информацию (ориентирована главным образом на людей сведущих, узких специалистов)		<b>эмоциональный</b> , чувственный (ориентирован на широкую аудиторию и призван вызвать сильный эмоциональный отклик)	
<b>Содержание имиджа, соответствие его специфике деятельности</b>			
имидж руководителя (и его команды)	имидж ДОО	имидж территории (города, района, округа)	имидж идеи, проекта, концепция развития ДОО

Важным этапом работы руководителя творческой группы при обеспечении качества деятельности, является оценка эффективности мероприятий обеспечение качества образовательного процесса и деятельности ДОО

Обеспечение качества дошкольного образования связано с формировании позитивного имиджа учреждения в том числе как работодателя, и задача руководителя сделать этот процесс управляемым и целенаправленным.

Уважаемые коллеги, хочется обратить внимание на основные позиции имиджа современного педагога и руководителя любой организации – Профессионал. Человек. Личность.

В заключении хотим предложить 5 положительных установок, которые помогут начать работу над имиджем в том числе в управлении качеством образования:

- осознавать себя источником всего положительного и отрицательного;
- высокая самооценка;
- вера в доброжелательность Вселенной и в доброго человека;
- позитивное отношение к жизни и умение радоваться;
- способность к переменам и желание рисковать при здоровом инстинкте самосохранения.

Уважаемые коллеги! Выражаю благодарность за подготовку настоящей конференции, содержательный обмен идеями и мыслями! Всем вдохновения оптимизма, творческих успехов!