Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад № 32 комбинированного вида»

Юридический адрес : 624450 Свердловская область, г.Краснотурьинск, ул.Рюмина,26

Контактный телефон:8-(34384)3-99-70, e-mail: mdouv32@mail.ru

Официальный сайт МАДОУ № 32: <https://www.madou32.ru>



**МАСТЕР - КЛАСС С ПЕДАГОГАМИ**

 «ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА ДОУ»

Старший воспитатель:

***Данишкина Надежда Николаевна***

Краснотурьинск,

2022

**МАСТЕР – КЛАСС**

**«ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА ДОУ»**

Дошкольное образовательное учреждение - открытая, взаимодействующая со многими социальными институтами социально-педагогическая система, о которой все чаще говорят как о сфере услуг, употребляя слова «конкурентоспособность», «сегмент рынка», «образовательная услуга» и т.д..

Устойчивый позитивный имидж дошкольного образовательного учреждения можно рассматривать как важный современный компонент методического продукта ДОУ и дополнительный ресурс управления, ресурс образовательного учреждения.

Имидж ДОУ - эмоционально окрашенный образ образовательного учреждения, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума.

Сложная демографическая ситуация усиливает конкуренцию среди ДОУ одной территории в борьбе за набор детей.

 Сильный позитивный имидж облегчает доступ ДОУ к лучшим ресурсам из возможных: финансовым, информационным, человеческим и т.д. Имея сформированный позитивный имидж, ДОУ при прочих равных условиях становится более привлекательным для педагогов, так как предстает способным в большей степени обеспечить стабильность, удовлетворенность трудом и профессиональное развитие Устойчивый позитивный имидж дает эффект приобретения ДОУ определенной силы в том смысле, что создает залог доверия ко всему происходящему в стенах учреждения, в том числе инновацион ным процессам.

ДОУ, как и любые другие организации, проходит в течение своей жизнедеятельности четыре этапа. Каждому этапу соответствует своя имиджевая политика (внешняя и внутренняя)

Этапы формирования имиджа ДОУ:

1 этап- определение миссии;

2 этап- определение целевой аудитории;

4 этап- планирование ;

5 этап- мотивация членов сообщества ДОУ;

6 этап- реализация проекта;

7 этап- проверка эффективности (диагностика имиджа).

***1 ЭТАП*** - определение миссии, миссия организации:

 - глобальная цель которой ради которой организована и существует организация, смысл существования;

- основной внутренний фактор, определяющий все задачи, которые ставятся перед менеджером фирмы;

- поиск «своего лица».

***2 ЭТАП*** - определение целевой аудитории, в которую входят 4 основные группы:

1. воспитанники;
2. родители (авторитетные субъекты, способные дать реальную оценку работе, откорректировать общественное мнение);
3. СМИ (основные посредники между ДОУ и обществом, благодаря своевременному информированию о планах и достижениях возможно расширить круг потенциальных партнёров и сформировать позитивное мнение о себе в глазах окружающих);
4. социальные партнёры (реальные и потенциальные).

***3 ЭТАП* -** диагностика имиджа учреждения: изучение представлений родителей о ДОУ (основные критерии анализа):

1. мотив, причина выбора ДОУ;
2. первое впечатление от дошкольного учреждения;
3. определение позитивных и негативных сторон деятельности ДОУ;
4. удовлетворенность объемом информации, участием в жизни ДОУ;
5. ожидания и степень их реализации, приверженность ДОУ;
6. характер ассоциаций в связи с дошкольным учреждением.

Методы изучения:

1. личное интервью родителей при приеме ребенка в ДОУ;
2. фокус - группы (групповое интервью) ;
3. наблюдение за поведением родителей в процессе взаимодействия с сотрудниками ДОУ ;
4. анкетирование родителей ;
5. проективные методы (словесные ассоциации, завершение высказывания или рассказа, оформление коллажей, анализ отзывов родителей о деятельности ДОУ и т.д.).

***4 ЭТАП* -** планирование и разработка конкретных мероприятий, связанных с формированием имиджа. Имидж дошкольного образовательного учреждения можно разделить на:

1. внутренний корпоративный имидж;
2. внешний имидж корпоративный .

*Внешний положительный корпоративный имидж* - согласованность всех элементов коммуникации ДОУ, передающая основную идею, вызывающая благоприятный отклик, который увеличивает степень доверия окружения.   Для его создания необходимо следующее:

1. разработка (или корректировка) визуальных и деятельностных элементов внешней атрибутики для демонстрации духа общности, корпоративности, единения;
2. формирование узнаваемого образа на рынке образовательных услуг;
3. рекламная продукция, выпускаемая ДОУ, делающая упор на уникальность предлагаемых ДОУ услуг, подчеркивающая их качество.

***Элементы фирменного стандарта:***

1. ***Логотип****,* или фирменный знак, в котором отражено название ДОУ. Может быть представлен в следующих вариантах:
2. вывеска на здании;
3. папка для деловых бумаг заведующего;
4. фирменные бланки;
5. календари (на одной стороне месяц, год, на другой - логотип ДОУ);
6. воздушные шары, используемые на утренниках, развлечений и т.д.;
7. поздравительные открытки; приглашение; дипломы и др..

***2. Рекламная продукция***: буклет, листовка, бюллетни.

***3.Слоган*** - краткое самостоятельное рекламное сообщение, могущее существовать изолированно от других рекламных продуктов и представляющее собой свёрнутое содержание рекламной компании. ***4.Эмблема, герб, флаг.***

***5.Девиз*** - краткое изречение, обычно выражающее руководящую идею в поведении или деятельности.

***6.Гимн, песня.***

***7. Летопись детского сада книга отзывов для родителей и гостей ДОУ.***

***8. Бейдж.***

 ***9.Газета ДОУ***. Название газеты должно соответствовать названию детского сада. Чтобы родители и гости могли полнее ознакомиться с деятельностью учреждения, в газете должны быть примерно такие разделы: «Информационная справка», «Досуг в детском саду», «В гостях у Неболейки», «Ребенок познает мир» и др.

 ***10. РR - мероприятия:*** организация дней открытых дверей, презентаций, участие в специализированных выставках, ярмарках образования.

***11. Публикации*** о достижениях ДОУ в СМИ.

***12. Визуально подвижные коммуникации:*** манера персонала общаться с родителями, детьми, коллегами; формат корпоративных мероприятий; речь сотрудника, отвечающего на телефонный звонок; манера поведения сотрудников  ДОУ в рабочей обстановке и на публике; деловой этикет, профессиональная этика; спикерское искусство; бренд педагога.

***13. Визуально неподвижные коммуникации:*** печатная символика; внешний вид персонала (одежда, прически, макияж, маникюр, аксессуары и пр.); рекламные ролики, презентационные фильмы; - корпоративный сайт; внешний вид здания, благоустроенность территории ДОУ; место расположения ДОУ.

***14. Фирменный цвет.*** Он должен сделать дошкольное учреждение узнаваемым. Перечисленные атрибуты формируют фирменный стиль или внешний имидж дошкольного учреждения и дают возможность занять свое место на рынке образовательных услуг.

***5 ЭТАП* -** мотивация членов сообщества ДОУ Популяризация достижений педагогов ДОУ в местном сообществе. «Помоги успешным сотрудникам получить известность и создать репутацию выступлениями в программах местных новостей»

***6 ЭТАП*** - реализация проекта Выполнение запланированных мероприятий проекта (плана, программы).

***7 ЭТАП*** - проверка эффективности, диагностика имиджа учреждения

Основа всего – люди (руководитель ДОУ, педагоги, обслуживающий персонал). От имиджа человека во многом зависит желание сотрудничать с ним или организацией.

Современный руководитель ДОУ должен: обладать высоким профессионализмом, компетентностью, организаторскими качествами, работоспособностью, политической культурой, высокой нравственностью, личным авторитетом, стремиться к демократическому стилю руководства. Высокая репутация руководителя требует индивидуального стиля руководства.        Важная составляющая имиджа руководителя - самопрезентация.

Для формирования привлекательного и своего неповторимого имиджа ДОУ должно иметь:

1. четко определенные приоритеты, собственную философию, свое видение будущего;
2. уникальную, неповторимую систему ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения;
3. разнообразные качественные образовательные услуги;
4. оригинальную систему учебно-воспитательной работы, развивающей творческие способности, совершенствующей психические функции, формирующей здоровый образ жизни;

5) связь с учреждениями здравоохранения, дополнительного образования, разными социальными институтами; яркие, узнаваемые, своевременно обновляемые информационные материалы, предназначенные для внешнего представления;

6) систему целевой подачи информации потребителям о своем потенциале, успехах и предполагаемых образовательных услугах.

Уважаемые коллеги, вы должны помнить, что:

* 1. Имидж нельзя купить. Его можно только создать. Сначала вы работаете на имидж, а потом он работает на вас! Имидж определяет перспективу развития.
	2. Каким станет наш имидж, зависит только от вас.
	3. Полагайтесь на стратегические цели, а не на краткосрочный результат.
	4. У дошкольного образовательного учреждения должна быть своя «изюминка», свое «лицо». Определитесь, в чем «изюминка» нашего ДОУ?
	5. Не стремитесь быть похожими во всем на другой, пусть и очень хороший детский сад.
	6. Ваше дошкольное учреждение должно отличаться от других и всячески подчеркивать это отличие. Помните! Каждый выбирает то, что нравится только ему .

 Изменяйте то, что можно изменить. Полюбите то, что вы изменили.   Успехов!