



Муниципальное автономное дошкольное
образовательное учреждение Нижнетуринского
городского округа детский сад «Ёлочка»

«Формирование положительного имиджа детского сада»



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.

Имидж выступает как общественное признание и оценочное отношение. Количество детей в ДОУ уменьшается с каждым годом. Этот факт вынуждает детский сад усиливать свою конкурентную позицию. Для этого наш детский сад работает над имиджем организации. Имидж помогает привлечь внимание потенциальных потребителей образовательных услуг – родителей.

У каждого ДОУ своё лицо. Немаловажно, какой детский сад выберут родители для своего ребёнка, и совсем безразлично быть более привлекательным учреждением для потенциальных работников.



Необходимость формирования имиджа ДОО определяется следующими причинами:

- во-первых, сложная демографическая ситуация усиливает конкуренцию среди ДОО одной территории в борьбе за набор детей;
- во-вторых, сильный позитивный имидж облегчает доступ ДОО к лучшим ресурсам из возможных: информационным, человеческим и т.д.;
- в-третьих, имея сформированный позитивный имидж, ДОО при прочих равных условиях становится более привлекательным для педагогов, так как предстает способным в большей степени обеспечить стабильность, удовлетворенность трудом и профессиональное развитие;
- в-четвертых, устойчивый позитивный имидж дает эффект приобретения ДОО определенной силы в том смысле, что создает залог доверия ко всему происходящему в стенах учреждения, в том числе инновационным процессам.



Как, даже в условиях ограниченных ресурсов, детский сад может реализовать простую последовательность действий, которая позволит создать имидж и привлечь родителей.

ШАГ 1.

-Собрать команду, которая должна создать имидж ДОО.

В команду нашего ДОО входят: заведующий, зам. зав. ВМР, старший воспитатель, родители(законные представители), и специалисты учреждения.

ШАГ 2

Решить, что отразить в имидже

Команда должна решить, что рассказать о детском саде в имидже.

Можно продемонстрировать сильные стороны организации или идеалы и цели, к которым стремиться коллектив. Для этого надо определить характеристики и показатели, например, безопасность, инновационная деятельность, уровень мотивации педагогов, результативность образовательного процесса.

Поскольку нельзя быть лучшим во всём, выгоднее выделить ключевые для ДОО характеристики.

Для этого необходимо изучить заказ потребителя. Это позволит избежать ситуации, когда ключевые сильные стороны и идеалы будут не интересны и не нужны потребителям



Основа всего составляющего имидж - люди: руководители, педагоги, обслуживающий персонал. От имиджа человека во многом зависит желание сотрудничать с ним или организацией.

Один из первостепенных факторов успеха любой организации – подбор кадров. Каждый работник рассматривается как «лицо» учреждения, по которому судят о ДООУ в целом.

Каждый член коллектива имеет свой имидж. И в тоже время всех сотрудников (от руководителя до обслуживающего персонала) объединяет общий имидж: внешний вид, культура общения, интеллект, приветливая улыбка, приветливость манер поведения, гордость за своё учреждение и воспитанников.

Особое внимание уделяем росту образования и квалификации педагогов. На сегодняшний день:

- 100% педагогов имеют профильное образование и действующую курсовую подготовку;
- 100% педагогов имеют курсовую подготовку по оказанию первой медицинской помощи;
- по итогам аттестации 1 квалификационную категорию имеют – 28 педагогов, высшую квалификационную категорию – 6 педагогов и 1 вновь назначенный педагог не имеет КК.



Предметно- развивающая среда нашего дошкольного учреждения динамична, изменяется в соответствии с потребностями детей, родителями и нашими возможностями.

Вся работа направлена на создание уюта в помещениях. Цветовая гамма покраски стен соответствует настроению радости. Для организации работы с детьми у нас имеются как учебные островки в каждой группе, так и специально организованные помещения.

В основе разработки интерьера детского сада реализуется принцип комплексного подхода: многофункциональность помещений, рациональность использования пространства, взаимосвязь цветовой отделки.

Предметно-развивающая среда



Развивающая среда

Дидактические игры для коврового комплекса



«Большая стирка»



«Транспорт»



«Специальная одежда»



«Геометрические фигуры»



Развивающая предметно – пространственная среда



presentation-creation.ru

Развивающая среда



«Парикмахерская»



«Уголок строителя»



«Столовая»

pedsovet.su



Дети – носители внешнего имиджа.

Большую часть своей дошкольной жизни дети проводят в стенах детского сада, постоянно контактируют с педагогами, то есть связаны с внутренним имиджем ДОУ. Основные критерии анализа информации, представленной детьми: отношение ребенка к детскому саду, выделяемые факторы (игрушки, занятия, воспитатель, сверстники), привлекающие или отталкивающие ребенка, желание ребенка выполнить рисунок на тему детского сада.

Изучение имиджа ДОУ глазами ребенка проводилось путем использования следующих методов: беседа с ребенком, направленная на определение его отношения к детскому саду; рисуночный тест (рисунок на тему детского сада, позволяющий на основе анализа изображения выявить его отношение к ДОУ).







В современных условиях детский сад не может работать и развиваться без широкого сотрудничества с обществом.

Наш детский сад несколько лет выстраивает прочную сеть социальных партнёров. Ведётся активная работа со школой, клуб «Факел», клуб «Артёма», музеем, библиотекой, учреждением здравоохранения.

Опыт работы детского сада с учреждениями социума показывает, что активная позиция дошкольной организации делает образовательный процесс более эффективным, открытым и полным.







Формирование внешнего имиджа.

Это разработка символики:
название, эмблема, слоган, герб, флаг и т.д.

Например, Детский сад «Ёлочка»

Имеется визитная карточка ДООУ, ведём летопись детского сада, архив публикаций о достижениях детского сада, готовим проспекты об учреждении, буклеты.



Каждая группа нашего ДОО имеет свой индивидуальный неповторимый образ и своё имя.

Визитная карточка каждой возрастной группы – часть общего имиджа ДОО. Каждая возрастная группа имеет своё название, девиз, эмблему. Оформляется группа в соответствии со своим названием.





Деловая активность

Имидж неустойчив,

его постоянно надо “подкреплять” рекламой.

Для этого мы используем сайт учреждения.

Страница в ВК.

Популярные разделы сайта детского сада:

-Счётчик посещений – позволяет ежедневно отслеживать частоту посещений сайта и делать выводы о его привлекательности и востребованности.

-Новости.

-Обратная связь – форма, где родители оставляют отзывы о проведённом мероприятии, могут задавать вопросы специалистам.

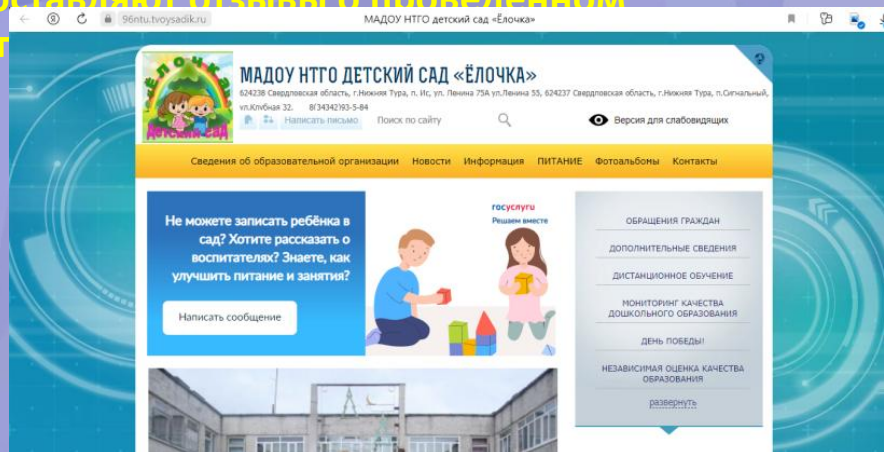
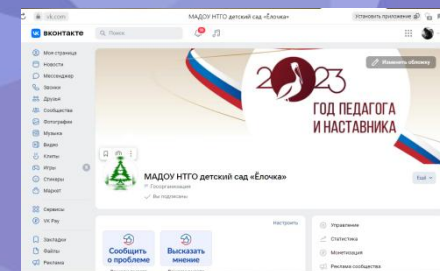
-Фотоальбомы.

-Анонсы событий.

-Страничка педагогического просвещения родителей.

-Конкурсы.

-Документы по текущей деятельности детского сада.





Наши традиции способствуют укреплению имиджа Патриотические акции



Наши традиции способствуют укреплению имиджа

Ежегодная акция

«Зеленая весна»





Наши традиции способствуют укреплению имиджа
Музыкальный марафон
«Песенка чудесенка»





Оценка эффективности имиджа

Чтобы оценить насколько эффективно работает имидж, необходимо изучить конкурентную позицию детского сада в системе образования.

При формировании имиджа постарайтесь обратить внимание на следующие вопросы:

- Какие конкурентные площадки актуальны для детского сада?
- Где детский сад уже действует? Где успешно, а где, напротив, неуспешно?
- Какие площадки предстоит освоить и что их освоение даст детскому саду?
- Что для этого необходимо сделать?

Ответы помогут составить план работы с конкурентами, освоить новые сферы деятельности.



Таким образом, для формирования привлекательного и своего неповторимого имиджа дошкольное учреждение должно иметь:

- четко определенные приоритеты, собственную философию, свое видение будущего;
- уникальную, неповторимую систему ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения;
- разнообразные качественные образовательные услуги;
- оригинальную систему учебно-воспитательной работы, развивающей творческие способности, формирующей здоровый образ жизни;
- связь с учреждениями здравоохранения, дополнительного образования;
- яркие, узнаваемые, своевременно обновляемые информационные материалы, предназначенные для внешнего представления;
- систему целевой подачи информации потребителям о своем потенциале, успехах и предполагаемых образовательных услугах.



Правила на успешность:

- не быть похожими на других;
- пусть цели вдохновляют;
- сосредоточенность на социальных запросах родителей;
- выбор лучшей корпоративной философии: «Чистота, качество, востребованность»;
- стремление к положительным эмоциям.