**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «ДЕТСКИЙ САД №1 «КОСМОС»**

**ГОРОДА ЕВПАТОРИИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ»**

**Сообщение на городском семинаре для заведующих**

**муниципальных дошкольных образовательных учреждений**

**города Евпатории Республики Крым «Менеджмент в дошкольном образовании»**

**16.11.2018г.**

**«ИМИДЖ ГЛАЗАМИ РЕБЕНКА, РОДИТЕЛЕЙ, И СОТРУДНИКОВ»**

Е.Н. Нищакова

заместитель заведующего по ВР

2018г.

Детский сад №1 "Космос" вновь открыт, после реконструкции, в декабре 2015 года. В момент его открытия перед руководителем учреждения стояли основные задачи: становление коллектива и создание «с нуля» необходимых условий для гармоничного развития детей дошкольного возраста. Главная сложность состояла в том, чтобы построить эффективную предметную среду детского сада с учетом особенностей восприятия мира ребенком. При этом необходимо было сделать так, чтобы она эстетично выглядела и была направлена на развитие воспитанников, стимулировала их саморазвитие. Параллельно рассматривался вопрос о создании положительного имиджа вновь открытого учреждения с целью становления авторитета детского сада на рынке образовательных услуг.

Мы хотим, чтобы наше дошкольное образовательное учреждение имело свое лицо, свое имя, чтобы это имя было узнаваемо, популярно, чтобы в нашем детском саду каждый ребенок рос и развивался в соответствии с его потребностями и желаниями родителей, чтобы каждый член коллектива чувствовал себя личностью.

(слаид №25



(слаид № 26

**Фундамент имиджа** заключается в определении предназначения ДОУ, идеи его функционирования и развития, отличительных характеристик от других детский садов.

(слаид №27

**ВНЕШНИЙ ВНУТРЕННИЙ**

проявляется в основном во внешней среде, ориентированной на потребителей

(фирменный стиль, логотип, слоган, интерьеры, внешний видперсонала и пр.).

формируется как впечатление о работе и отношениях персонала (корпоративные отношения, этика поведения, особенности делового общения, традиции и пр.).

В условиях конкуренции перед каждым дошкольным образовательным учреждением встает вопрос о создании фирменного стиля, который делал бы его узнаваемым.

***Есть он и у нас.***

**Внешний имидж** (“осязаемый” имидж), связанный с пятью человеческими чувствами. Это все, что можно увидеть, потрогать, понюхать, услышать, попробовать, символы, которые в сознании

окружающих будут ассоциироваться с детским садом и вызывать определенное настроение.

(слаид № 28 , 29 )

1.Логотип или фирменный знак. В нем отражено название детского сада. 2.

2.Летопись детского сада – книга отзывов для родителей и гостей ДОУ, фотоальбомы

3.РR-мероприятия: организация дней открытых дверей, презентаций, участие в специализированных выставках, семинарах, конкурсах.

Главной ценностью для нас в работе является сохранность жизни и здоровья детей и педагогов. Поэтому ключевым направлением деятельности детского сада является организация оздоровительной работы, использование здоровье сберегающих технологий в работе с детьми. ( сл. № 33)



Реализация обозначенного содержания работы дошкольного образовательного учреждения обеспечивается высокой компетентностью персонала и оснащенностью материально-технической базы. Видео «Школа здоровья для маленьких Крымчан»

(сл. № 34-40)Проводим флеш-мобы, Деньзащитыдетей,ДеньРоссии, 1 сентября











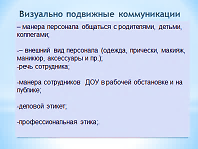
(сл. № 41,42)профилактические мероприятия по ПДД,

С целью совершенствования педагогического мастерства участие наших педагогов в специализированных выставках, семинарах, конкурсах форумах (слаид № 44,45)



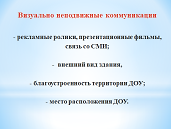


**Частью внешнего имиджа явл. визуально подвижные коммуникации**







* – манера персонала общаться с родителями, детьми, коллегами; речь сотрудника,;
* -внешний вид персонала (одежда, прически, макияж, маникюр, аксессуары и пр.);  
  - манера поведения сотрудников ДОУ в рабочей обстановке и на публике; деловой этикет, профессиональная этика;.

3.**Визуально неподвижные коммуникации:**

( сл. № 52)

- рекламные ролики, презентационные фильмы,связь со

СМИ;; (видео Евпаторийское телевидение «ВОЛОНТЕРЫ из Космоса»)

Фото воспитанники подготовительной группы, в период адаптации помогают малышам одеваться на прогулку, помогают собирать игрушки, гуляют с ними на прогулке, подарили коробку для потерявшихся вещей «Чей платочек, чей носочек»

-внешний вид здания, благоустроенность территории ДОУСЛ № 53-60 это креативная территория)









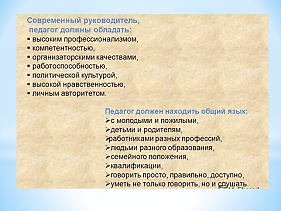
**Связь с семьей**, с целью повышение педагогической компетентности родителей ведет работу семейный клуб «Компетентный родитель Евпатории»

Перечисленные атрибуты формируют внешний имидж детского сада.

Однако мы понимаем, что основа всего – люди, т.е. заведующий ДОУ, педагоги, обслуживающий персонал.

**Внутренний имидж** – проявляется в отношении сотрудников к работе, руководителю и родителям, их энтузиазме. Отношений, норм и принципов поведения, традиций, общих для всех сотрудников.

Современный руководитель ДОУ должен обладать высоким профессионализмом, компетентностью, организаторскими качествами, работоспособностью, политической культурой, высокой нравственностью, личным авторитетом, стремиться к демократическому стилю руководства.

Имеют значение особый блеск в глазах, улыбка, своеобразная интонация голоса, привлекательность манеры поведения.

.( СЛ. № 62 руководитель- педагог)

*Все перечисленные компоненты имиджа руководителя подходят и к педагогу.*

**Имидж педагога** – это голос, пластика, мимику, внешние данные в качестве воздействия на воспитанников и родителей.

Имидж определяется степенью удовлетворенности родителей и желанием детей посещать детский сад.

Для получения качественных результатов по изучению имиджа были привлечены родители и дети ДОУ. Диагностика имиджа ДОУ проходила в 2 этапа: родители и дети-

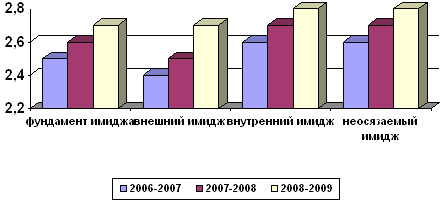
Родители через ответы на предложенный вопросник- анкету. через личное интервью родителей при приеме ребенка в ДОУ, наблюдение за их поведением в процессе взаимодействия с сотрудниками ДОУ.

(сл № 63) диаграмма

Всего было опрошено 192 родителя. Основные критерии анализа информации, представленной родителями:

* первое впечатление от ДОУ;
* определение позитивных и негативных сторон деятельности ДОУ;
* удовлетворенность объемом информации, степень реализации ожидания;

Так как мониторинговые исследования удовлетворенности родителей качеством образования и воспитания в ДОУ проводятся ежегодно, ниже приводятся диаграммы результатов диагностики в процессе изучения имиджа ДОУ, 2016-2018г.г.. Сравнительная диаграмма результатов диагностики за последние 3 года позволила увидеть увеличение показателей:



2016г. 2017г. 2018г.

Все предложенные пожелания рассмотрены сотрудниками ДОУ для дальнейшего координирования своей работы.

Проведенная работа позволила выявить проблемы и обозначить дальнейшую стратегию преобразования имиджа ДОУ, которые выделены в программе развития работа по расширению и изменению спектра услуг. Нами запланировано: создание условий для организации услуг дополнительного образования кружка ( англ, хореогр), по итогам многочисленных пожеланий родителей, ввели логопеда.

***Также мы выявили имидж ДОУ глазами ребенка.***

Дети – носители внешнего и неосязаемого имиджа. Большую часть своей жизни они проводят в стенах ДОУ, постоянно контактируют с педагогами, культурой учреждения, то есть связаны и с внутренним имиджем ДОУ. Их отношение к детскому саду и педагогам оказывает непосредственное влияние на родителей и на имидж ДОУ в их глазах

Изучение особенностей восприятия детского сада **детьми** старшего дошкольного возраста через использование следующих методов: беседа и рисуночный тест.

Слаид 3 №64 рисунки детей

---беседа с ребенком, направленная на определение его отношения к детскому саду; выделяемые факторы (игрушки, занятия, воспитатель, сверстники, питание), привлекающие или отталкивающие ребенка;

---рисуночный тест. Рисунок на тему детского сада, позволяющий на основе анализа изображения выявить особенности восприятия ребенком ДОУ и его отношение. ·  желание ребенка выполнить рисунок на тему детского сада и особенности рисунка.

Итак, в результате реализации диагностического материала нами выявлено своеобразие имиджа ДОУ, что он соответствует оптимальным требованиям, предъявляемым к нему потребителями услуг, что позволило определить пути его дальнейшего совершенствования.

**В перспективу на будущее наметили:**

* продолжать работу над созданием условий для профессионального роста педагога через оказание методической помощи при создании ими авторских программ, разработок и т. д.;
* -продолжить оригинальность оформления территории детского сада;
* участвовать в распространении опыта работы детского сада (семинары, конференции, и т. п.);
* совершенствовать презентацию информации о деятельности ДОУ в СМИ;

**Таким образом, для формирования привлекательного и своего неповторимого имиджа ДОУ должно иметь:**

* четко определенные приоритеты, собственную философию, свое [видение](https://pandia.ru/text/category/videnie/) будущего;
* уникальную, неповторимую систему ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения;
* разнообразные качественные образовательные услуги;
* яркие, узнаваемые, своевременно обновляемые, информационные материалы, предназначенные для внешнего представления;
* публикации о достижениях дошкольного учреждения в СМИ.

По истечении 3-х лет д/с №1 “Космос»” признан и успешен: стабильный творческий коллектив, эффективное взаимодействие с социумом и с родителями, позитивное общественное мнение в городе, достойные результаты выпускников детского сада. Итоги деятельности ДОУ освещаются в местной печати, концертах воспитанников детского сада, не только в музыкальном зале учреждения, но и на различных других сценах (открытие нового д/с «Солнышко»).

В кабинете заведующего, методическом и музыкальном зале  находится почётное место достижений ДОУ (дипломы, грамоты, благодарственные письма).



(Слаид №65

 По истечении 3-х лет деятельности создан положительный корпоративный имидж, Важно желание видеть своё учреждение очень нужным и привлекательным. Умение заведующего сплотить коллектив (не только педагогический, а в целом) указывает, на то, что наш детский сад обладает позитивным имиджем, и его нужно нам поддерживать и развивать.

***Для формирования положительного имиджа мы рекомендуем соблюдать следующие правила:***

*·- не будьте похожи на других;*

*·  -пусть цели вдохновляют;*

*· - стремитесь к положительным эмоциям.*

*-комфортность и безопасность обстановки*

*-обеспечение богатства сенсорных впечатлений*

**Выберите лучшую корпоративную философию:**

***«Принимаем с любовью, выпускаем с гордостью»***

И нужно всегда помнить, что идут туда, где их действительно ждут.