



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)**

Факультет дошкольного образования

Кафедра теории, методики и менеджмента дошкольного образования

Формирование имиджа дошкольно образовательной организации

Выпускная квалификационная работа

Направление 44.04.01 Педагогическое образование

Программа магистратуры «Менеджмент в дошкольном образовании»

Оценка оригинальности _____ %

Работа _____ к защите
рекомендована/не рекомендована

« ____ » _____ 20__ г.

И.о. зав. кафедрой ТМиМДО

_____ Б.А. Артеменко

Выполнил:

Студент группы ЗФ-302/126-2

Манахова Наталья Сергеевна

Научный руководитель:

доцент кафедры, к.п. н., доцент

Л.К Пикулева

Челябинск

2017

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретическое обоснование проблемы формирования имиджа дошкольной образовательной организации	9
1.1 Понятие имиджа образовательной организации	9
1.2 Управление формированием имиджа дошкольной образовательной организации	18
1.3 Организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации	24
Выводы по первой главе.....	32
Глава 2 Опытно поисковая работа по формирования имиджа дошкольной образовательной организации.....	34
2.1 Изучение имиджа дошкольной образовательной организации	34
2.2 Реализация организационно педагогических условий формирования имиджа дошкольной образовательной организации.....	40
2.3 Анализ результатов исследования.....	55
Выводы по второй главе.....	66
Заключение	69
Библиографический список	72
Приложения	80

Введение

Актуальность темы исследования. На данный момент в России рынок образовательных услуг представлен своим многообразием, что несомненно порождает постоянную конкуренцию среди образовательных организаций. С приходом на рынок образовательных услуг частных детских садов, такая конкуренция коснулась и государственных дошкольных образовательных организаций.

Дошкольные образовательные организации осознают, что оказались в рыночных отношениях, как и в целом, образовательная система. Повысились требования, предъявляемые родителями к дошкольным образовательным организациям. Дошкольные образовательные организации сегодня рассматриваются не просто как детские сады, а как организации, оказывающие образовательные услуги, конкурирующие с другими дошкольными организациями. Для эффективной конкурентоспособности необходим высокий имидж организации, как в глазах родителей, так и педагогического состава организации.

Имидж дошкольной образовательной организации складывается из совокупности потребностей и ожиданий всех социальных групп, которые заинтересованы в предоставлении образовательной услуги данного профиля, а так же способности руководящего и педагогического состава к такой деятельности, которая сможет обеспечить данные запросы.

Имидж является одним из ведущих факторов конкурентоспособности дошкольной образовательной организации, обеспечивающий постоянный высокий уровень качества предоставляемых образовательных услуг. На данный момент технологии формирования имиджа ДОО обусловлены необходимостью решения существующих практических задач в сфере

коммуникаций и управления. Использование данных компетенций в формировании имиджа становится важным критерием успешности профессиональной деятельности дошкольной образовательной организации на современном этапе развития рынка образовательных услуг.

Большинство исследователей (Т.А. Алексеева, А.В. Антоненко, В.В. Присяжнюк, А.С. Сидорова, О.В. Согачев, А.В. Щербаков) посветило свои работы формированию имиджа образовательной организации в целом, включая в нее в большей степени организации высшего образования.

Некоторые авторы отмечали необходимость формирования имиджа руководителя образовательной организации (М.С. Деревлева, М. А. Лукашенко, Г.Г. Почепцов) и педагогических работников (Е.Б. Перлыгина, Е.В. Шалагина).

При этом формирование имиджа дошкольной образовательной организации занималось небольшое количество авторов, а именно С.В. Гамова, Е.В. Марьясова, Е.В. Махова, И.М. Нагога и др.

Для успешного управления процессом формирования имиджа дошкольной образовательной организации целесообразно изучать конкретные механизмы его формирования и выделять эффективные условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации.

Актуальность нашей работы, заключается в следующем:

- в социальном плане: необходимость управления процессами формирования образа дошкольной образовательной организации с одной стороны, и восприятия его образа участниками образовательного процесса – с другой стороны;
- в теоретическом плане: недостаточная изученность социально – психологических механизмов формирования образа дошкольной образовательной организации;

- в методологическом отношении: слабое распространение на практике научных методик формирования образа социального объекта вообще и имиджа в частности;

- с точки зрения практической значимости: потребность дошкольной образовательной организации в формировании и управлении своим имиджем в глазах общественности, совершенствование маркетинговой деятельности дошкольной образовательной организации, направленной на повышение конкурентоспособности, повышение квалификации работников дошкольной образовательной организации.

Ежегодно внимание к теме имиджа растет, о чем свидетельствует количество публикаций и диссертационных исследований. Тем не менее, проблема создания имиджа образовательных организаций остается недостаточно изученной. Единых подходов, к изучению имиджа образовательной организации, пока нет.

Для решения вышеописанных проблем необходимо выделение и соблюдение организационных и педагогических условий формирования имиджа дошкольной образовательной организации.

Все вышеизложенное обуславливает **тему исследования:** «Формирование имиджа дошкольной образовательной организации».

Цель исследования: теоретически обосновать и апробировать организационно-педагогические условия, обеспечивающие формирование имиджа дошкольной образовательной организации.

Объект исследования - процесс формирования имиджа дошкольной образовательной организации.

Предмет исследования: организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации.

Гипотеза: формирование имиджа дошкольной образовательной организации будет успешным, если обеспечить следующие организационно-педагогические условия:

- повышение компетентности педагогов в вопросах организационной культуры;
- создание внешних компонентов имиджа (символов, эмблем и ритуалов);
- создание блогов каждой группы для взаимодействия с родителями.

Задачи исследования:

1. Теоретически обосновать организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации
2. Изучить имидж дошкольной образовательной организации;
3. Апробировать организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации;
4. Проанализировать результаты исследования.

Этапы исследования:

1. Поисково-подготовительный (2015-2016 гг.). На данном этапе нами определялась проблема, уровень ее разработанности, перспективность, формулировка гипотезы исследования.

2. Опытнo-поисковый (2016-2017 гг.). На данном этапе реализовывались организационно-педагогические условия имиджа дошкольной образовательной организации, осуществлялся сбор и фиксация данных.

3. Контрольно-обобщающий (2017 г.). На этом этапе проводился анализ полученных данных, составление таблиц, установление правильности или ошибочности гипотезы исследования. Оформление результатов в виде диссертационной магистерской работы.

Методы исследования:

- теоретические (теоретический анализ, обобщение);
- эмпирические (метод экспертной оценки, наблюдение, анкетирование);
- методы количественной и качественной обработки данных.

База исследования: Муниципальной бюджетной дошкольной образовательной организации «Детский сад № 447 г. Челябинска», родители - 60 человек.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанные проекты «Обеспечение повышения профессионального мастерства педагогов в условиях реализации ФГОС дошкольного образования», «Создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО», а так же методическое руководство «Блог группы», могут быть использованы в различных дошкольных образовательных организациях для формирования имиджа и успешного функционирования дошкольной образовательной организации.

Структура работы: введение, две главы, заключение, список литературы (70 источников) и 2 приложения.

Глава 1 Теоретическое обоснование проблемы формирования имиджа дошкольной образовательной организации

1.1 Понятие имиджа образовательной организации

В настоящее время все большее число предприятий осознает, что информированность окружения о продукции предприятия, его деятельности и роли в обществе является одним из важных инструментов эффективного управления. В этих условиях одним из стратегических факторов развития предприятия становится его положительный имидж.

Положительный имидж выступает важнейшим конкурентным преимуществом предприятия, а исследование процесса формирования и оценки имиджа является актуальной научной проблемой, от решения которой зависит конкурентоспособность предприятия.

И. С. Важенина, О. В. Согачева, Е. А. Плохих под имиджем понимают совокупность характеризующих и идентифицирующих ту или иную компанию особенностей, фиксированных в определенных символах или формах информации, которые создаются компанией, целенаправленно передаются аудитории в процессе коммуникаций; распознаются, фиксируются, оцениваются и воспринимаются субъектом, принадлежащим к той или иной аудитории, и, приняв форму стереотипа, занимают определенное место в сознании и системе ценностей субъекта, определяют его дальнейшие действия в отношении данной организации и ее продукции [12, 60].

С точки зрения Ю. В. Вертаковой, О. В. Согачевой, «имидж строится на совокупности впечатлений, часто более эмоциональных, чем рациональных» [13].

Современные научные исследования и публикации Е. А. Петровой по проблеме имиджа характеризуют следующие его особенности [46]:

- комплексность;
- отчетливый психологический компонент;
- критериальный аппарат оценки эффективности имиджа определен не четко;
- недостаточность публикаций, по психологическим технологиям создания работающего профессионального имиджа.

В современных социально-экономических условиях имидж образовательной организаций является ключевой характеристикой, определяющей их успешность на рынке образовательных услуг.

С начала девяностых годов в рамках компетентного подхода в образовании, начиналась разработка понятия «Управление созданием имиджа образовательной организации» в работах специалистов в области управления образования, психологов и практикующих педагогов.

Изучением имиджа занимались зарубежные исследователи, такие как П. Берд, К. Болдинг, Э. Сэмпсон. Среди отечественных ученых, изучающих имидж, - П. С. Гуревич, Е. В. Егорова-Гантман, Е. Б. Перелыгина, Г. Т. Почепцов, В. М. Шепель.

Позже появились работы Е. В. Гришуниной, О. Я. Нестерчук, Т.Н. и М.С. Пискуновых, Е. А. Петровой, и ряда других исследователей.

В начале 20-го в. имидж образовательной организации в отечественной педагогической науке приобрел наиболее высокую популярность. В числе множества работ, которые были посвящены этой проблеме, выделяются работы В. Г. Афанасьева, Ю. А. Васильева, Ю.А. Конаржевского, М. М. Поташника. Теорией моделирования занимались А.У. Варданян и В. А. Штофф.

В то же время проведенный анализ показал, что в настоящее время появляется всё больше работ, раскрывающих структуру, содержания и специфику формирования имиджа дошкольных образовательных организаций в условиях модернизации образования.

Под формированием имиджа образовательной организации мы понимаем процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов

По мнению Л.В. Даниленко к числу основных составляющих имиджа, относится:

- общая известность и репутация образовательной организации;
- скорость реагирования на изменения запросов потребителя;
- инновационный потенциал образовательной организации и его реализация;
- престиж образовательной программы;
- рекламная политика образовательной организации, уровень развития и характер социальных связей;
- финансовая устойчивость и конкурентный статус [20].

В свете последних инноваций, перед дошкольными образовательными организациями встает вопрос о целесообразности соответствия требованиям конкурентного рынка образовательных услуг и определения для себя стратегии повышения конкурентоспособности. Пути повышения конкурентоспособности дошкольных образовательных организаций, отраженные в исследованиях М.Ш. Габитовой представлены на рисунке 1 [14].

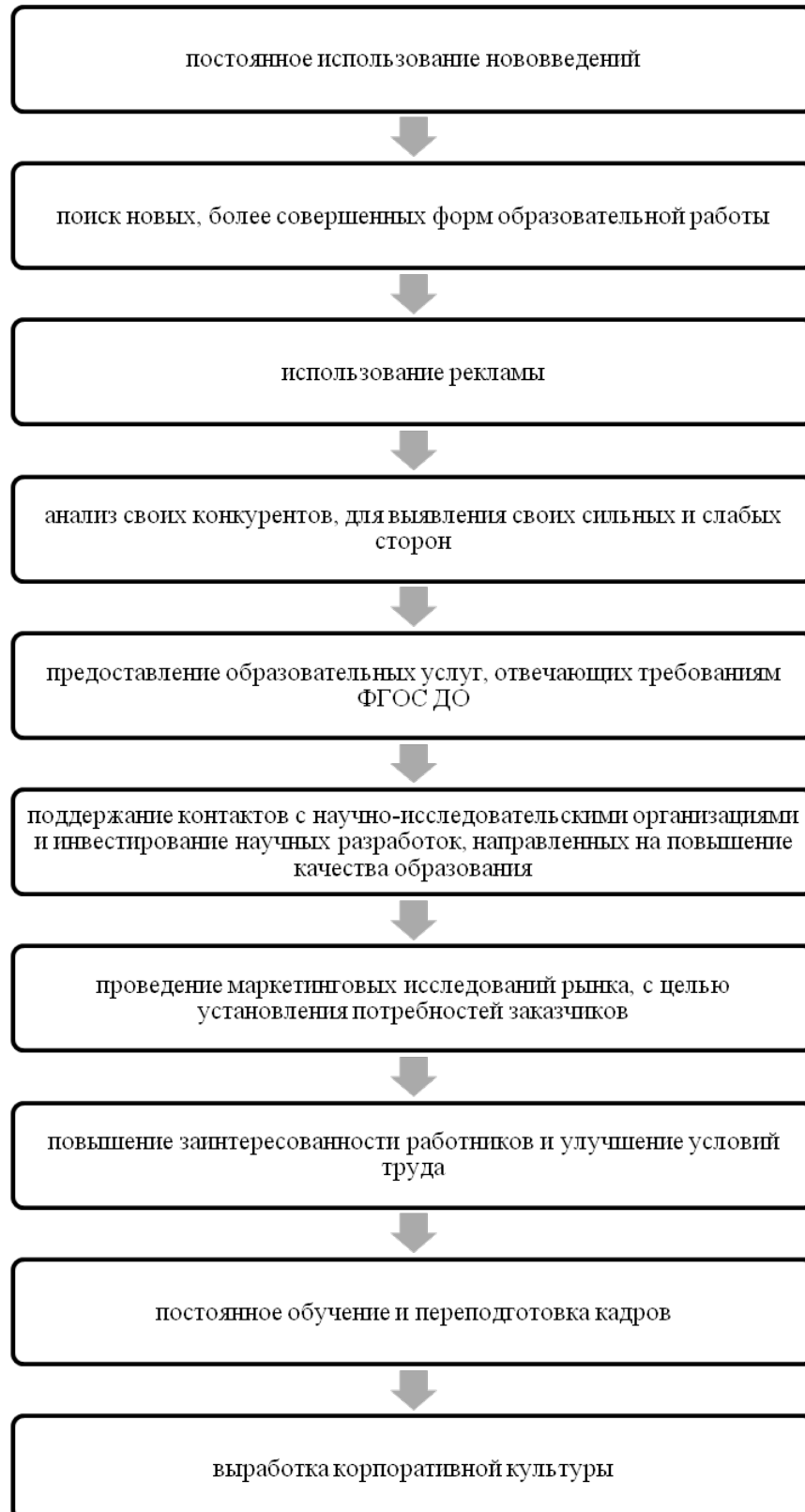


Рисунок 1. Пути повышения конкурентоспособности дошкольной образовательной организации (по М.Ш. Габитовой)

Но в настоящее время, имидж ДОО формируется либо стихийно, либо в традициях фундаментального образования (во втором случае они оторваны от современной практики модернизации дошкольного образования).

Понятие имиджа А.В. Щербаков определяет, как «комплексный ресурс, который обеспечивает возможность эффективного взаимодействия с окружающим миром в той или иной профессиональной сфере» [70].

Необходимость формирования имиджа образовательной организации определяется причинами отраженными на рисунке 2.

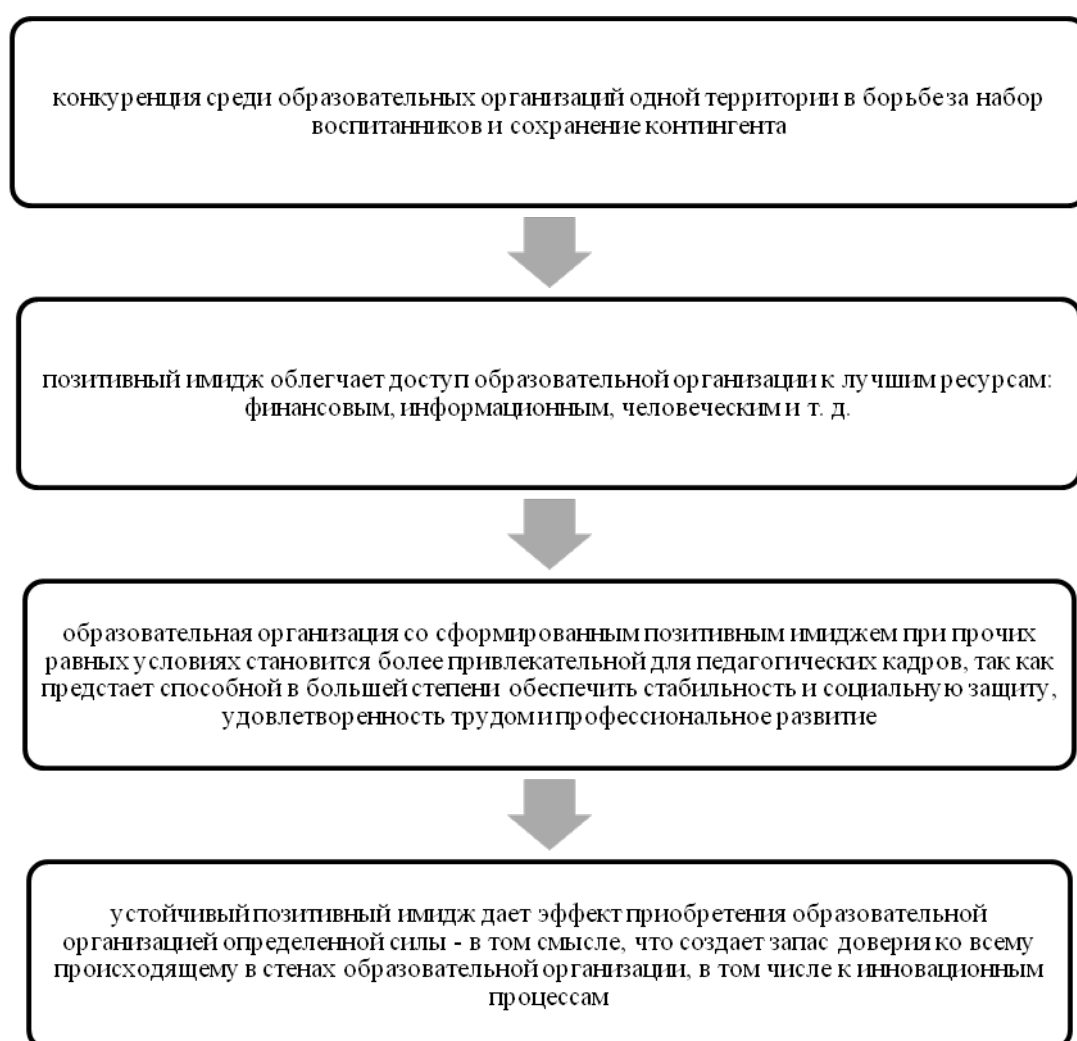


Рисунок 2. Причины необходимости формирования имиджа по А.В. Щербакову

Анализ литературы позволяет представить многообразие подходов к пониманию содержательной основы имиджа, его структуры и функций. Но, тем не менее, О. Н. Черноморова выделяет некоторые общие положения, с ее точки зрения имидж:

- целенаправленно сформированный образ;
- реализуется в деятельности и общении;
- оказывает воздействие на воспринимающих его людей и регулирует их поведение;
- находится в постоянном взаимодействии со средой (природной, культурной, социальной);
- невозможно сформировать раз и навсегда, т. к. он зависит от многих переменных: индивидуальных, индивидуальных, личностных и средовых [67].

Рассматривая элементарную структуру имиджа, Е. А. Петрова и Т. Н. Пискунова называют следующие ее составляющие:

- описательная. Представляет собой образ организации;
- оценочная. Отражает оценки и эмоции, вызванные информацией об организации. Эти эмоции и оценки могут быть различной интенсивности, могут приниматься или отвергаться. Оценка имиджа образовательной организации происходит на основе прошлого опыта, ценностных ориентаций, общепринятых норм, собственных принципов и т. д. [46].

Е. Б. Перелыгиной выделяется две функции имиджа:

- позиционирование образовательной организации;
- побуждение к действию. Создание положительного имиджа организации предполагает согласование внешнего и внутреннего имиджа организации. Задача управления имиджем образовательной организации решается способом моделирования имиджа [44].

По мнению Т. Н. Пискуновой, имидж образовательной организации образуется из семи представлений (рисунок 3) [48].

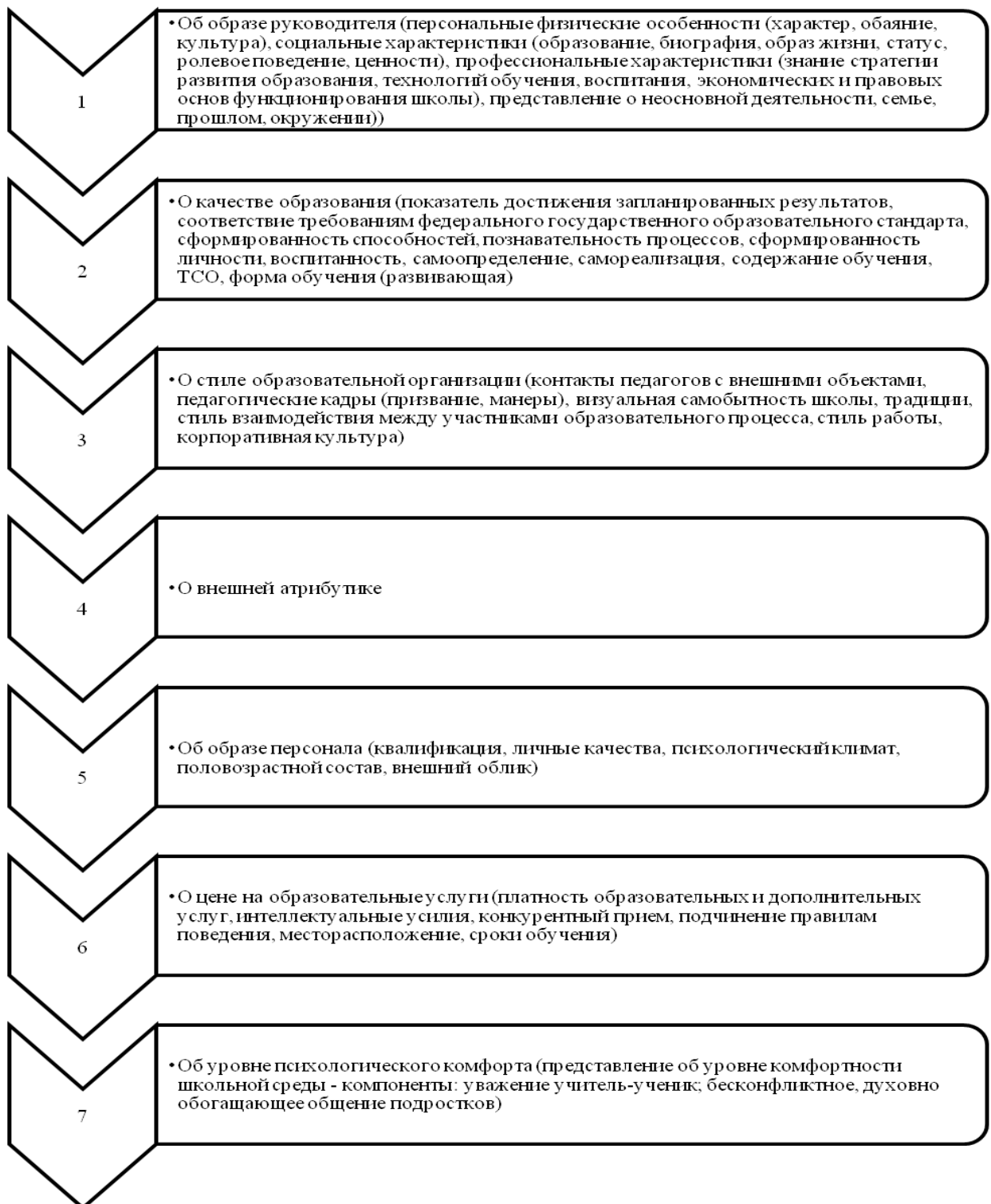


Рисунок 3. Представления об имидже образовательной организации

А. С. Сидорова считает, что качество имиджа - это не только психологический аванс, но и вполне внятные материальные инвестиции, которые образовательная организация может получить в перспективе. Именно тот образ, который складывается в глазах общественности об образовательной организации, его руководителе и учителях, существенно влияет и на приток родителей, и на получение высоких наград, и на развитие социального партнерства. Управление созданием имиджа образовательной организации является сложным процессом планирования, разработки и эффективного осуществления процесса конструирования или изменения образа объекта. Данная деятельность по созданию имиджа состоит в определении последовательности и целесообразности различных мероприятий, обеспечивающих в конечном итоге достижение целей [56].

Инструментом управления имиджем организации является имиджформирующая информация, представляющая собой совокупность информационных сообщений вербального и невербального характера, несущих в себе сведения, мнения, суждения об объекте, на основе которых в сознании человека строится система образов. Объединяясь с личными представлениями и опытом воспринимающего о данном образе, формируется мнение, что является основой имиджа объекта для конкретного представителя аудитории. Только долговременное продвижение имиджа позволяет говорить о созданном эффективном ресурсе управления. Приоритетом должны быть социальные элементы, которые позволяют создать целостную систему и духовные элементы и, воздействуя на персонал, отвечают за его мотивацию и стимулирование.

В конечном итоге ресурс имиджа используется для того, чтобы создать автономный источник управляющего воздействия на коллектив, на основании которого будет происходить трансформация организации в

направлении, определенном установками, составляющими основу имиджа. Достижение связи между уровнем производительности труда и степенью самореализации человека в своей профессии, а также удовлетворением его личных потребностей, связанных с данной организацией, невозможно без развития внутреннего имиджа.

А. С. Сидорова отмечает, что каждому этапу должна соответствовать своя имиджевая политика как внешняя, так и внутренняя. Внутренний имидж - это взгляд на ДОО глазами сотрудников, а также глазами родителей и детей при общении с ними. Он проявляется в отношении сотрудников к работе, руководителю и родителям воспитанников, их энтузиазме, преданности детскому саду и основан на своеобразии внутреннего пространства. Внешний имидж ДОО - название, оформление помещений и территории, имидж персонала и т. д. - символы, которые в сознании окружающих будут ассоциироваться с данным детским садом и вызывать определенное настроение. Первое впечатление о ДОО связано именно с этим аспектом имиджа [57].

Таким образом, имидж всегда направлен на стимулирование положительных эмоций и их проецирование, на те услуги, которые оказывает образовательная организация. Имидж, как правило, является средством воздействия на общественное мнение, так как результат воспитания и обучения зачастую отдален во времени, то необходимо учитывать такие особенности имиджа, как универсальность и уникальность.

Универсальность может выражаться, как в унификации научных подходов, понятий, принципов и факторов, так и в стандартизации требований, показателей качества, использовании технологий и методов обучения.

1.2 Управление формированием имиджа дошкольной образовательной организации

Прежде чем приступить к работе по формированию имиджа, необходимо его спроектировать, то есть создать желаемый образ. Собственно проект - это прототип, прообраз предполагаемого или возможного объекта, состояния. Проектирование имиджа образовательной организации - это вид профессиональной деятельности руководителя образовательной организации и педагогического коллектива, в котором определяется его будущий образ образовательной организации, влияющий на формирование положительного отношения к нему родителей, воспитанников, общественности, социальных партнеров, средств массовой информации, позволяющий привлекать дополнительные инвестиции и конкурировать с другими образовательными организациями, с учетом природных и социальных законов, на основе выбора и принятия решений, в течение определенного промежутка времени. Продуктом проектирования является имидж образовательной организации. Проектирование имиджа образовательной организации, с точки зрения Е. А. Петровой требует от руководителя не только педагогической компетенции, но также компетенций в области психологии, менеджмента, маркетинга, логистики, так как проект на мысленном уровне отражает мнение потребителей образовательных услуг и социальных партнеров об образовательной организации [45].

И.Р. Лазаренко предлагает модель управления процессом поддержки корректировки и обновления имиджа образовательной организации (рисунок 4) [26].

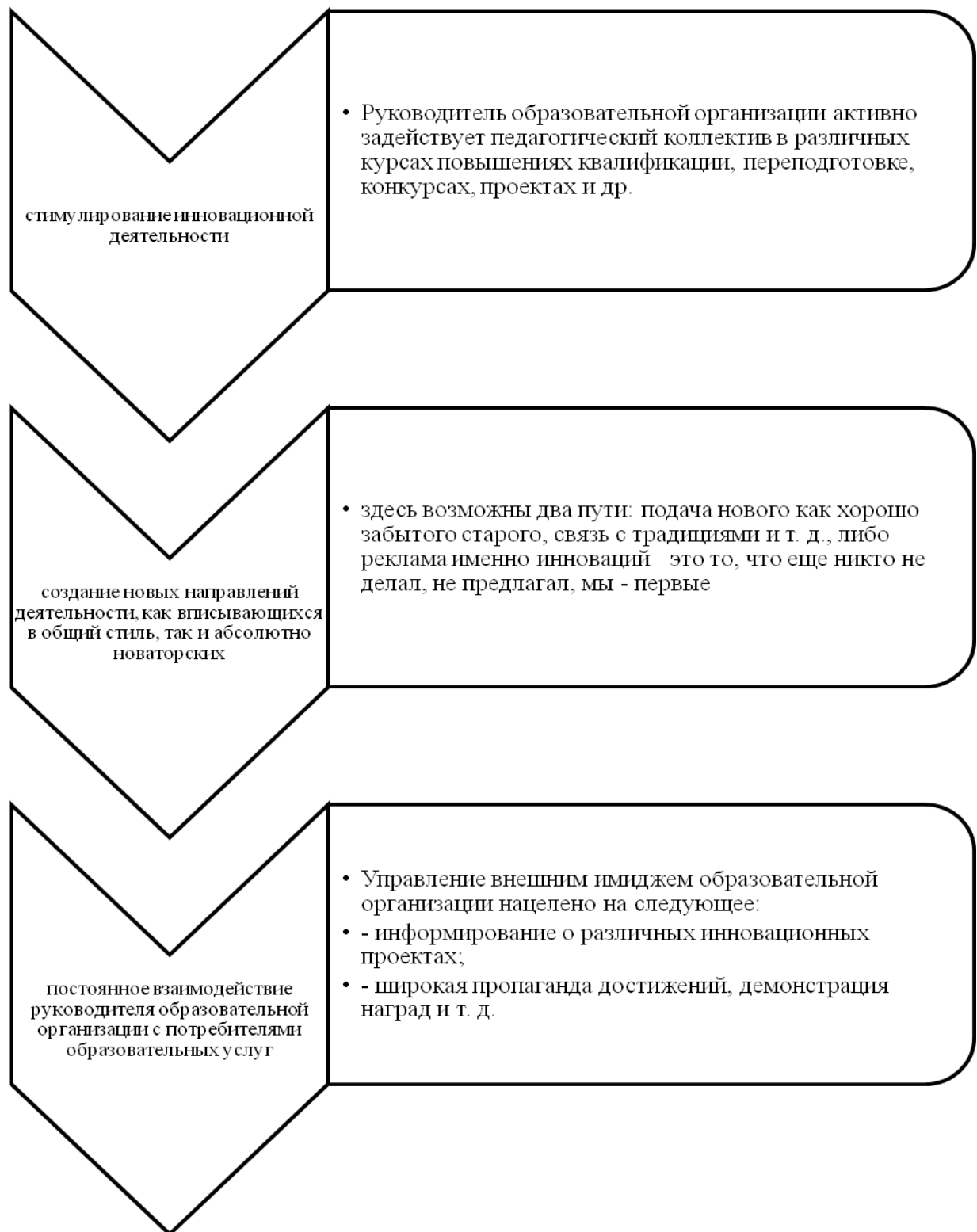


Рисунок 4. Управление процессом поддержки, корректировки и обновления имиджа образовательной организации (по И. Р. Лазаренко)

О. В. Согачева, Е. С. Симоненко выявили, что для того чтобы образовательная организация имела свой неповторимый уже сложившийся или складывающийся образ, руководитель должен обратить внимание на:

- четко определенные приоритеты, собственную философию, свое видение будущего, сформулированное в миссии образовательной организации;
- уникальную, неповторимую, особую систему ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения;
- разнообразные и качественные образовательные услуги;
- оригинальную систему воспитательной работы, развитие творческих способностей, совершенствование психических функций и уровня воспитанности, формирование здорового образа жизни;
- яркие, узнаваемые, своевременно обновляемые информационные материалы, предназначенные для внешнего представления;
- систему целевой подачи информации потребителям о своем потенциале, успехах и предлагаемых образовательных услугах [61].

Сформированный руководителем позитивный имидж образовательной организации позволит повысить привлекательность дошкольной образовательной организации, в первую очередь, для потребителей образовательных услуг и педагогического коллектива; облегчить процесс введения новых образовательных услуг; повысить уровень организационной культуры; способствовать улучшению социально-психологического микроклимата в коллективе.

А. С. Сидорова отмечает, что между уровнем развитости, степенью достижения желаемого имиджа организации и более эффективным внедрением управленческих решений, их реализацией и осуществлением контроля прослеживается прямая зависимость. Способность имиджа

организации к постоянному накоплению и обладание свойством динамичности создают возможность для оперативного варьирования в процессе управленческой деятельности при использовании результатов, данных имиджем. Таким образом, выработанный благоприятный имидж образовательной организации может стать своеобразным мерилем степени развития всей организации, оценки перспективности ее начинаний, зрелости и профессионализма руководителя и всего педагогического коллектива в целом [56].

Работая над имиджем, необходимо соотносить цели формирования позитивного имиджа и реальные результаты. Работу по формированию имиджа можно считать эффективной, когда достигнуты поставленные цели и сконструированный образ ДОО из желаемого превратился в реальный.

При оценке деятельности по формированию имиджа большое значение имеет выявление критериев и показателей его эффективности. Критерии непосредственно влияют на выбор необходимых показателей и выполняют по отношению к ним ориентирующую методологическую функцию. Показатели эффективности имиджа относятся к социальным показателям. Они выражают степень соответствия реальных результатов формирования имиджа заданному уровню.

В целом можно утверждать, что показатели эффективности имиджа выступают в роли инструмента его оценки, а критерий – в роли выбора и обоснования его показателей

Т.Н. Пискунова выделяет критерии и показатели позитивного имиджа ДОО (рисунок 5) [48].

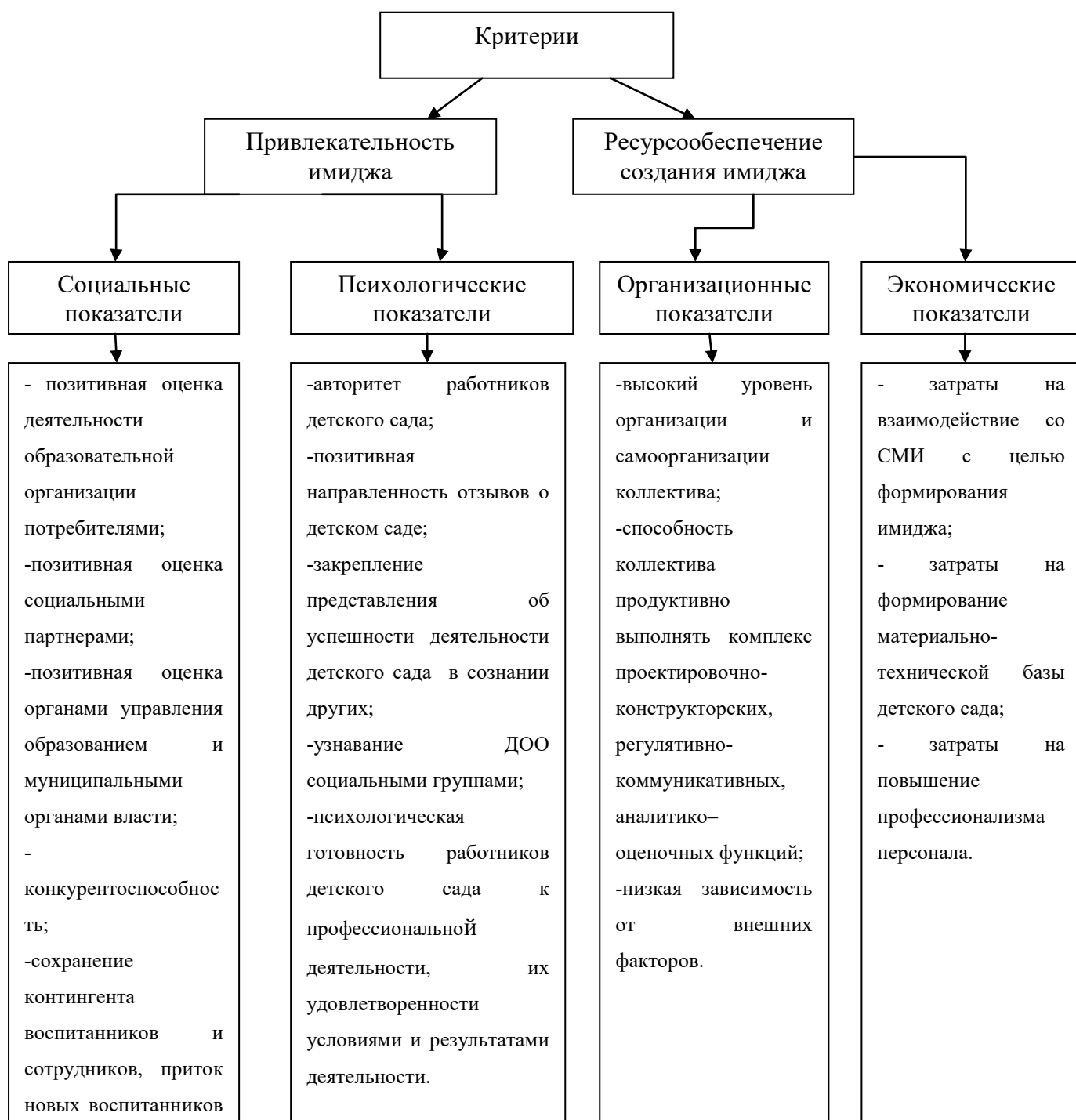


Рисунок 5. Критерии и показатели эффективности формирования позитивного имиджа образовательной организации (по Т.И. Пискуновой)

Целенаправленно создаваемый имидж дошкольной образовательной организации представляет собой не набор случайных компонентов, а стройную систему взаимосвязанных качеств, интегративную совокупность характеристик. Следует отметить, что составляющие имиджа трудно ранжировать, так как в зависимости от конкретных потребностей различных групп, обращающихся к услугам образовательной организации, значимость одного и того же компонента имиджа будет варьироваться.

В реализации цели формирования имиджа детского сада приоритетным становится принцип корпоративности (рисунок 6) [38].



Рисунок 6. Принципы корпоративности (по И. М. Нагога)

Таким образом, важным аргументом конкурентоспособности дошкольной образовательной организации является наличие у него благоприятного имиджа, т.е. положительного мнения родителей и детей, коллег, работников других образовательных организаций, работников образовательных организаций, принимающих дошкольников – выпускников, работников органов управления образованием и муниципальных органов власти, местных жителей.

1.3 Организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации

Основное содержание проекта по формированию имиджа дошкольной образовательной организации отражает управленческая деятельность, направленная на оказание потребителю услуг, востребованных на образовательном рынке. В соответствии с этим осуществляется перестройка системы работы образовательной организации в соответствии с алгоритмом имиджа ДОО.

Рассмотрим саму структуру имиджа дошкольной образовательной организации и этапы его формирования (рисунок 7).

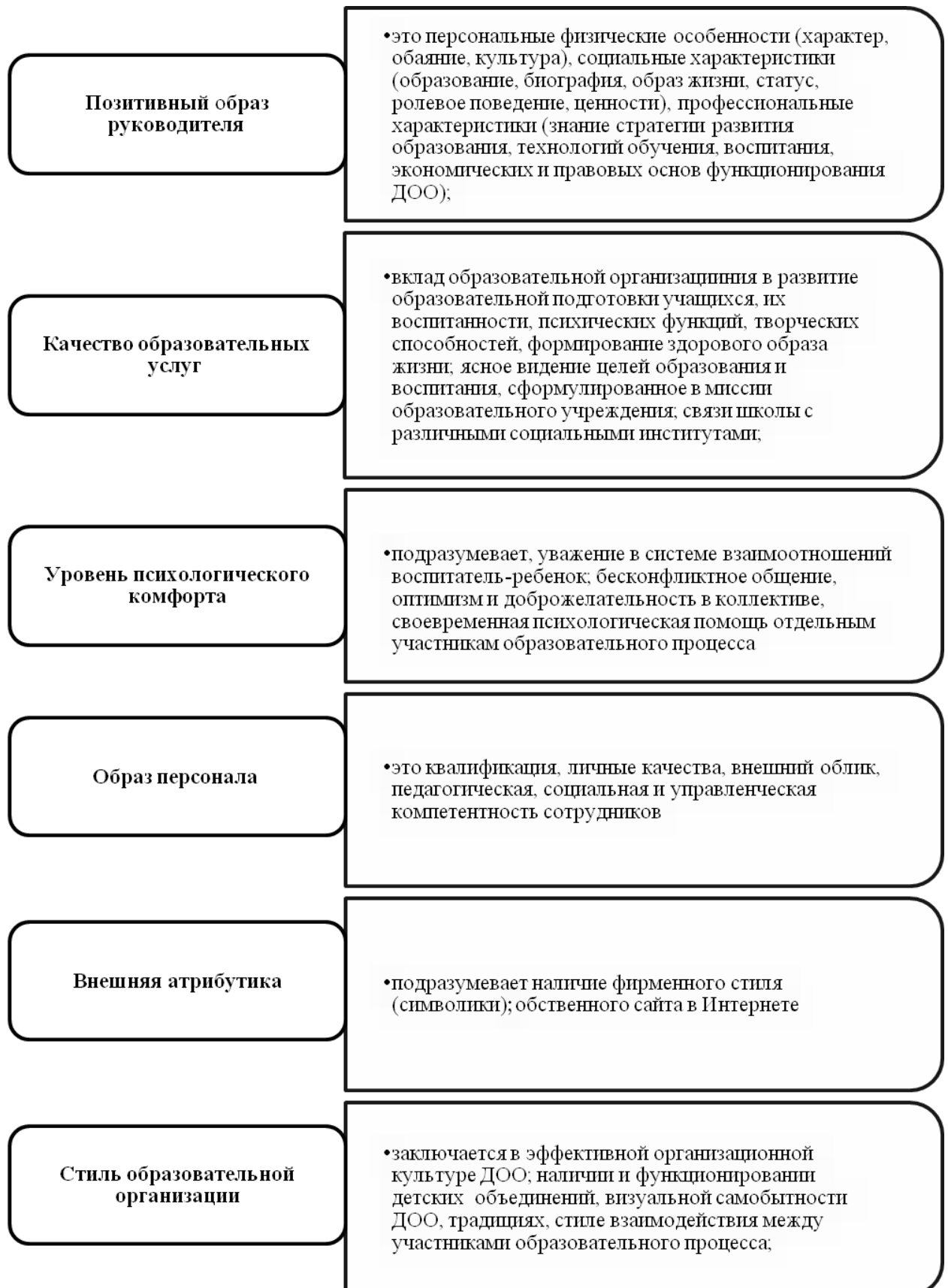


Рисунок 7. Структура имиджа ДОО

На основе исследований Е. В. Марьясовой, выделим основные этапы формирования имиджа, которые описаны на рисунке 8 [32].

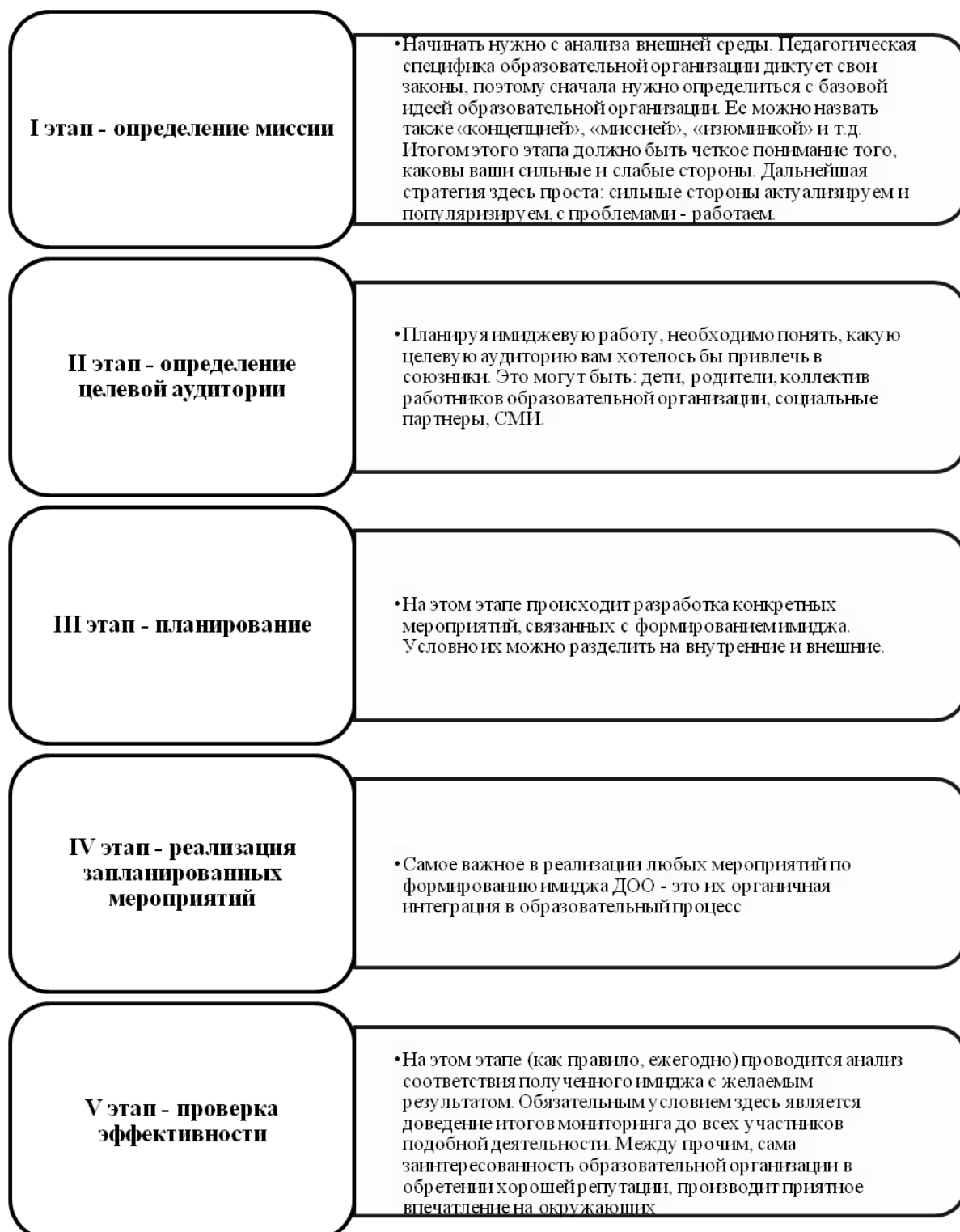


Рисунок 8. Основные этапы формирования имиджа по Е. В. Марьясовой

Схематично механизм формирования имиджа образовательной организации представлен на рисунке 9.

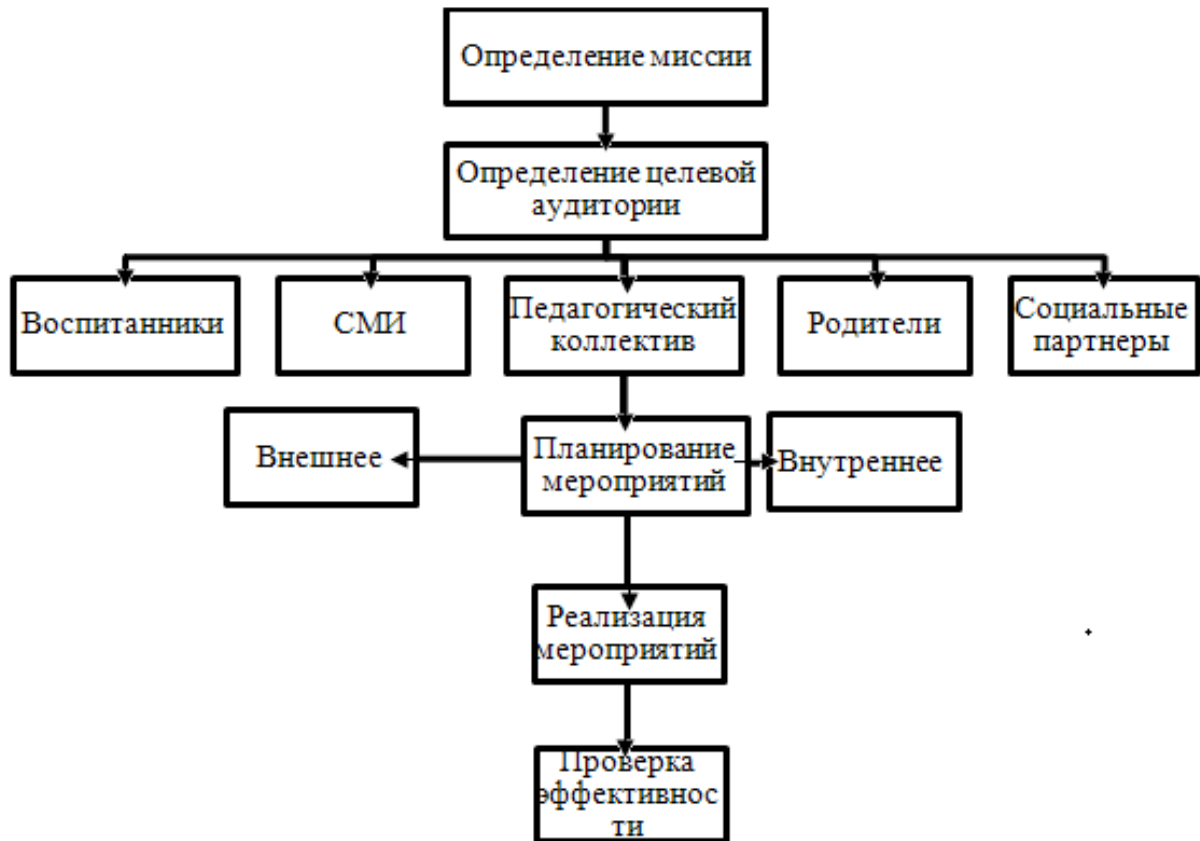


Рисунок 9. Алгоритм формирования имиджа дошкольной образовательной организации (по Е. В. Марьясовой)

Таким образом, конечным результатом, т.е., целью формирования имиджа, является повышение конкурентоспособности образовательной организации. А конкурентоспособность достигается сформированным отношением. Если то отношение, которое имеется у желаемых союзников, полностью устраивает, - можно считать, что цели достигнуты.

Представим модель формирования имиджа дошкольной образовательной организации [38]. И.М. Нагога выделяет в алгоритме создания имиджа разноуровневые компоненты (рисунок 10).

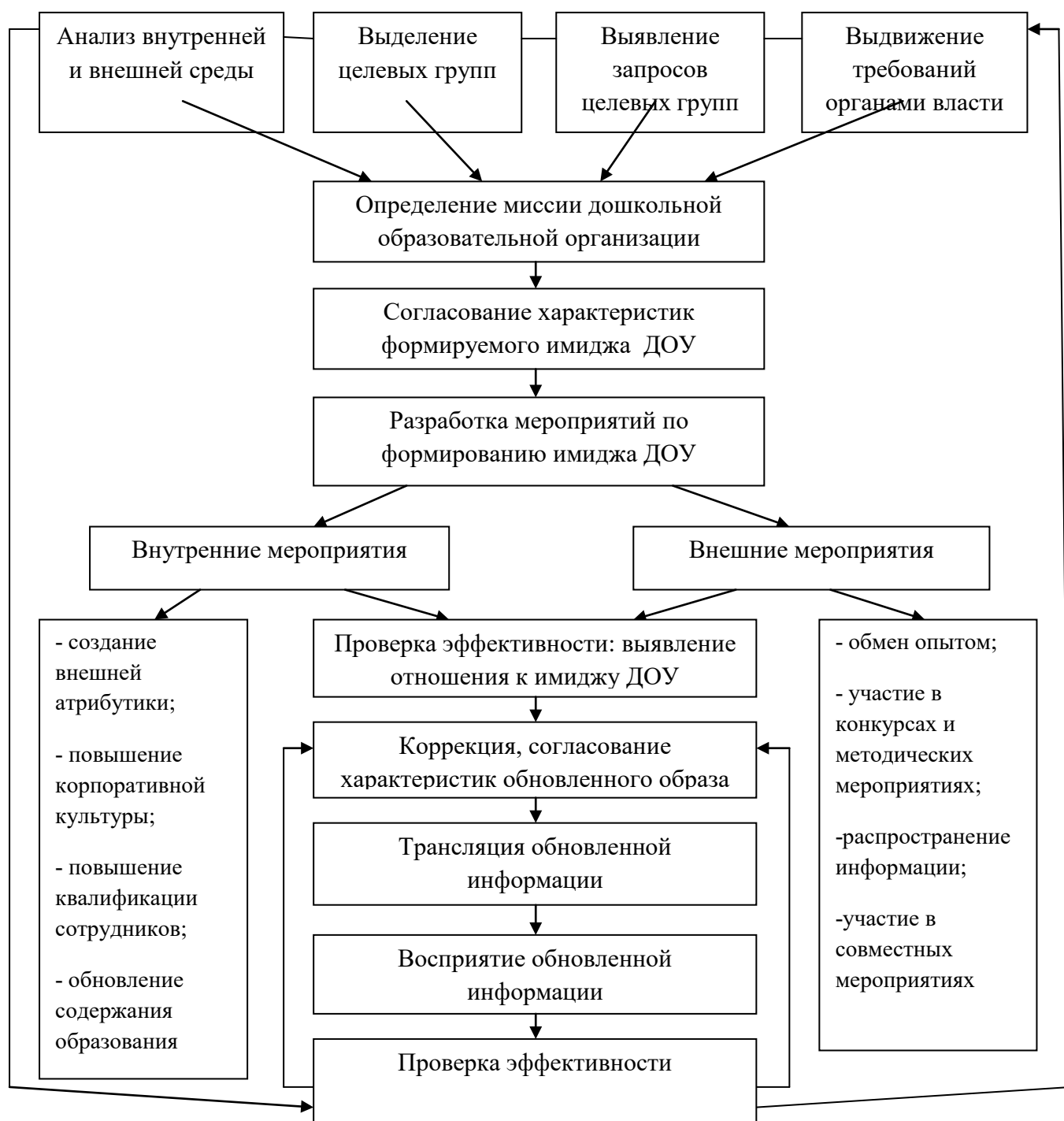


Рисунок 10. Алгоритм формирования имиджа дошкольной образовательной организации (по И.М. Нагога)

Процесс формирования имиджа дошкольной образовательной организации имеет определенные этапы.

Первый этап – анализ внешней и внутренней среды образовательной организации, выделение целевых групп (потребителей образовательных услуг), выявление их запросов и требований с помощью разработанного инструментария. Итог первого этапа – это четкое понимание сильных и слабых сторон. Дальнейшая стратегия проста: сильные стороны актуализируются и популяризируются, а проблемы необходимо планомерно решать.

Второй этап – определение миссии дошкольной образовательной организации. Прежде всего необходимо понять: «В чем особенность данного детского сада?» Это самый главный вопрос, вокруг которого будет определяться вся дальнейшая работа. Известный американский специалист по имиджу Б. Джи выделяет пять позиций, по которым необходимо определиться компании при построении своего имиджа: принципы, цель создания компании, корпоративная философия, долгосрочные цели, стандарты.

Процесс «согласования ценностей» и поиска «своего лица» может занять много времени. Важно помнить, что любой член педагогического сообщества является своеобразной Частичкой, которая будет нести в мир информацию о Целом. Значит, от того, насколько люди разделяют общие цели и насколько осознают средства их достижения, зависит личный успех каждого из них.

К процессу формирования имиджа детского сада можно привлечь и заинтересованных родителей, и социальных партнеров, и представителей власти. Совместная работа по формированию имиджа своей организации будет являться совместной деятельностью образовательного характера.

Третий этап – планирование, где происходит разработка конкретных мероприятий, связанных с формированием имиджа. Условно их можно разделить на внутренние и внешние. Во внутренние (повышение корпоративной культуры) могут входить создание внешней атрибутики детского сада (названия, символа, эмблемы, оформление интерьера в соответствии с символикой), изменение стиля взаимоотношений между сотрудниками, повышение их квалификации и мотивации; реализация подпроектов.

Важно помнить, что открытость и демократичность детского сада напрямую зависит от того, насколько привлекательно выглядит то, что планируется «открывать» для других.

Управление внешним имиджем, представляющим трансляцию целей и деятельности детского сада для родителей, социальных партнеров, органов власти, СМИ, должно быть нацелено на:

- участие дошкольной образовательной организации в районных и областных методических мероприятиях, обмен опытом работы;
- участие в конкурсах всероссийского, регионального и муниципального уровней;
- расширение различных видов рекламы, которое предполагает создание и регулярное пополнение сайта детского сада;
- акции, письменные и устные контакты, включая информирование через буклеты, памятки, листовки;
- участие в совместных с социальными партнерами мероприятиях;
- рассылку благодарственных писем, широкую пропаганду достижений, демонстрацию наград.

Итогом этого этапа должно стать ролевое распределение нагрузки. Самое главное, чтобы деятельность по формированию имиджа затрагивала

интересы и усилия всех сотрудников. Немаловажное значение на этапе планирования имеет вопрос о характере обратной связи (или мониторинге). Информационная составляющая – одна из главных частей будущего проекта, где важно определить систему распространения и получения информации от человека, ответственного за эту часть работы.

Четвертый этап - проверка эффективности. На этом этапе (как правило, ежегодно) проводится анализ соответствия полученного имиджа с желаемым результатом. Обязательным условием становится доведение итогов мониторинга до всех участников подобной деятельности. Заинтересованность образовательной организации в обретении хорошей репутации производит приятное впечатление на окружающих. Человек, который говорит: «Мне дорога наша репутация», демонстрирует окружающим не только заботу о своей организации, но и важность корпоративных усилий, ориентированных на сотрудничество и развитие.

Таким образом, имидж детского сада представляет относительно самостоятельный вид деятельности и объект управления. К основным характеристикам этой деятельности относятся действия коллектива по активному информированию заинтересованной общественности (родителей, социальных партнеров, коллег из других дошкольных образовательных организаций, представителей органов власти) о своей организации, перспективах его развития; по созданию положительного образа ДОО в местном профессиональном сообществе; установлению продуктивных и выгодных партнерских отношений в социуме; поддержке и повышению престижа своего ДОО, признанию его заслуг и достоинств, позитивного опыта, достижений, высокой популярности, значимого влияния на других.

Создание положительного имиджа дошкольной образовательной организации, с одной стороны, сложный и длительный процесс

формирования прочной и высокой репутации, привлекательности, создания ситуации успеха на всех уровнях работы. С другой стороны, инновационная направленность деятельности ДОО должна привести к качественно новому имиджу образовательной организации, способного конкурировать на рынке образовательных услуг.

Выводы по первой главе

Анализ литературы позволил нам прийти к следующим выводам:

1. Под имиджем образовательной организации понимается сложившийся в сознании большой группы людей эмоционально окрашенный образ, определяемый соотношением между различными сторонами его деятельности и транслируемого во внешнюю среду. Имидж образовательной организации как положительный образ может быть сформирован лишь в случае предоставления качественных услуг потребителям. Но это условие, являясь необходимым, не является достаточным.

С понятием имиджа тесно связано и репутация образовательной организации, которая складывается из нескольких составляющих и которая удерживается в массовом сознании долгие годы. Отличие имиджа от репутации, на наш взгляд, заключается именно в том, что репутация является итогом построения имиджа (Е.А. Лешина, Л.А. Зueva, И.Р. Лазаренко).

2. Основные этапы формирования имиджа: анализ внешней среды; выделение целевой группы, к которой будет обращен имидж; анализ внутренних ресурсов; определение задач и их классификация (содержательные организационно – результативные); мотивация участников проекта; ролевое распределение; выявление соотношения между

составляющими имиджа: научный, образовательный, общественный имидж на рынке труда; определение принципов формирования имиджа; разработка технологии формирования каждой составляющей имиджа; анализ соответствия полученного имиджа с желаемым результатом.

3. Для успешного формирования имиджа дошкольной образовательной организации мы выдвигаем следующие условия: повышение компетенции педагогического состава ДОО; создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО; создание блогов каждой группы.

Глава 2 Опытнo-поисковая работа по формирования имиджа дошкольной образовательной организации

2.1 Изучение имиджа дошкольной образовательной организации

Целью опытнo-поисковой работы формирования имиджа дошкольной образовательной организации: апробировать организационно-педагогические условия, обеспечивающие формирование имиджа Муниципальной бюджетной дошкольной образовательной организации «Детский сад № 447 г. Челябинска».

Опытнo-поисковая работа по формированию имиджа Муниципальной бюджетной дошкольной образовательной организации «Детский сад № 447 г. Челябинска» включало в себя три этапа:

- констатирующий этап;
- формирующий этап;
- контрольный этап.

Опишем каждый этап работы.

Констатирующий этап.

Проведено анкетирование родителей - 60 человек. Было проведено анкетирование Анкета «Изучение мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования», разработанное в ходе теоретического анализа литературы. Проведен комплексный анализ показателей, характеризующих деятельность ДОО.

Формирующий этап.

Реализованы организационно-педагогические условия, обеспечивающие формирование имиджа Муниципальной бюджетной дошкольной образовательной организации «Детский сад № 447 г. Челябинска», а именно: включение родителей в адаптационный процесс

детей раннего возраста; создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО; создание блогов каждой группы.

Контрольный этап.

Проведено повторное анкетирование в трех группах, комплексный анализ показателей, характеризующих деятельность ДОО. Результаты подверглись количественному, качественному и статистическому анализу (U-критерий Манна-Уитни). На основании полученных данных, подтверждалась гипотеза исследования.

Опишем анкету применяемую в исследовании.

Анкета «Изучение мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования».

Уважаемый участник анкетирования!

Данное исследование проводится для использования результатов при формировании управленческих решений, направленных на повышение качества предоставления услуг дошкольного образования. Просим Вас принять участие в данном исследовании, ответив на вопросы, содержащиеся в анкете.

Укажите возраст Вашего ребенка*:

- 2-3 года;
- 3-4 года;
- 4-5 лет;
- 5-6 лет.

1. Удовлетворяет ли Вас качество предоставления образовательных услуг в Вашей образовательной организации?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

2. Удовлетворяет ли Вас качество присмотра и ухода за детьми в Вашей образовательной организации?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

3. Удовлетворяет ли Вас качество и полнота информации о деятельности дошкольной образовательной организации, размещенной на официальном сайте в сети Интернет?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

4. Выберите наиболее часто используемые Вами способы получения информации о деятельности дошкольной образовательной организации (Можно выбрать несколько вариантов ответов):

- из информации, размещенной на сайте дошкольной образовательной организации;
- от педагогических работников дошкольной образовательной организации;
- из информации, размещенной на стендах в дошкольной образовательной организации;
- из личного общения со своим ребенком;
- из общения с родителями детей, посещающих организацию дошкольного образования, которую посещает Ваш ребенок;
- Другое:

5. Удовлетворяют ли Вас профессиональные качества педагогов, работающих с Вашим ребенком, их заинтересованность в достижении Вашим

ребенком положительных результатов в освоении образовательной и воспитательной программы?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

6. Удовлетворяет ли Вас содержание развивающей пространственно-предметной среды (плакаты, пособия, игровые материалы) в дошкольной образовательной организации, которую посещает Ваш ребенок?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

7. Удовлетворяет ли Вас уровень подготовки детей к обучению в школе?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

8. Удовлетворяют ли Вас условия по безопасности и охране здоровья воспитанников, созданные в образовательной организации?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

9. Удовлетворяет ли Вас компетентность и доброжелательность работников образовательной организации?*

- полностью удовлетворяет;
- частично удовлетворяет;
- совершенно не удовлетворяет.

10. Порекомендовали бы Вы дошкольную образовательную организацию, которую посещает Ваш ребенок, своим знакомым?*

- да;
- скорее всего, да;
- нет.

11. Что Вы могли бы порекомендовать для повышения качества услуг, предоставляемых организацией дошкольного образования:

12. Что Вас не устраивает в работе организации дошкольного образования, которую посещает Ваш ребенок.

Ключ:

Вопросы под «*» были обязательными и позволили оценить имидж организации глазами родителей, остальные вопросы позволили определить направление деятельности ДОО для повышения качества услуг ДОО.

- полностью удовлетворяет – 2 балла;
- частично удовлетворяет – 1 балл;
- совершенно не удовлетворяет – 0 баллов.

Уровень имиджа организации:

20-12 баллов – высокий уровень;

11-6 баллов – средний уровень;

5-0 баллов – низкий уровень.

Статистический метод: U-критерий Манна-Уитни.

Критерий Манна-Уитни представляет непараметрическую альтернативу t-критерия для независимых и зависимых выборок [25].

Предположения и интерпретация. Критерий Манна-Уитни предполагает, что рассматриваемые переменные измерены, по крайней мере, в порядковой шкале (ранжированы). Интерпретация теста по существу похожа на интерпретацию результатов t-критерия для независимых выборок.

Если объем выборки больше 20, то распределение выборки для U статистики быстро сходится к нормальному распределению. Поэтому вместе с U статистикой будут показаны z значение (для нормального распределения и соответствующее p -значение).

Статистика критерия выглядит следующим образом.

$$U = W - \frac{1}{2}m(m+1) = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \delta_{ij} \quad (1)$$

где W - статистика Вилкоксона, предназначенная для проверки этой же гипотезы H_0

Если гипотеза H_0 верна, то

$$EU = \frac{nm}{2}, \quad DU = \frac{nm(n+m+1)}{12}. \quad (2)$$

Таким образом, целью опытно-поисковой работы по формированию имиджа дошкольной образовательной организации явилось: апробировать организационно-педагогические условия, обеспечивающие формирование имиджа Муниципальной бюджетной дошкольной образовательной организации «Детский сад № 447 г. Челябинска». Опытно-поисковая работа по формированию имиджа дошкольной образовательной организации включало в себя три этапа: констатирующий, формирующий, контрольный этапы. В ходе анализа выявлено, что приоритетной деятельностью детского сада является художественно-эстетическое развитие детей. Большое внимание специалисты уделяют созданию условий, способствующих полноценному физическому развитию наших воспитанников. Немаловажным для нас является формирование стабильной образовательной среды. МБДОУ ДС КВ № 447 представляет собой двухэтажное панельное здание, состоящее из трех блоков. Для организации воспитательно-образовательной работы с детьми в детском саду имеются: музыкально-спортивный зал, кабинет

педагога-психолога, логопедический кабинет, методический кабинет, библиотека, оборудована спортивная площадка.

2.2 Реализация организационно педагогических условий формирования имиджа дошкольной образовательной организации

Теоретический анализ психолого-педагогической литературы по проблеме адаптации ребенка к детскому саду позволил выделить педагогические условия адаптации детей раннего возраста к условиям дошкольной образовательной организации:

Для успешного формирования имиджа дошкольной образовательной организации нами были выдвинуты следующие условия:

1. Повышение компетенции педагогов;
2. Создание внешних компонентов имиджа (символа, эмблемы и ритуалов);
3. Создание блогов каждой группы.

Рассмотрим реализацию условий:

1. Повышение компетенции педагогического состава ДОО.

Проект «Обеспечение повышения профессионального мастерства педагогов в условиях реализации ФГОС дошкольного образования».

Цель проекта: создание условий, способствующих повышению профессионального мастерства педагогов в условиях реализации ФГОС дошкольного образования.

В рамках сформулированной цели выделены задачи, определяющие содержание деятельности педагогического коллектива ДОО:

- кадровое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов;

- организационное обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов;

- материально-техническое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов;

- финансово-экономическое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов;

- информационное обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов;

- научно-методическое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов.

Мероприятия по реализации задач:

Задача 1. Кадровое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов:

Выявление профессиональной компетентности и готовности педагогического коллектива к внедрению ФГОС ДО.

Организация курсов повышения квалификации педагогических работников на уровне ДОО и на муниципальном уровне.

Корректировка тем самообразования педагогов.

Задача 2. Организационное обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов:

Включение в годовой план работы постоянно действующих семинаров, мастер-классов по повышению профессионального мастерства педагогов по вопросам внедрения ФГОС ДО.

Контроль в оценке уровня профессиональной компетентности, с целью оказания помощи в совершенствовании профессиональной деятельности.

Задача 3. Материально-техническое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов:

Поиск дополнительных средств для обеспечения курсовой подготовки педагогов, привлечение внебюджетных средств.

Задача 4. Финансово-экономическое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов:

Внесение изменений в Положение «Об оплате труда»:

- курсовая подготовка
- рабочая группа по разработке ООП
- проблемные группы;
- создание развивающей предметно-пространственной среды в ДОО.

Задача 5. Информационное обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов:

Размещение материалов из опыта работы педагогов на сайте ДОО.

Размещение материалов работы педагогов в научных сборниках, средствах массовой информации.

Задача 6. Научно-методическое обеспечение процесса повышения профессионального мастерства педагогов:

Участие педагогов в методической работе ДОО.

Участие педагогов в профессиональных конкурсах.

2. Рассмотрим следующее условие: создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО.

Проект «Создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО».

Ведущие идеи проекта:

В структуру имиджа образовательной организации нами были включены также и элементы, несущие символическую нагрузку: название, символ, эмблема, ритуалы.

Под внешней атрибутикой понимают слова, лозунги, действия, предметы, которые использует образовательная организация, чтобы сделать более ясными его задачи и цели, быть узнаваемым на рынке.

Большую роль играет название дошкольной образовательной организации, которое должно быть привлекательным для широких слоев потребителей образовательных услуг, вызывать положительные эмоции и ассоциации с домом, добротой, теплом.

Удачным ходом в формировании имиджа ДОО было бы размещение миссии детского сада на самом видном месте, чтобы потенциальные потребители образовательных услуг могли получить первоначальное представление о том, что можно ожидать от данной образовательной организации.

Ритуалы – это действия, которые люди выполняют по религиозным, светским, традиционным мотивам, и которые сопровождают человечество с начала эволюции. С течением времени некоторые ритуалы уходят в небытие, некоторые претерпевают изменения, появляются новые, но как и тысячелетия назад соблюдение ритуалов направлено на то, чтобы помочь индивиду приобрести определенный статус в обществе, войти в социум, занять там свое определенное место. Можно сказать, что жизнь человека – от рождения и до кончины – сопровождается множеством ритуалов и если мы их принимаем и исполняем, то общество нас принимает, оказывает нам помощь и поддержку, признает нас полноправными субъектами. Формирование человека, как члена общества, начинается с семьи. Именно здесь закладываются основы нравственности и одним из факторов их усвоения становятся ритуалы, направленные на создание положительного имиджа (пожелание здоровья при встрече, пожатие рук, выражение благодарности за какую-либо услугу и т. д.).

С образованием любого института социализации возникают новые ритуалы. Создание семьи привело к появлению таких ритуалов, как бракосочетание, наречение ребенка и т.д. Школа, как еще один социальный институт, богата своими ритуалами – праздник букваря, последний звонок, выпускной бал, и т. д.

Дошкольные организации долгие годы не являлись социальными институтами, и дошкольное детство считалось промежуточным звеном от рождения и до школьного возраста. И только сейчас, с принятием Федерального Государственного стандарта, детство рассматривается «как период жизни значимый сам по себе, без всяких условий; значимый тем, что происходит с ребенком сейчас, а не тем, что этот период есть период подготовки к следующему периоду», т.е. дошкольное детство – это самостоятельный, самодостаточный этап жизни человека, столь же, а может и более важный для становления личности, его социализации.

Детский сад – особая страна с особыми гражданами. Как и в любой стране, здесь свои законы, традиции, правила, ритуалы. И все они направлены на осуществление главной цели – вырастить здорового, компетентного, коммуникабельного, гуманного гражданина своей Родины. И задача всех взрослых, участвующих в этой великой миссии, – создать условия для роста и развития маленького человека, помочь всеми возможными способами пройти начальный путь социализации, научиться находить общий язык с окружающим миром. Каждое дошкольное учреждение старается внести свою лепту в многогранный процесс, который зовется воспитанием.

Нами было предложено воспитателям проводить такой ритуал. К обычным играм и тренингам на развитие коммуникативных навыков, было решено добавить не совсем традиционный тактильно-вербальный прием. Он

прост, но достаточно эффективен. После зарядки и гигиенических процедур группа рассаживалась на стульчики для проведения артикуляционной и пальчиковой гимнастик, но перед этим обязательный утренний ритуал - детям предлагалось взяться за руки, поздороваться, улыбнуться и пожелать сидящему рядом доброго дня, хорошего настроения.

Цель проекта: разработка символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО.

В рамках сформулированной цели выделены задачи, определяющие содержание деятельности педагогического коллектива ДОО:

Мероприятия по реализации задач:

Задача 1. Изучение структуры и сведений о организации;

Задача 2. Выделение характерных особенностей учреждения для создания символа, эмблемы;

Задача 3. Анализ введенных ритуалов в ДОО, разработка и внедрения нового ритуала.

Воспитатели отметили, что первое время возникали трудности - дети не хотели брать за руки, стеснялись произносить пожелания, но прошло совсем немного времени и этот процесс вызвал неподдельный интерес, и ребята не только с удовольствием выполняли эти действия, но и вносили новшества. Теперь, кроме рукопожатий и добрых пожеланий, для создания положительной эмоциональной обстановки, дошколята могут соорудить друг другу смешные рожицы, поделиться горсткой радости с теми из детей, кто пришел утром в плохом настроении.

Таким образом, создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО является эффективным средством формирования имиджа дошкольной образовательной организации.

Третье условие: создание блогов каждой группы.

Исходя из анализа бесед с родителями было выделено, то, что у детского сада обязательно должен быть блог.

1. На блоге могут размещаться: сетка занятий с детьми, планы, режим дня, меню на неделю, объявления.

2. Общение с родителями посредством блога: объявления, запросы, важная информация.

3. Тексты песен, стихотворений. Родителей просят учить с детьми тексты песен. Тексты напечатаны, висят в папке на стенде, копию сделать нельзя. Можно переписать, но в связи с отсутствием у родителей свободного времени, это сложноосуществимо.

4. Размещение фотографий и, по возможности, видео.

5. Анкеты, опросники для родителей. Все знают, что педагоги заполняют множество бумаг. Детский сад не исключение и каждые месяца 2-3 родители получают на руки разные анкеты, которые надо заполнить. Родители уносят их домой и забывают. А воспитатели каждый день просят. Но есть альтернатива: в Гугл форме создать анкету, и поставить на блог, и ответы родителей собираются все у воспитателя в одной табличке.

6. Жизнь группы. В группе же каждый день происходит что-то интересное: смешные детские шутки, первые слова, хорошие поступки, лучшие рисунки; как они кушают, спят, играют. Можно каждый день отправлять по одному сообщению о чем-то интересном. И родители комментировали бы, спрашивали, интересовались.

В рамках данного условия руководству детского сада был предложен проект «Создание информационной образовательной среды в ДОО»

Ведущие идеи проекта:

В настоящее время главным направлением в работе дошкольной образовательной организации является реализация федерального

государственного образовательного стандарта дошкольного образования. На фоне активно развивающихся процессов информатизации образования, не вызывает сомнений целесообразность использования ИКТ в образовательном процессе дошкольной образовательной организации. Использование ИКТ-технологий в работе с дошкольниками, обеспечивает формирование у них предпосылок мотивационной, интеллектуальной и операциональной готовности к жизни в информационном обществе. А объем и содержание их использования должны быть определены в основной образовательной программе ДОО.

Основными целевыми установками должны стать:

- реализация основной образовательной программы, обеспечивающей равные стартовые возможности и преемственность дошкольного и начального образования в условиях информатизации системы образования;
- формирование информационной культуры всех участников образовательных отношений;
- создание оптимальных технических, психолого-педагогических и методических условий для успешного использования ИКТ-технологий.

При планировании и реализации проекта будем руководствоваться следующими ключевыми положениями:

1. Современное общество – это информационное общество. Сегодня информация выступает главным ресурсом научно-технического и социально-экономического развития мирового сообщества, играет значительную роль в процессах образования, культурного общения между людьми, а также в других социальных областях. Включение современных информационных технологий в сферу образования создает возможности повышения качества образования, организации новых форм взаимодействия различных субъектов

в процессе образования, его индивидуализации и дифференциации, совершенствования управления образовательным процессом.

2. Сегодня система образования, в т.ч. дошкольное образование, нуждается в оснащении самыми современными техническими средствами обучения, информационно-коммуникационными технологиями, интерактивными компьютерными устройствами и медийным оборудованием. Но процесс развития технической базы одновременно должен сопровождаться и ее информационным насыщением, формируя информационно-коммуникационную среду. И перед образовательными организациями стоит не только задача адекватного использования технического оборудования, но и наполнения информации духовным содержанием, отвечающим российским культурно-историческим традициям,

3. Использование ИКТ в образовательном процессе должно строиться на безусловном учете возрастных возможностей и особенностей детей дошкольного возраста. Ведь далеко не всегда информационно-коммуникационная среда организована в интересах развития и образования детей. Информационные технологии, являющиеся важным фактором обогащения интеллектуального и эмоционального развития ребенка, катализатором развития его творческих способностей, могут использоваться в образовательном процессе наравне с традиционными средствами развития и воспитания детей через игру, конструирование, художественную и другие виды деятельности, но ни в коем случае не заменять их.

4. Информатизация управления ДОО – это процесс информационного обеспечения управления с использованием современных информационных технологий как управленческого ресурса. В процессе внедрения ИКТ в управление ОО возникает ряд проблем: технических, организационных и

психологических, решение которых и обеспечит эффективность управленческой деятельности.

Цель проекта: создание интегрированной информационной образовательной среды в ДОО, обеспечивающей повышение качества дошкольного образования на основе использования в образовательном процессе информационно-коммуникационных технологий, гармонично сочетающихся с традиционными, прежде всего, игровыми, а также качественное и эффективное информационное обеспечение деятельности всех участников образовательных отношений и управленческой деятельности.

В рамках сформулированной цели выделены задачи, определяющие содержание деятельности педагогического коллектива ДОО:

1. Создание оптимальных технико-технологических условий для эффективного использования ИКТ-технологий в образовательной и управленческой деятельности.

2. Интеграция информационно-коммуникационной среды в развивающую предметно-пространственную среду дошкольной образовательной организации

3. Повышение эффективности использования информационных компьютерных технологий в образовательном процессе дошкольной образовательной организации.

4. Создание эффективной системы информационного обеспечения управленческой деятельности.

5. Повышение уровня информационной культуры всех участников образовательных отношений.

6. Организация информационного взаимодействия с родителями воспитанников посредством сайта дошкольной образовательной организации.

Ожидаемые результаты реализации проекта:

- эффективное использование возможностей интегрированной информационной образовательной среды всеми участниками образовательных отношений в ДОО;
- создание эффективной системы информационного обеспечения образовательной и управленческой деятельности;
- высокий уровень информационной культуры участников образовательных отношений.

Мероприятия по реализации задач:

Задача 1. Создание оптимальных технико-технологических условий для эффективного использования ИКТ-технологий в образовательной и управленческой деятельности:

Оснащение современными техническими средствами обучения, интерактивными компьютерными устройствами и медийным оборудованием, соответствующие нормативным требованиям и возрастным особенностям детей дошкольного возраста.

Оснащение рабочих мест управленческого персонала компьютерной техникой и соответствующим программным обеспечением.

Создание и пополнение базы цифровых обучающих ресурсов медиатеки, включающей различные информационные ресурсы (аудио, видео – материалы, электронные материалы познавательного и развивающего характера, электронные программно-методические комплексы, электронные энциклопедии, книги, развивающие игры и пособия и др.).

Создание и пополнение базы информационно-поисковых, справочно-правовых и др. систем.

Приобретение программного обеспечения и средств информатизации по различным направлениям работы: графические и текстовые редакторы, электронные таблицы, электронная почта, электронные конференции, видеоконференции, интернет, телекоммуникации, статистические программы.

Обеспечение доступа сотрудников ДОО к глобальным информационным ресурсам.

Введение в штатное расписание ДОО (привлечение на условиях гражданско-правового договора) специалиста, обеспечивающего обслуживание компьютерной техники и разработку программных средств.

Задача 2. Интеграция информационно-коммуникационной среды в развивающую предметно-пространственную среду дошкольной образовательной организации:

Разработка моделей интегрирования компьютерных устройств в традиционную предметно-пространственную среду.

Отбор программного обеспечения, развивающих компьютерных игр для дошкольников, отвечающих психолого-педагогическим, эргономическим и санитарно-гигиеническим требованиям.

Составление (систематизация) дидактических комплексов для использования в информационно-коммуникационной среде.

Составление картотеки компьютерных программ и игр с указанием их педагогической направленности и методическими рекомендациями по использованию в образовательном процессе.

Ведение каталогов цифровых образовательных Интернет-ресурсов, используемых в образовательной работе с детьми и родителями.

Обеспечение квалифицированного медико-психолого-педагогического сопровождения ребенка при использовании ИКТ-технологий.

Задача 3. Повышение эффективности использования информационных компьютерных технологий в образовательном процессе дошкольной образовательной организации:

Внедрение в образовательный процесс современных средств ИКТ-технологий.

Повышение качества образования дошкольников путем интеграции работы по образовательной программе и ИКТ-технологий.

Подготовка, систематизация мультимедийных презентаций учебно-методических материалов по различным образовательным областям ООПДО.

Разработка регламентов образовательной деятельности с использованием компьютерных устройств с учетом нормативных требований и особенностей основной образовательной программы.

Методическое сопровождение занятий и игр с использованием компьютерных устройств в рамках непосредственно образовательной деятельности, совместной и самостоятельной деятельности воспитанников.

Осуществление методической поддержки и разработка методических рекомендаций.

Использование информационных технологий как средства индивидуализации образовательной работы с воспитанниками ДОО.

Создание в ДОО информационного пространства по психолого-педагогическому сопровождению развития и образования детей.

Создание системы мониторинга освоения содержания основной образовательной программы воспитанниками ДОО.

Обобщение и диссеминация опыта внедрения информационных технологий в образовательный процесс ДОО.

Задача 4. Создание эффективной системы информационного обеспечения управленческой деятельности:

Создание локальной сети, обеспечивающей процессы управления в дошкольном образовательном учреждении с выходом в глобальную сеть интернет.

Разработка новых локальных актов, регламентирующих деятельность ДОО в условиях использования ИКТ-технологий (приказов, положений, правил).

Разработка автоматизированной информационной системы (АИС) учреждения (системы, содержащие базы данных с информацией о подсистемах управляемой организации).

Внедрение системы информационного обеспечения управленческих решений через создание баз данных различной тематической и функциональной направленности, координацию деятельности администрации ДОО.

Комплексный мониторинг эффективности деятельности дошкольной образовательной организации по различным направлениям.

Автоматизация административной и финансово-хозяйственной деятельности учреждений.

Введение системы электронного документооборота и контроля за его исполнением.

Использование ИКТ при ведении документации групп (планирование образовательной деятельности, посещаемость детей, сведения о родителях и т. д.).

Задача 5. Повышение уровня информационной культуры всех участников образовательных отношений:

Формирование информационной компетентности дошкольников путем интеграции работы по образовательной программе

Повышение уровня ИКТ - компетентности всего педагогического коллектива.

Подготовка педагогов к взаимодействию с ребенком в информационно-коммуникационной среде.

Повышение уровня информационной и методической культуры педагогических работников ДОО, сознательное использование ими информационных средств и технологий в собственной педагогической деятельности.

Проведение семинаров, практикумов, прохождение курсов повышения квалификации по подготовке педагогов к использованию ИКТ-технологий по различным направлениям образовательной деятельности в ДОО.

Повышение компетентности административно-управленческого персонала в части применения и эффективного использования информационных технологий в административной деятельности ДОО.

Задача 6. Организация информационного взаимодействия с родителями воспитанников посредством сайта дошкольной образовательной организации:

Расширение и обновление форм взаимодействия и сотрудничества с родителями с использованием современных электронных сервисов.

Осуществление мониторинга потребностей и удовлетворенности родителей содержанием и организацией взаимодействия посредством сайта ДОО.

Содержательное наполнение сайта, исходя из особенностей реализуемой образовательной программы и потребностей родителей воспитанников.

Создание интерактивных Интернет-ресурсов (блогов) по направлениям развития воспитанников на сайте ДОО.

Создание организационно-методических условий деятельности педагогов по осуществлению интерактивного взаимодействия с родителями.

Участие родителей в общественной оценке качества образовательной деятельности, услуг по присмотру и уходу в ДОО.

Резюмируя вышесказанное можно сказать, что блог группы детского сада должен быть. И родителей (не всех, конечно) привлечь к чтению, комментированию, а может и к соавторству блога не трудно, так как они на данном возрастном этапе ребенка еще очень им интересуются. Для детского сада блог группы – эффективный инструмент маркетинга, и отличная возможность наладить обмен информацией с родителями. В любом случае, современному детскому саду сайт необходим.

Таким образом, нами были реализованы организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации: повышение компетенции педагогов; создание внешних компонентов имиджа (символа, эмблемы и ритуалов); создание блогов каждой группы.

2.3 Анализ результатов исследования

Действующая система управления позволяет оптимизировать управление, включить в пространство управленческой деятельности значительное число педагогов, работников ДОО и родителей (законных представителей). Система управления в ДОО обеспечивает оптимальное сочетание традиционных и современных тенденций: программирование деятельности ДОО в режиме развития, обеспечение инновационного процесса в ДОО, комплексное сопровождение развития участников

инновационной деятельности, что позволяет эффективно организовать образовательное пространство ДОО.

В ДОО наблюдаются деловые отношения: сплочённость, инициативность, открытость, самокритичность, благоприятный психологический климат в коллективе.

Работа по обеспечению безопасных условий труда отмечается на оптимальном уровне.

Организация питания в ДОО соответствует санитарно-эпидемиологическим правилам и нормативам. Питание организовано в соответствии с примерным десятидневным меню, составленным с учетом рекомендуемых среднесуточных норм питания для детей от 3 до 7 лет. На основании утвержденного примерного меню ежедневно составляется меню-требование установленного образца с указанием выхода блюд для детей разного возраста. На каждое блюдо заведена технологическая карта. Выдача готовой пищи осуществляется только после проведения приемочного контроля бракеражной комиссией. Процент выполнения норматива по продуктам питания - 92,2% (за аналогичный период прошлого года - 88,2%).

Структура и механизм управления ДОО определяют стабильное функционирование. Демократизация системы управления способствует развитию инициативы всех участников образовательного процесса.

Система работы с педагогическими кадрами ориентируется на реализуемую образовательную программу, которая определяет формы, методы и содержание деятельности каждого педагога и всего педагогического коллектива в целом. В основе этой системы лежит диагностика профессиональной деятельности педагогов, позволяющая оценить компетентность каждого педагога, выявить его запросы и потребности.

В настоящее время в ДОО вакансий нет. Образовательный процесс осуществляют 32 педагога. Наблюдается незначительная текучесть кадров, что связано со сменой места жительства педагогов.

По стажу работы педагогический коллектив представляет собой сочетание опытных и начинающих педагогов, что позволяет сохранять и передавать традиции, способствует обмену опытом и повышению профессионализма работников внутри образовательной организации. Вместе с тем наблюдается значительное преобладание педагогов с небольшим стажем, что говорит об обновлении коллектива.

Педагогический коллектив отличается большим творческим потенциалом, большая часть педагогов находятся в творческом поиске, повышая свой профессиональный уровень через самообразование. Наблюдается устойчивая тенденция повышения квалификационного уровня педагогов по собственной инициативе.

Данные о профессиональном уровне педагогов приведены в таблицах.

Кадровое обеспечение

Таблица 1

Категории педагогических и руководящих работников	Количество педагогов	Потребность
Заведующий	1	-
Заместитель заведующего	1	-
Воспитатель	26	-
Педагог-психолог	1	-
Инструктор по физическому воспитанию	1	-
Музыкальный руководитель	1	-
Учитель-логопед	1	-

Профессиональный уровень педагогов

Таблица 2

Уровень образования	Количество педагогов %	
	2015-2016	2016-2017
Высшее образование	16	18
Незаконченное высшее образование	0	0
Среднее профессиональное педагогическое образование	13	14
Среднее образование	0	0

Квалификационный уровень педагогов

Таблица 3

Квалификационная категория	Количество педагогов	
	2015-2016	2016-2017
Высшая	9	12
Первая	18	18
Без квалификационной категории	2	0

Стаж работы педагогов ДОО остался без изменений

Таблица 4

Педагогический стаж (полных лет)	Количество педагогов	%
1 - 3 года	5	17,2
3 - 5 лет	3	13,8
5 -10 лет	3	6,9
10 -15 лет	4	6,9
15 - 20 лет	5	20,7
20 и более лет	9	24,1

В дошкольной организации создана система повышения профессиональной квалификации педагогов, постоянно совершенствуются условия для профессиональной самореализации всех педагогов.

Каждому педагогу предоставлена возможность повысить свою квалификацию через различные формы обучения: очные и дистанционные курсы повышения квалификации в ГБОУ ДПО ЧИППКРО, ФГБОУ ВПО ЧГПУ, ГБОУ ДПО «УМЦ г. Челябинска», семинары, вебинары, городские методические объединения, внутрифирменное повышение квалификации, обеспечение методической и периодической литературой и др.

Повышение квалификации педагогических и руководящих кадров

Таблица 5

Место прохождения	Направление курсовой подготовки	Количество человек
ГБОУ ДПО ЧИППКРО	- «Педагогическая деятельность в условиях реализации федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования»	2 человека (6,8 %)
	- «Содержание и методы психолого-педагогического сопровождения образовательного процесса»	1 человек (3,4%)
ГБОУ ВПО ЧГПУ	«Современные педагогические технологии развития детей в условиях ФГОС ДО»	5 человек (17,2%)
МБУ ДПО «УМЦ г. Челябинска»	- «Базовые информационно-коммуникативные технологии в деятельности специалиста»	5 человек (17,2%)
	- «Блог как эффективный инструмент создания электронного портфолио специалиста»	2 человек (6,8%)
	- «Использование Лего-технологий в образовательном процессе ДОО в условиях реализации ФГОС ДО»	2 человека (6,8%)
	- «Рисуем на компьютере»	1 человек (3,4%)
	- «Внутренняя система оценки качества дошкольного образования»	2 человека (6,8%)
	- «Реализация программы развития ДОО в рамках годового планирования деятельности руководителя»	1 человек (3,4%)

В соответствии с графиком аттестации и поданными заявлениями педагоги ДОО систематически проходят аттестацию. В 2015-2016 учебном году на высшую категорию аттестовано 4 педагога (13,7%), на первую - 5 педагогов (17,2%). В 2016-2017 на высшую категорию аттестовано 3 педагога (9,3%), на первую - 7 педагогов (21,8%).

Одним из актуальных направлений работы по внутрифирменному повышению квалификации является работа по самообразованию педагогов. В ДОО организована работа по обмену опытом через показ открытых форм работы с детьми.

Педагоги детского сада являются участниками районных методических объединений: РМО музыкальных руководителей - 1 педагог, РМО учителей-логопедов – 1 педагог, РМО педагогов-психологов – 1 педагог, РМО воспитателей - 4 педагога.

Уровень квалификации педагогического персонала ДОО позволяет качественно спланировать и организовать образовательный процесс и получить максимально возможные образовательные результаты.

В ДОО создан благоприятный психологический микроклимат. Разработана система материального стимулирования педагогов на ведение инновационной деятельности, на участие в муниципальных конкурсах.

Показатели, характеризующие имидж ДОО

Таблица 6

№	Показатели	Количественная оценка показателя	
		2015-2016	2016-2017
1	Образовательная деятельность		
1.1	Общая численность воспитанников, осваивающих образовательную программу дошкольного образования, в том числе:	302	351
1.1.1	В режиме полного дня (8 - 12 часов)	296	341
1.1.2.	В режиме кратковременного пребывания (3 - 5 часов)	6	10
1.2	Общая численность воспитанников в возрасте до 3 лет	58	60
1.3	Общая численность воспитанников в возрасте от 3 до 8 лет	244	291
1.4	Численность/удельный вес численности воспитанников в общей численности воспитанников, получающих услуги присмотра и ухода:	302/100%	351/100%
1.4.1	В режиме полного дня (8 - 12 часов)	296/99%	341/97%
1.5	Общая численность педагогических работников, в том числе:	29	32
1.5.1	Численность/удельный вес численности педагогических работников, имеющих высшее образование	16/55,1%	18
1.5.2	Численность/удельный вес численности педагогических работников, имеющих высшее образование педагогической направленности (профиля)	15/51,7%	18
1.5.3	Численность/удельный вес численности педагогических работников, имеющих среднее профессиональное образование	13/44,8%	14
1.5.4	Численность/удельный вес численности педагогических работников, имеющих среднее профессиональное образование педагогической направленности (профиля)	13/44,8%	14

1.6	Численность/удельный вес численности педагогических работников, которым по результатам аттестации присвоена квалификационная категория, в общей численности педагогических работников, в том числе:	27/93,1%	31
1.6.1	Высшая категория	9/31%	12
1.6.2	Первая категория	18/62%	18
1.7.	Численность/удельный вес численности педагогических работников в общей численности педагогических работников, педагогический стаж работы которых составляет:		
1.7.1	До 5-ти лет	7/27%	7
1.7.2	Свыше 30-ти лет	0/0%	0
1.8	Численность/удельный вес численности педагогических работников в общей численности педагогических работников в возрасте до 30 лет	8/30%	9
1.9	Численность/удельный вес численности педагогических работников в общей численности педагогических работников в возрасте от 55 лет	0/0%	1
1.10	Численность/удельный вес работников, прошедших за последние 5 лет повышение квалификации/профессиональную переподготовку по профилю педагогической деятельности или иной осуществляемой в образовательной организации деятельности, в общей численности педагогических и административно-хозяйственных работников	100/100%	100
1.11	Численность/удельный вес численности работников, прошедших повышение квалификации по применению в образовательном процессе федеральных государственных образовательных стандартов в общей численности педагогических и административно-хозяйственных работников	8/27.5%	10

1.12	Соотношение «педагогический работник/воспитанник» в дошкольной образовательной организации	29/302	32/351
1.13	Наличие в образовательной организации следующих педагогических работников:		
1.13.1	Музыкальный руководитель	2	2
1.13.2	Инструктор по физической культуре	1	1
1.13.3	Учитель-логопед	1	1
1.13.4	Педагог-психолог	1	1
2	Инфраструктура		
2.1	Площадь помещений для организации дополнительных видов деятельности воспитанников	0	0
2.1	Наличие физкультурного зала	0	0
2.1	Наличие музыкального зала	1	1
2.1	Наличие прогулочных площадок, обеспечивающих физическую активность и разнообразную игровую деятельность воспитанников на прогулке	12	12

Таким образом, за период 2016-2017 год повысился уровень профессиональной компетенции у всех педагогических работников, педагоги посетили различные курсы, которые были запланированы в проекте. Повысилось количество детей поступивших во ДОО.

Помимо комплексного анализ ДОО, нами был проведен мониторинг изучение мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования.

Приведем сводные результаты, полученные в ходе мониторинга 2015-2016 гг. и 2016-2017 гг.

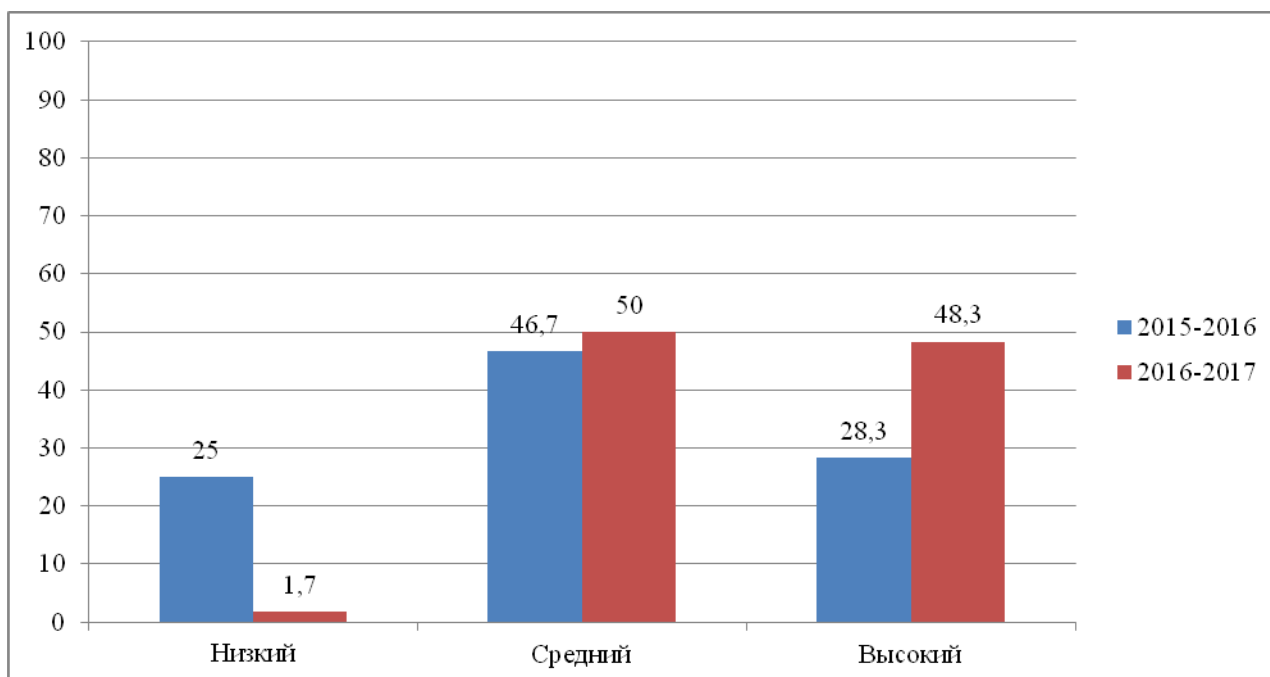


Рисунок 11 – Результаты мониторинга изучения мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования

Из результатов видно, что удовлетворенность качеством образования повысилась на 23,3%. Половина родительского состава удовлетворена работой детского сада, а это значит, что имидж организации повысился. Родители отмечают повышенный интерес детей к детскому саду, качество сайта и особенно выделялись блоги групп. Родители прописывали в анкетах, что удобно отслеживать жизнь ребенка вне дома, смотреть фотографии, занятия. К концу учебного года, и можно с уверенностью сказать, что работа дала свои плоды - дети энергичны, коммуникабельны, в группе доброжелательная, активно-игровая обстановка. Конечно, дети есть дети, без ссор и слез не обходится, и как приятно видеть, когда ребяташки без просьб и подсказок подходят к плачущему или обидевшемуся ребенку, гладят его по голове, складывают руки лодочкой и протягивают их, предлагая таким образом, горсточку своего хорошего настроения. Очень заметно, как

изменился способ общения детей с родителями. Иногда слышно, как при расставании, ребенок говорит родному человеку: «Я желаю тебе доброго дня и дарю частичку хорошего настроения на весь день». Родители, конечно, удивлены и растроганы, а мы знаем, что это результат нашей работы и раз уж данный прием положительно влияет на эмоциональное развитие ребенка, его социализацию, коммуникативность, нравственное поведение, то и дальше будем продолжать работу в этом направлении. Отдельно родители прописывали пожелание о развитии материально-технической базы и пространственно-развивающей среды, что определит ход развития организации на последующие годы.

Проведем статистический анализ полученных результатов.

Гипотезы U - критерия Манна-Уитни:

H_0 : Уровень имиджа ДОО на констатирующем этапе не ниже уровня имиджа ДОО на контрольном этапе.

H_1 : Уровень имиджа ДОО на констатирующем этапе ниже уровня имиджа ДОО на контрольном этапе.

Сумма рангов констатирующего = 2916,5, сумма рангов контрольного этапа 4343,5. Проводим расчеты по формулам.

Результат: $U_{\text{эмп}} = 1086,5$

Критические значения

$U_{\text{кр}}$	
$p \leq 0.01$	$p \leq 0.05$
1356	1486

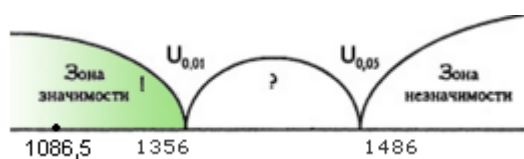


Рисунок 12. Ось значимости

Полученное эмпирическое значение $U_{\text{эмп}}(1086,5)$ находится в зоне значимости. Это значит, что принимается гипотеза H_0 о наличии различий.

В связи с этим, можно сказать, что гипотеза о том, что формирование имиджа дошкольной образовательной организации будет успешным, если будут реализованы организационно-педагогические условия: Повышение компетенции педагогического состава ДОО; создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО; создание блогов каждой группы.

Таким образом, за период 2016-2017 год повысился уровень профессиональной компетенции у всех педагогических работников, педагоги посетили различные курсы, которые были запланированы в проекте. Повысилось количество детей поступивших во ДОО. Мониторинг изучения мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования показал, что только 1,7% родителей не удовлетворены качеством работы ДОО и считают имидж организации низким, остальные родители отмечают высокое качество предоставления образовательных услуг, уровень профессиональной подготовки воспитателей. Отдельно родители прописывали пожелание о развитии материально-технической базы и пространственно-развивающей среды, что определит ход развития организации на последующие годы.

Выводы по второй главе

1. Целью опытно-поисковой работы по формированию имиджа дошкольной образовательной организации явилось: апробировать организационно-педагогические условия, обеспечивающие формирование имиджа Муниципальной бюджетной дошкольной образовательной организации «Детский сад № 447 г. Челябинска». Опытно-поисковая работа

по формированию имиджа дошкольной образовательной организации включало в себя три этапа: констатирующий, формирующий, контрольный этапы. В ходе анализа выявлено, что приоритетной деятельностью детского сада является художественно-эстетическое развитие детей. Большое внимание специалисты уделяют созданию условий, способствующих полноценному физическому развитию наших воспитанников. Немаловажным для нас является формирование стабильной образовательной среды. МБДОУ ДС КВ № 447 представляет собой двухэтажное панельное здание, состоящее из трех блоков. На первом этаже здания расположены группы для детей в возрасте до 3 лет, группа для детей с туберкулезной интоксикацией, пищеблок, медицинский кабинет, кабинет заведующего. Для организации воспитательно-образовательной работы с детьми в детском саду имеются: музыкально-спортивный зал, кабинет педагога-психолога, логопедический кабинет, методический кабинет, библиотека, оборудована спортивная площадка.

2. Были реализованы организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации: повышение компетенции педагогов; создание внешних компонентов имиджа (символа, эмблемы и ритуалов); создание блогов каждой группы.

3. Результаты исследования показали, что за период 2016-2017 год повысился уровень профессиональной компетенции у всех педагогических работников, педагоги посетили различные курсы, которые были запланированы в проекте. Повысилось количество детей поступивших в ДОО. Мониторинг изучения мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования показал, что только 1,7% родителей не удовлетворены качеством работы ДОО и считают имидж организации низким, остальные родители отмечают высокое качество

предоставления образовательных услуг, уровень профессиональной подготовки воспитателей. Отдельно родители прописывали пожелание о развитии материально-технической базы и пространственно-развивающей среды, что определит ход развития организации на последующие годы.

Заключение

В ходе достижения цели исследования были решены поставленные нами задачи. Анализ литературы и опытно-поисковая работа позволили нам сделать следующие выводы:

1. Под имиджем образовательной организации понимается сложившийся в сознании большой группы людей эмоционально окрашенный образ, определяемый соотношением между различными сторонами его деятельности и транслируемого во внешнюю среду.

С понятием имиджа тесно связано и репутация образовательной организации, которая складывается из нескольких составляющих и которая удерживается в массовом сознании долгие годы. Отличие имиджа от репутации, на наш взгляд, заключается именно в том, что репутация является итогом построения имиджа (Е.А.Лешина, Л.А.Зуева, И.Р.Лазаренко).

2. Основные этапы формирования имиджа: анализ внешней среды; выделение целевой группы, к которой будет обращен имидж; анализ внутренних ресурсов; определение задач и их классификация (содержательные организационно – результативные); мотивация участников проекта; ролевое распределение; выявление соотношения между составляющими имиджа: научный, образовательный, общественный имидж на рынке труда; определение принципов формирования имиджа; разработка технологии формирования каждой составляющей имиджа; анализ соответствия полученного имиджа с желаемым результатом.

3. Для успешного формирования имиджа дошкольной образовательной организации нами были выдвинуты следующие условия: повышение компетенции педагогов; создание внешних компонентов имиджа (символа, эмблемы и ритуалов); создание блогов каждой группы.

4. Целью опытно-поисковой работы по формированию имиджа дошкольной образовательной организации явилось: апробировать организационно-педагогические условия, обеспечивающие формирование имиджа Муниципальной бюджетной дошкольной образовательной организации «Детский сад № 447 г. Челябинска». Опытно-поисковая работа по формированию имиджа дошкольной образовательной организации включало в себя четыре этапа: подготовительный, констатирующий, формирующий, контрольный этапы.

В ходе анализа выявлено, что приоритетной деятельностью детского сада является художественно-эстетическое развитие детей. Большое внимание специалисты уделяют созданию условий, способствующих полноценному физическому развитию наших воспитанников. Немаловажным для нас является формирование стабильной образовательной среды. МБДОУ ДС КВ № 447 представляет собой двухэтажное панельное здание, состоящее из трех блоков. На первом этаже здания расположены группы для детей в возрасте до 3 лет, группа для детей с туберкулезной интоксикацией, пищеблок, медицинский кабинет, кабинет заведующего. Для организации воспитательно-образовательной работы с детьми в детском саду имеются: музыкально-спортивный зал, кабинет педагога-психолога, логопедический кабинет, методический кабинет, библиотека, оборудована спортивная площадка.

5. Были реализованы организационно-педагогические условия формирования имиджа дошкольной образовательной организации: повышение компетенции педагогического состава ДОО; создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО; создание блогов каждой группы.

6. Результаты исследования показали, что за период 2016-2017 год повысился уровень профессиональной компетенции у всех педагогических

работников, педагоги посетили различные курсы, которые были запланированы в проекте. Повысилось количество детей поступивших во ДОО. Мониторинг изучения мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования показал, что только 1,7% родителей не удовлетворены качеством работы ДОО и считают имидж организации низким, остальные родители отмечают высокое качество предоставления образовательных услуг, уровень профессиональной подготовки воспитателей. Отдельно родители прописывали пожелание о развитии материально-технической базы и пространственно-развивающей среды, что определит ход развития организации на последующие годы.

Гипотеза о том, что формирование имиджа дошкольной образовательной организации будет успешным, если будут реализованы организационно-педагогические условия: повышение компетенции педагогического состава ДОО; создание символа, эмблемы и ежегодных ритуалов ДОО; создание блогов каждой группы.

Библиографический список

1. Акопян М. С. Значимость имиджа для организации. Корпоративная идентичность // Молодой ученый. - 2017. - №19. - С. 113-115.
2. Алексеева Т. А. Формирование имиджа образовательной организации // Педагогическое обозрение. – 2016. - № 4 (167). - С. 4-7
3. Алешина, И. В. Корпоративный имидж: стратегический аспект [Текст] / И. В. Алешина // Маркетинг. - 2013.
4. Андриюшина Н. В. Формирование имиджа руководителя ДОО в рамках программы повышения квалификации // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. 2015. №2 (23). С.79-85
5. Анкета «Изучение мнения родителей (законных представителей) о качестве оказания услуг дошкольного образования» // МБУ ДПО УМЦ URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd7SduW0MYvERUshOW8Wt-CRvEvqUDwmKfGRqpB-jfaOpOoBQ/viewform> (дата обращения: 20.01.2015).
6. Антоненко А. В. Формирование имиджа организации // Молодой ученый. - 2017. - №9. - С. 387-388.
7. Беляева М. А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории : учебное пособие для вузов / М. А. Беляева, В. А. Самкова ; Урал. гос. пед. ун-т, Ин-т социал. образования. - Екатеринбург, 2016. - 182 с.
8. Богоявленский А. Е. Понятия «имидж», «репутация» и «образ» в контексте «Критики чистого разума» И. Канта // Альманах «Акценты». Воронеж. 2014. № 5-6.
9. Бозаджиев, В. Л. Внутренний имидж организации как инструмент управления персоналом [Текст] / В. Л. Бозаджиев // Современные инструменты управления человеческими ресурсами : теория и практика : материалы Международной научно-практической конференции,

посвященной 40-летию Челябинского государственного университета, в рамках Фестиваля науки и творчества ЧелГУ. Ч. 1 / под общ. ред. С. А. Репина, И. В. Пономаревой. - Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета, 2016. - С. 15-23.

10. Борисова Н. Б. Инновационная деятельность в дошкольной образовательной организации – залог ее конкурентоспособности на рынке образовательных услуг // *Universum: психология и образование*. - 2016. - №10 (28). - С.1-4

11. Буравлева И. М. Имидж дошкольного учреждения как стратегия достижения успеха // *Педагогическое обозрение*. – 2016. - № 4 (167). - С. 17-18

12. Важенина И. С. Имидж и репутация организации: экономическое содержание, формирование и оценка // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2010. № 2. С. 136–142.

13. Вертакова Ю. В., Согачева О. В. Связи с общественностью: учебное пособие (2-е изд., перераб. и доп.) // Старый Оскол: ТНТ, 2012. 316 с.

14. Габибова М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // *Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф.* (г. Москва, июнь 2015 г.). - М.: Буки-Веди, 2015. - 166 с.

15. Гамова С. В. Имидж дошкольной образовательной организации и его составляющие // *Челябинский гуманитарий*. - 2014. - №4 (29). - С.18-24

16. Гончарова И. Имидж - ключ к успеху / И. Гончарова. - Ростов н/Д. : Феникс, 2011. -285 с.

17. Гордина И.И. Имидж организации как объект управления / И.И. Гордина // *Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations*, № 1 (50). - 2017. - С.20-22.

18. Гуськова А. П. Популярный словарь русского языка. Толково-энциклопедический. 2-е изд., стереотип. М. : Рус. яз. Медиа, 2016. XIV, [II].
19. Давидсон-Пасечник, В. Технология имиджа [Текст] / В. Давидсон-Пасечник. - Кишинев : Улим, 2017.
20. Даниленко Л.В. Все об имидже: от подходов до рекомендаций // Маркетинг и маркетинговые исследования – 2007. - №4. - 292-304
21. Деревлева, М. Формирование имиджа руководителя [Текст] / М. Деревлева, М. Ульянова // Офис-менеджер. - 2012. - № 7-8. С. 42-47.
22. Зверинцев, А. Б. Формирование имиджа [Текст] / А. Б. Зверинцев // Коммуникационный менеджмент. - СПб., 2017. - 123 с.
23. Исаков, Т. Г. Имидж организации [Электронный ресурс] / Т.Г. Исаков. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 80 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87794>.
24. Каменская К. С. Основные составляющие имиджа организации с позиции представления об имидже ее сотрудников // Молодой ученый. - 2015. - №11. - С. 1730-1733.
25. Кричевец, А. Н. Математическая статистика для психологов [Текст] : учебник для вузов / А. Н. Кричевец, А. А. Корнеев, Е. И. Рассказова. - Москва : Академия, 2012. - 395 с.
26. Лазаренко И. Р. Формирование имиджа образовательной организации как управленческое новшество // Педагог. 2000, № 9.
27. Леонова Е. В. Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). - СПб.: Свое издательство, 2015. - С. 120-122.
28. Линючева М. В. Социальная программа управления имиджем организации // Вестник СГТУ. 2012. №1. С.190-194

29. Лукашенко М.А. Профессиональные компетенции руководителя как фактор конкурентоспособности компании. - М.: Синергия, 2017. - 10 с.
30. Малахеева Т. В. К вопросу об имидже преподавателя и имидже образовательной организации / Т. В. Малахеева // Социально-педагогическая деятельность в социуме: теория, практика, перспективы : сборник научных трудов VI Международных социально-педагогических чтений им. Б. И. Лившица, 14 ноября 2014 года : в 2 ч. / Урал. гос. пед. ун-т, Ин-т социал. образования. - Екатеринбург, 2014. - Ч. 1. - С. 62-67.
31. Манн И. Маркетинг на 100%. 2 изд. СПб. : Питер, 2016.
32. Марьясова Е. В. Формирование имиджа образовательной организации // Открытый урок. - <http://открытыйурок.рф/статьи/623010/>
33. Махова Е. В. Формирование позитивного имиджа дошкольной образовательной организации в современных условиях // Педагогическое обозрение. – 2016. - № 4 (167). - С. 14-15
34. Мещерякова, С. Ю. Ваш имидж [Текст] / С. Ю. Мещерякова. - М. : АСТ, 2011.
35. Мозолин А.В. Методика анализа имиджа и его положения в информационном пространстве. - Екатеринбург, 2004. – 44 с
36. Московичи С. Век толп: исторический трактат по психологии масс. М., 2011.
37. Муратова, И. А. Имидж как репрезентация социально-культурных отношений [Текст] : 09.00.11 - социальная философия : дис. . канд. филос. наук / И. А. Муратова. - Тюмень : [б. и.], 2014. - 144 с.
38. Нагога И. М. Позитивный имидж ДОО: особенности формирования [Текст] / И. М. Нагога // Практика управления ДОО. - 2013. - № 7. - С. 16-28

39. Николаева М. А. PR-деятельность по управлению репутацией дошкольной образовательной организации : теоретический аспект / Николаева Марина Алексеевна, Зубарева Елена Витальевна // Педагогическое образование в России. - 2016. - № 8. - С. 72-77.
40. Николаева М. А. Управление репутацией компании в сети // Вестник социально-гуманитарного образования и науки научно-практический журнал. 2015. № 1. С. 24-30.
41. Николаева М. А., Зубарева Е. В. Pr-деятельность по управлению репутацией дошкольной образовательной организации: теоретический аспект // Педагогическое образование в России. 2016. №8. С.72-77
42. Организационное поведение : учебник для вузов // под ред. Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой. СПб. : Питер, 2014.
43. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегии, психотехнологии, психотехники. М. : Омега, 2017.
44. Перелыгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие. М.: АспектПресс, 2002. Стр. 11–23.
45. Петрова Е. А. Психология имиджа: Наука или искусство? М., 2003.
46. Петрова Е. А. Психология имиджа: Психосемиотический подход / Е. А. Петрова // Психология как система направлений : ежегодник Российского психологического общества. -М., 2002. - Т. 9. - Вып. 2.
47. Пискунов М.С. Имидж образовательной организации: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании. 1999, № 5. С. 45.
48. Пискунова Т. Н. Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательной организации// [Электронный ресурс].

<http://www.dslib.net/psixologia-razvitja/uslovija-i-factory-formirovanija-pozitivnogo-imidzha-obweobrazovatelno-uchrezhdenija>.

49. Понукалина О. В. Социологические методы исследования имиджа организации // Вестник СГТУ. 2013. №1 (73). С.273-277
50. Почепцов, Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов [Текст] / Г. Г. Почепцов. - Киев, 2017.
51. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М. : Рефл-бук, 2014.
52. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М. : Рефл-бук; Киев : Ваклер, 2010.
53. Присяжнюк В. В. Имиджевая культура современной образовательной организации // Педагогическое обозрение. – 2016. - № 4 (167). - С. 8-10
54. Райков А. Имидж как инструмент управления / А. Райков // Информация и бизнес. - 2012. - N 2. - С. 37–41.
55. Саубанова Р. И. Имидж и имидж-риски современной образовательной организации [Текст] // Педагогическое мастерство: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2015 г.). - М.: Буки-Веди, 2015. - С. 24-27.
56. Сидорова А. С. Имидж как условие управления качеством поликультурного воспитания в дошкольном учреждении // Региональный подход к поликультурному образованию детей и молодежи: материалы Всероссийской научно-практической конференции/Под. ред Е. В.Клюевой, Т. В. Наумовой: Арзамас, Арзамасский филиал , 2016-с.518–522
57. Сидорова А. С. Управление созданием имиджа образовательной организации // Молодой ученый. - 2016. - №24. - С. 520-523.

58. Ситников, А. Имидж предприятия [Текст] / А. Ситников // Имидж контакт. - 2013.
59. Ситников, А. Репутация компании и управление персоналом [Текст] / А. Ситников // Имидж контакт. - 2013.
60. Согачева О. В., Плохих Е. А. Имидж вуза и особенности его коммерческого использования // Молодой ученый. 2014. № 16. С. 287–288.
61. Согачева О. В., Симоненко Е. С. Имидж организации как фактор и индикатор ее конкурентоспособности // Молодой ученый. - 2014. - №19. - С. 367-369.
62. Справочник старшего воспитателя дошкольного учреждения [Текст]. - 2010. - №
63. Томилова, М. В. Модель имиджа организации [Текст] / М. В. Томилова // Маркетинг. - 2017. - № 1.
64. Турилова Е. К., Завьялова О. И. Сайт ДОО, как инструмент независимой оценки качества дошкольного образования // Сборник материалов Ежегодной международной научно-практической конференции «Воспитание и обучение детей младшего возраста». 2016. №5. С.939-951
65. Утлик, Э. П. Практическая психология имиджа [Текст] / Э. П. Утлик // Вестник университета. Серия: социология и психология управления. - М. : ГУУ, 2016. - С. 71.
66. Фадеева, Е. И. Тайна имиджа [Текст] / Е. И. Фадеева. - М. : Европейский гуманитарный университет, 2012.
67. Черноморова О. Н. Авторитет преподавателя и его влияние на учебную успешность студентов / О. Н. Черноморова : дис. ... канд. мед. наук. - Л., 2016. - 190 с.

68. Шалагина Е. В. Имиджелогия. Создание корпоративного имиджа : учебное пособие / Е. В. Шалагина ; Урал. гос. пед. ун-т. - Екатеринбург, 2015. - 107 с.
69. Шепель, В. М. Имиджелогия [Текст] / В. М. Шепель. - М., 2016. - 175 с.
70. Щербаков, А.В. Имидж образовательной организации [Текст] / А.В. Щербаков // Справочник руководителя образовательной организации. 2008, № 9. С. 39 – 46.

Приложение 1

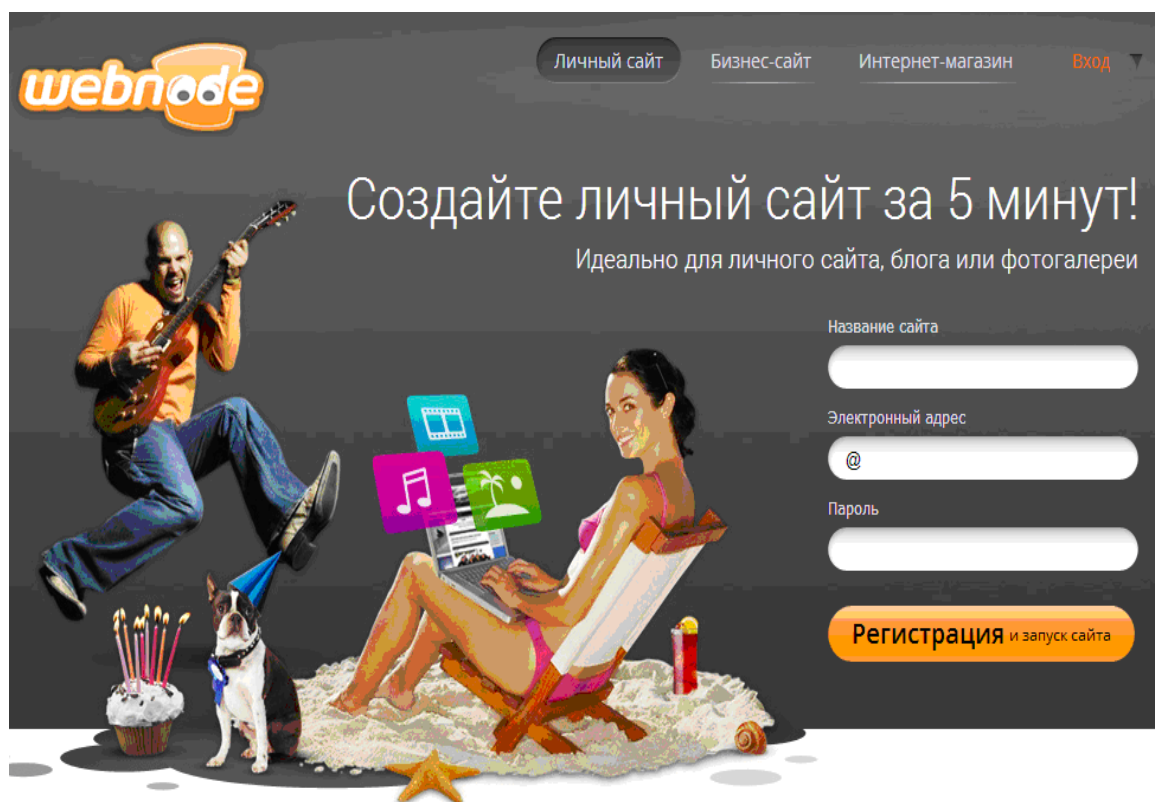
Статьи:

1. Фундаментальная и прикладная наука. Научный журнал «ЮУрГГПУ» №4(4) 2016. « К проблеме формирования имиджа дошкольной образовательной организации».

2. Реализация ФГОС ДО: опыт, проблемы, перспективы. Материалы I I I Всероссийской научно-практической конференции (г. Челябинск, 27 апреля 2017г.)

Участие в I I I Всероссийской научно-практической конференции «Реализация Федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования: опыт, проблемы, перспективы» (г. Челябинск, 27 апреля 2017г.)

Приложение 1

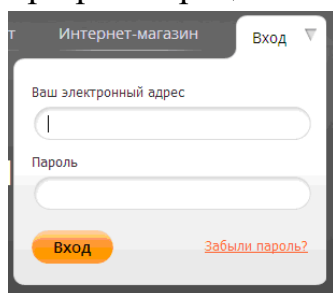


Практикум «Блог группы»

Методическое руководство

Первые шаги

1. Регистрация на сайте <http://www.webnode.ru>
 - 1.1. Ввести название сайта на английском (название потом не изменить), адрес электронной почты и пароль для сайта
2. Вас приветствует гид по регистрации
 - 2.1. Шаг 1. Информация о сайте:
 - А) Название сайта (оно будет высвечиваться в шапке сайта, в дальнейшем его можно изменять)
 - Б) Слоган, вводится по желанию, так же можно изменять в процессе работы
 - В) Язык (по умолчанию русский)
 - 2.2. Шаг 2. Выбрать шаблон (то есть вид Вашего сайта, можно изменить позднее)
 - 2.3. Шаг 3. Завершение. Выбор страниц которые Вы хотите создать (основные первые пять, в процессе работы над сайтом, можно добавлять и удалять страницы).
3. На следующем этапе Ваш сайт создается, после его создания Вас переносит на главную страницу, необходимо ввести во вкладку ВХОД данные: логин (адрес электронной почты) и пароль, которые Вы вводили при регистрации.



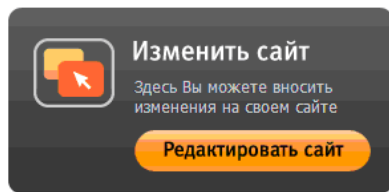
4. Далее Вы приходите на страницу «Мои проекты», на данной страницы высвечиваются все созданные Вами сайты, привязанные к Вашей электронной почте.

Тут же Вы можете

Создать новый сайт

- 4.1. Кликаете по клавише

Редактировать сайт



4.2.

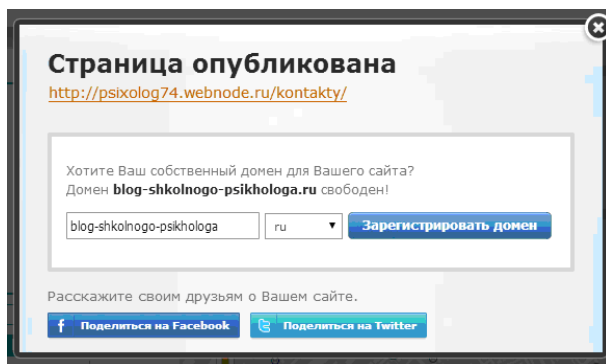
4.3. И переходите к редактированию

Основные моменты редактирования

Важно! После любого изменения на странице сверху появляется желтая

надпись

Если не нажать ПУБЛИКОВАТЬ, то изменения не сохраняться, после этого появляется окно



регистрировать домен не нужно, просто нажмите на крестик.

1. Редактирование блоков

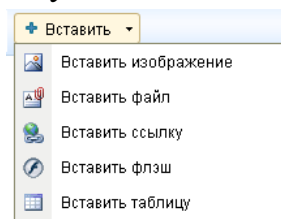
1.1. На Главной странице есть надпись



Нажимаем на ИЗМЕНИТЬ КОНТЕНТ и переходим на страницу редактирования, что же тут можно делать:



1.1.1. Редактирование и добавление текста. Вид, размер, цвет, наклон редактируется по принципу word.



1.1.2. Можно вставлять

1.1.3. Вставляем изображение с компьютера. Размер него можно редактировать таким образом: нажимаем правую клавишу мыши и выбираем СВОЙСТВА ИЗОБРАЖЕНИЯ, открывается редактор. Нас интересует в основном ширина и высота. Важно что бы ширина изображения не превышала 500 (высота меняется автоматически при закрытом замочке 🔒)

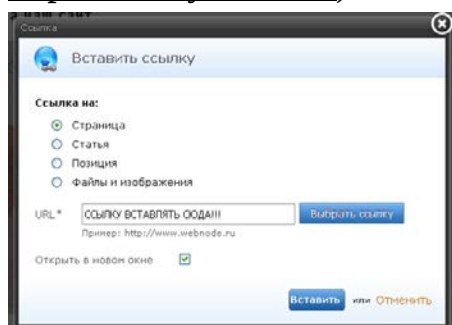
1.1.4. Также на изображение или текст можно прикрепить ссылку на сайт

1.1.4.1. Ссылка на изображении:

А) Выделяем изображение

Б) Кликаем на знак ссылки , либо ВСТАВИТЬ _ ВСТАВИТЬ ССЫЛКУ

В) Копируйте ссылку с нужного сайта (примерный вид ссылки <http://www.yandex.ru>) и вставляете ее в необходимое поле



Г) Ставим галочку ОТКРЫТЬ В НОВОМ ОКНЕ и клавишу ВСТАВИТЬ

Д) Сохраняем

1.1.4.2. Ссылку на на тексте вставлять аналогичным образом

1.2. Страница ФОТОГАЛЕРЕИ

По умолчанию первый и пока единственный фотоальбом называется ФОТОГАЛЕРЕЯ,

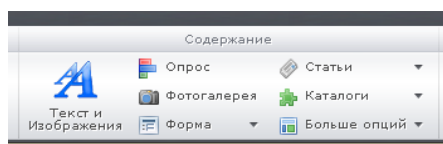


1.2.1. Как изменить название и добавить фото.

А) Нажимаем НАСТРОЙКИ и в ячейке НАЗВАНИЕ ГАЛЕРЕИ пишем необходимое название фотоальбома.

Б) Что бы загрузить изображение нажимаем ИЗМЕНИТЬ ГАЛЕРЕЮ и загружаем изображения (ресурс предоставляет 100 МБ поэтому размер изображения заранее нужно уменьшить)

1.2.2. Создаем новый фотоальбом:

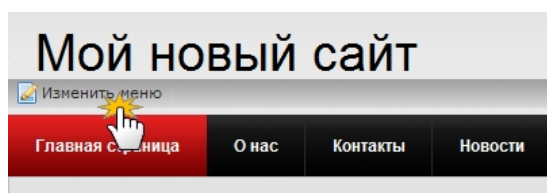


А) Сверху в блоке СОДЕРЖАНИЕ выбираем ФОТОГАЛЕРЕЯ

Б) Появляется вкладка НОВАЯ ФОТОГАЛЕРЕЯ там пишем необходимое название и добавляем фото

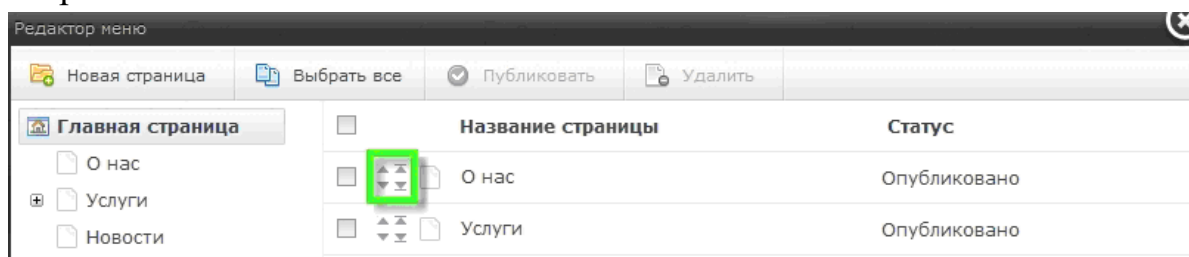
1.3. Добавление новых страниц в меню

1.3.1. Нажмите «Изменить меню» над меню Вашего сайта.

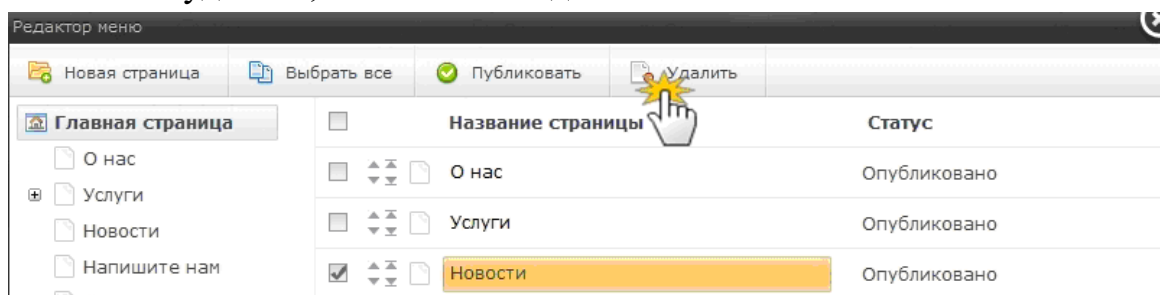


В новом шаблоне Вы можете сделать следующие изменения.

1. Изменять порядок закладок: кликните на стрелку, чтобы переместить вверх или вниз.

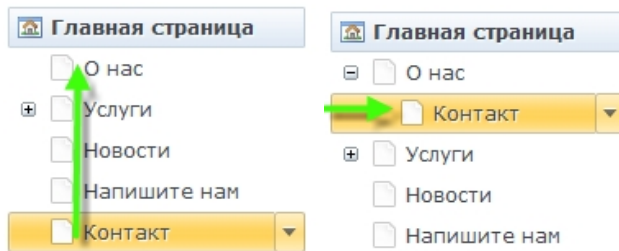


2. Удалять страницу: поставьте галочку рядом с той страницей, которую Вы хотите удалить, и нажмите «Удалить».

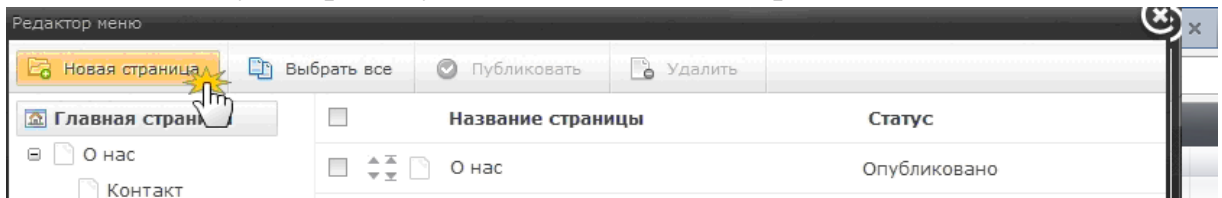


3. Редактировать настройки страницы: Вы можете менять название страницы, URL или же добавлять ключевые слова и описание.

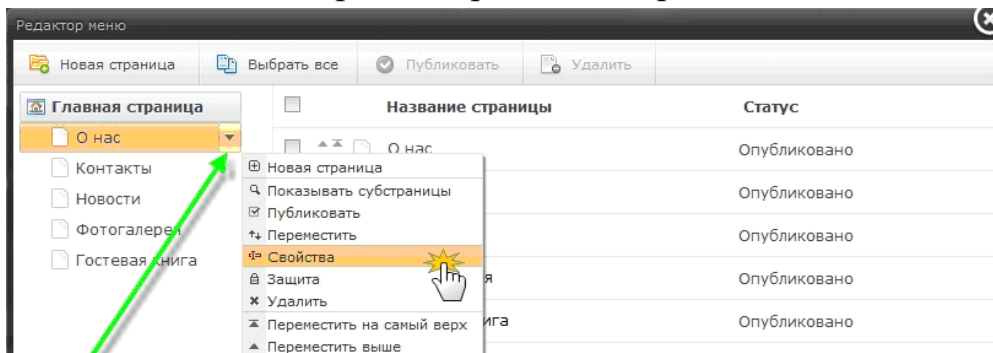
4. Создавать подразделы: если Вы хотите создать подраздел одной из страниц, выберите страницу и перетащите её в выбранную страницу.



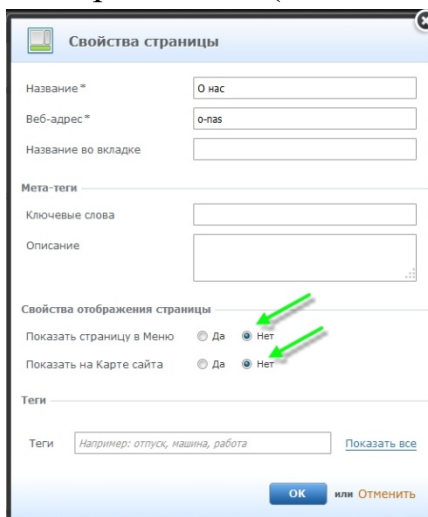
5. Создать новую страницу: кликните «Новая страница».



Подсказка: Вы также можете скрыть некоторые страницы в меню. Для этого кликните на стрелке справа и выберите «Свойства».

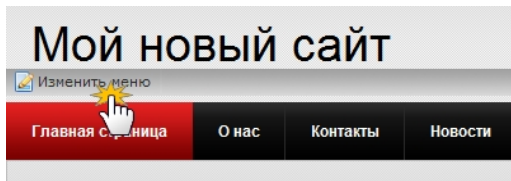


Затем отметьте «Нет» в строках «Показать страницу в Меню» и «Показать на Карте сайта» (это поможет не отображать страницу на карте сайта)

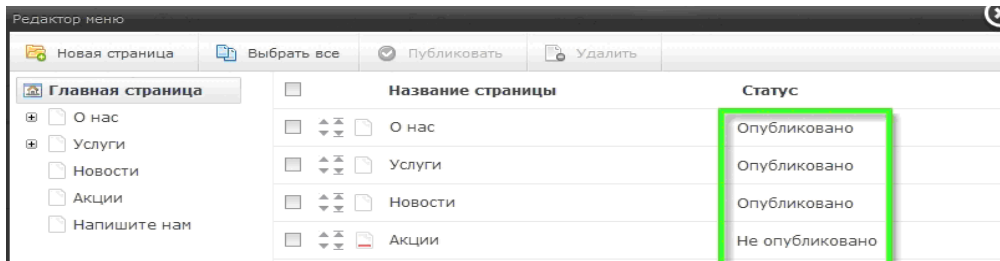


1.4. Публикование страницы

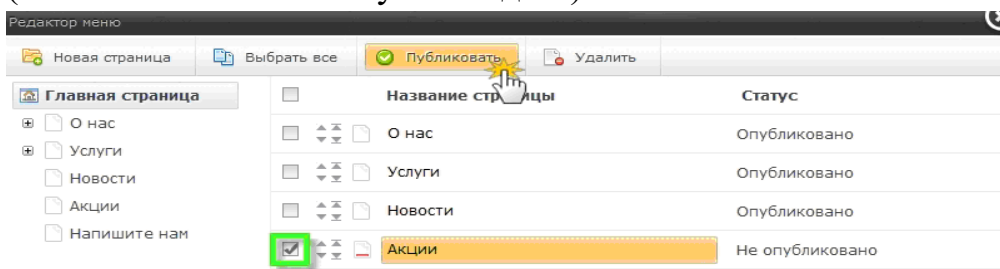
1. Кликните «Изменить меню» вверху Вашего сайта.



2. В списке меню Вы увидите все секции меню Вашего вебсайта. В правой колонке отображены опубликованные и неопубликованные страницы.

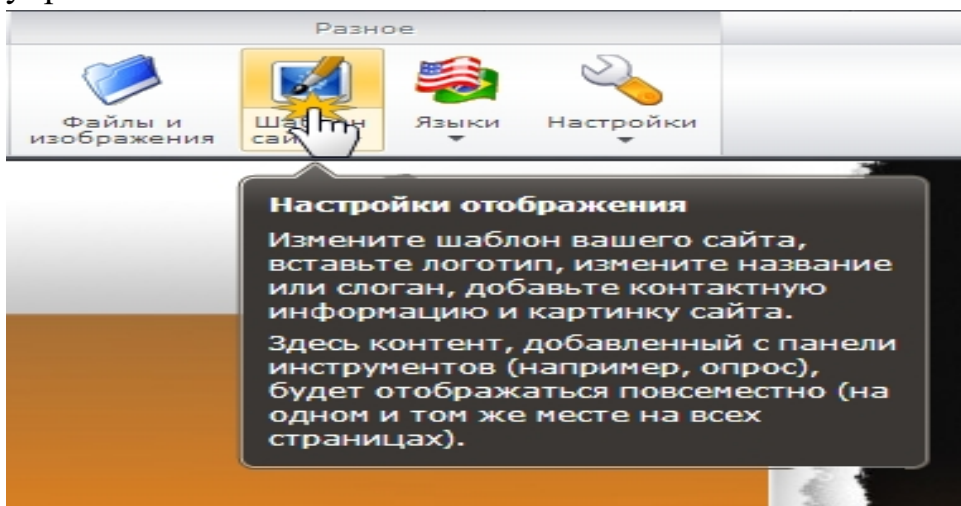


3. Выберите страницу (секцию меню), которую Вы хотите опубликовать. Кликните «Публиковать», и страница появится в опубликованном виде (посетители сайта смогут её видеть).



1.5. Изменение шаблона сайта

1. В редакторе вебсайта кликните «Шаблон вебсайта» в панели управления.



2. В открывшемся окне Вы можете выбрать шаблон, который Вам нравится. Вы всегда можете повторить действие и выбрать другой.

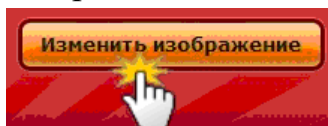
3. Кликните на «Использовать этот шаблон», чтобы сделать изменения. Если Вы захотите потом его изменить, Вы сможете повторить действия и выбрать другой.



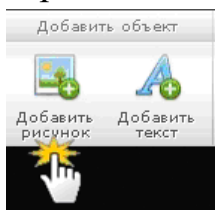
4. Пожалуйста, обратите внимание, что шаблоны сохраняют всю Вашу информацию и контент Вашего сайта таким, какой он есть (кроме изображения в заголовке сайта). Вы можете менять шаблон столько раз, сколько захотите.

1.6. Редактирование верхнего колонтитула вебсайта

1. Зайдите в свой веб редактор, наведите курсор на заголовок и кликните по оранжевой кнопке «Изменить изображение», чтобы открыть редактор



2. Чтобы добавить новое изображение, кликните на «Добавить рисунок» в верхнем левом углу редактора.

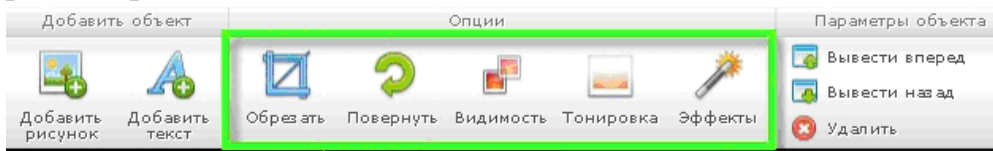


3. После этого Вы можете выбрать новую картинку или загрузить свою собственную, выбрать «Ввести картинку с РС».



4. Кликните дважды на любом изображении, чтобы вставить его.

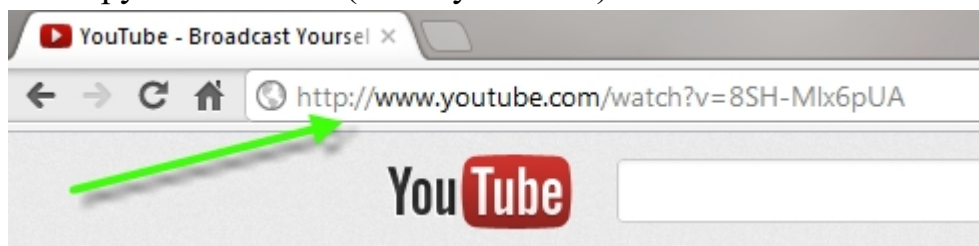
5. Изображение будет прикреплено. Вы можете оставить его, передвинуть или изменить так, как пожелаете, используя «Опции» в панели управления редактора.



6. Когда Вы будете довольны результатом, кликните «Сохранить и закрыть».

1.7. Добавить видео с YouTube

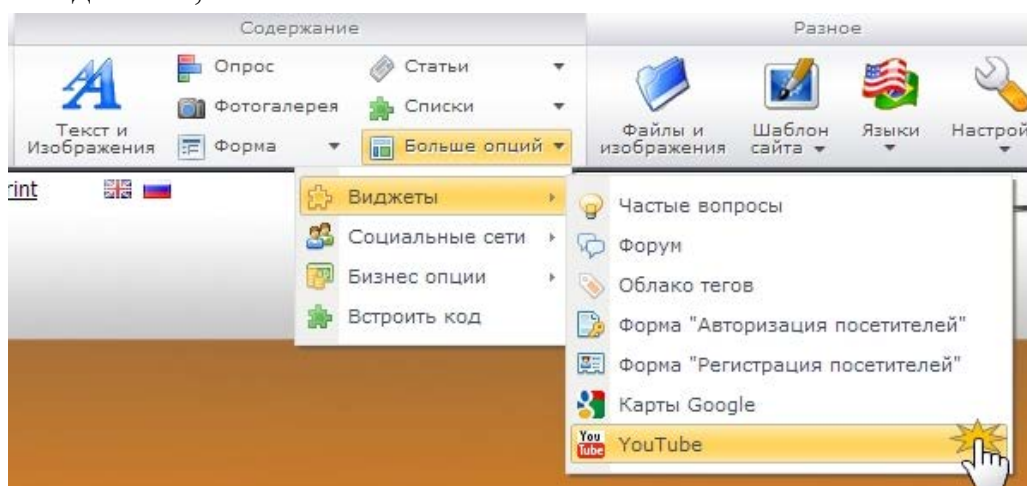
1. Зайдите на YouTube, выберите видео, которое хотите добавить и скопируйте его URL (ссылку на него).



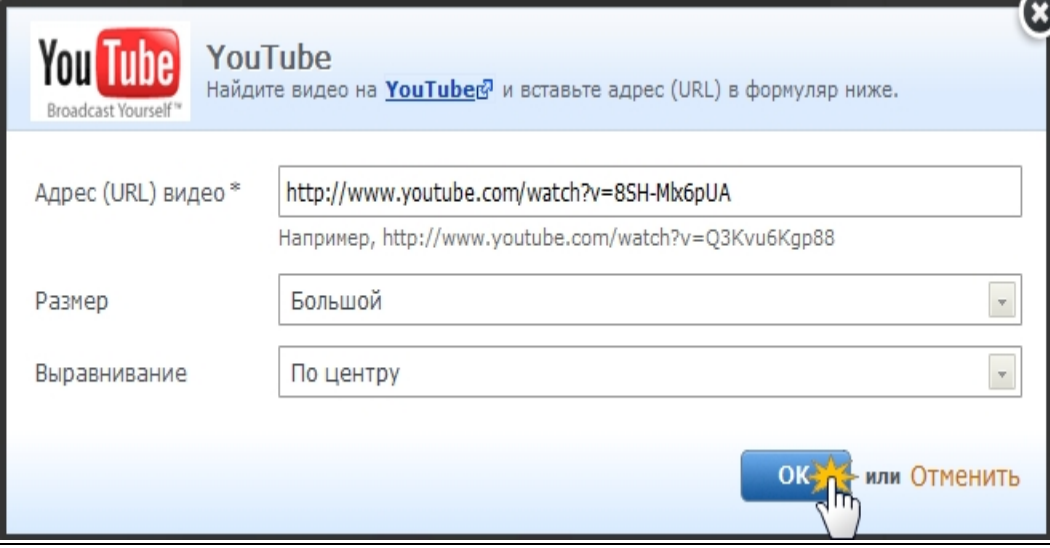
2. Зайдите в веб редактор и выберите страницу, на которую Вы хотите добавить видео.

Подсказка: Если Вы хотите, чтобы видео отображалось на каждой странице, кликните «Шаблон сайта» и выберите «Дополнительные настройки». Затем следуйте следующим шагам.

3. Кликните «Больше опций» в панели инструментов. Выберите «Виджеты», а затем «YouTube».



4. Это откроет новое окно. В поле «Адрес (URL) видео» вставьте URL, полученный на YouTube. Выберите размер видео, которое будут отображаться на сайте, его выравнивание, затем кликните «ОК».



You Tube Broadcast Yourself™

YouTube
Найдите видео на [YouTube](#) и вставьте адрес (URL) в формуляр ниже.

Адрес (URL) видео *
Например, <http://www.youtube.com/watch?v=Q3Kvu6Kgp88>

Размер

Выравнивание

ОК или **Отменить**

5. Опубликуйте изменения, чтобы посетители сайта их увидели.

Приложение 2

Расчет U-критерия Манна-Уитни

№	Выборка 1	Ранг 1	Выборка 2	Ранг 2
1	7	12.5	10	34
2	10	34	10	34
3	11	47	18	103.5
4	10	34	10	34
5	5	3.5	14	71.5
6	8	16.5	13	61.5
7	10	34	17	97
8	15	80.5	19	111
9	7	12.5	17	97
10	8	16.5	15	80.5
11	18	103.5	16	89.5
12	10	34	13	61.5
13	5	3.5	12	53
14	6	9	16	89.5
15	12	53	18	103.5
16	16	89.5	13	61.5
17	10	34	20	117.5
18	12	53	18	103.5
19	10	34	15	80.5
20	16	89.5	14	71.5
21	15	80.5	12	53
22	15	80.5	20	117.5
23	17	97	19	111
24	5	3.5	14	71.5
25	10	34	20	117.5
26	17	97	16	89.5
27	14	71.5	13	61.5
28	11	47	19	111

29	10	34	9	21.5
30	19	111	10	34
31	11	47	6	9
32	6	9	9	21.5
33	8	16.5	14	71.5
34	18	103.5	10	34
35	10	34	11	47
36	9	21.5	20	117.5
37	5	3.5	13	61.5
38	15	80.5	15	80.5
39	19	111	15	80.5
40	8	16.5	10	34
41	18	103.5	18	103.5
42	16	89.5	17	97
43	14	71.5	19	111
44	10	34	10	34
45	10	34	13	61.5
46	5	3.5	16	89.5
47	14	71.5	19	111
48	13	61.5	12	53
49	12	53	13	61.5
50	14	71.5	13	61.5
51	9	21.5	10	34
52	6	9	10	34
53	8	16.5	13	61.5
54	5	3.5	10	34
55	6	9	14	71.5
56	8	16.5	12	53
57	18	103.5	16	89.5
58	16	89.5	20	117.5
59	14	71.5	11	47

60	16	89.5	20	117.5
Суммы:		2916.5		4343.5