

Дополнительное образование детей: управление процессом создания имиджа

Имидж учреждения дополнительного образования детей – устойчивый, эмоционально окрашенный образ, направленный на создание, поддержание и усиление позитивного общественного мнения о престиже, качестве образовательных услуг и репутации. В условиях конкуренции на рынке образовательных услуг имидж образовательного учреждения играет важнейшую роль для развития и совершенствования его деятельности. Каждый директор и педагогический коллектив мечтают, чтобы на организации лежала печать яркой индивидуальности, чтобы она выделялась среди прочих, вызвала желание устроиться на работу или учиться именно в ней. Устойчивый позитивный имидж так же можно рассматривать как дополнительный ресурс управления и развития образовательного учреждения.

На сегодняшний день для формирования положительного имиджа Муниципального бюджетного учреждения дополнительного образования «Кировский центр информационных технологий» сделано достаточно много. Целевой аудиторией для подачи имиджа являются

- школьники и их родители,
- партнеры, заинтересованные в сотрудничестве с Центром
- общественность,
- педагогическое сообщество,
- спонсоры
- вышестоящие организации, осуществляющие управление, и проверяющие организации, осуществляющие контроль за деятельностью.

Что же влияет на создание привлекательного имиджа Кировского центра информационных технологий?



Рисунок 1. Факторы, формирующие имидж

В основе формирования имиджа МБУДО «Кировский ЦИТ» лежат три кита:

- Содержание и организация учебно-воспитательного процесса, при котором обеспечено предоставление качественных образовательных услуг населению и высокий уровень психологического комфорта.
- Высококвалифицированные административные и педагогические кадры, имеющие безупречную репутацию и авторитет в педагогическом сообществе.
- Сотрудничество с другими организациями и социальными партнерами и информационная открытость

Есть и другие аспекты, но их влияние не так значительно.

Обобщая целенаправленную работу по формированию имиджа, можно выделить несколько этапов:

1. Определяем целевую аудиторию и основные причины для создания привлекательного имиджа учреждения:

Целевая аудитория для подачи имиджа	Почему это важно для МБУДО «Кировский ЦИТ»
Школьники и их родители	Для привлечения обучающихся в учреждение
Организации - потенциальные партнеры	Для организации сетевого взаимодействия в целях максимального удовлетворения запросов обучающихся и их родителей. Для сетевой формы реализации программ в целях эффективного использования ресурсов. Для привлечения заказов на образовательные услуги взрослых в целях максимального удовлетворения запросов населения
Общественность Кировского района Ленинградской области	Для престижа учреждения, приобретения большей известности. Для привлечения заказов на образовательные услуги взрослых
Педагогическое сообщество	Для формирования авторитета МБУДО "Кировский ЦИТ" в профессиональных кругах
Спонсоры	Для привлечения дополнительного финансирования
Вышестоящие организации, осуществляющие управление, и проверяющие организации, осуществляющие контроль за деятельностью	Для привлечения дополнительного бюджетного финансирования, включения в новые проекты. Для повышения стабильности работы учреждения

2. Определяем факторы и результаты деятельности Центра, формирующие имидж.

Факторы, формирующие имидж	Какими результатами деятельности формируется имидж	Каким образом подается информация для целевой аудитории
<p>Содержание и организация учебно-воспитательного процесса, при котором обеспечено предоставление качественных образовательных услуг и высокий уровень психологического комфорта в ЦИТ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий уровень качества освоения дополнительных общеразвивающих программ • Победы обучающихся в конкурсах и олимпиадах различного уровня • Высокий процент поступления в учебные заведения по профилю сопровождения • Проведение масштабных мероприятий, в том числе и на областном уровне • Просветительские мероприятия для родителей и общественности 	<p>Размещение информации на сайте http://cit.k-edu.ru</p> <p>Размещение информации на новостном блоге http://citweb.blogspot.ru</p> <p>Освещение мероприятий в прессе и телевидении http://www.ladoga-news.ru/news?id=9884</p> <p>При встречах с коллегами на мероприятиях http://citweb.blogspot.ru/2017_06_25_archive.html</p> <p>Предоставление информации при встречах с родителями и общественностью http://citweb.blogspot.ru/2014_01_19_archive.html http://citweb.blogspot.ru/2017_09_24_archive.html</p>
<p>Высококвалифицированные административные и педагогические кадры, имеющие безупречную профессиональную репутацию и авторитет в педагогическом сообществе</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение квалификации и рост педагогического мастерства • Победы в профессиональных конкурсах • Организация и проведение соревнований, конкурсов, мастер-классов в целях организации взаимодействия с другими образовательными организациями • Публикация методических разработок, статей об инновациях и экспериментах в МБУДО «Кировский ЦИТ» • Взаимодействие с коллегами на страницах сайтов педагогических сообществ • Ведение педагогами личных сайтов и блогов 	<p>Предоставление информации на личных встречах</p>
<p>Сотрудничество с другими организациями и социальными партнерами, информационная открытость Центра</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Сетевое взаимодействие при организации учебно-воспитательного процесса • Сетевая форма реализации программ • Профорientация 	

*В третьем столбце приведены гиперссылки на материалы, которые могут быть примером формирования привлекательного имиджа Кировского центра информационных технологий. Особое внимание уделяется **новостному блогу**, который ведется с 2008 года и освещает все значимые для Центра события.



Рисунок 2. Блок-схема. Формирование имиджа МБУДО «Кировский ЦИТ»

В результате сформированный имидж МБУДО "Кировский ЦИТ" может стать своеобразным мерилем степени развития всего учреждения, оценки перспективности его начинаний, зрелости и профессионализма всего коллектива, степени своевременности методических продуктов и уровня учебно-методической работы.

Вопросы, связанные с эффективностью деятельности образовательного учреждения и ростом конкуренции на рынке образовательных услуг, заставляют нас учитывать то, как МБУДО "Кировский ЦИТ" воспринимаются потенциальными потребителями, органами местного самоуправления (от которых зависит финансирование деятельности учреждения) и общественностью. А значит, мы продолжаем работу по формированию нашего имиджа!

Приложения:

1. Видео репортажи каналов ТВ о МБУДО «Кировский ЦИТ».
2. Печатная продукция (объявления, буклеты и т.д.), формирующая внешний имидж учреждения.

Информационные источники:

1. Сидорова А. С. Управление созданием имиджа образовательного учреждения // Молодой ученый. — 2016. — №24. — С. 520-523.
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 14 июня 2013 г. N 462 "Об утверждении Порядка проведения самообследования образовательной организацией"
3. Бухаров, Д. В. Имидж образовательного учреждения // Человек и образование. — Вып. № 2, 2009
4. Жирнова, В. В. Формирование имиджа образовательной организации средствами массовой информации: магистерская диссертация. — Тольятти, 2016
5. Строилова, А. Я. Управленческая культура руководителя как фактор формирования имиджа учреждения дополнительного образования детей: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. — Оренбург, 2007.
6. Щербакова, Т. Н. К вопросу о формировании имиджа образовательного учреждения // Молодой ученый. —2012. — № 3. — с. 430–434.