

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра менеджмента в образовании

**Методы исследования и повышения имиджа образовательной
организации**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
МАГИСТРА**

студента 3 курса, 321 группы
направления 38.04.02 «Менеджмент», профиля «Менеджмент в образовании»
Института дополнительного профессионального образования
Осокова Всеволода Александровича

Научный руководитель
профессор кафедры менеджмента
в образовании ИДПО СГУ, д.э.н.,
профессор _____ «__» _____ 20__ г. / Н.В. Манохина/

Зав.кафедрой
д-р эк.н., профессор _____ «__» _____ 20__ г. / Н.В. Митяева/

Саратов 2023

Введение. Под имиджем образовательного учреждения понимается – способ повлиять на мнение окружающих, целенаправленно или же случайно созданный учреждением.

Актуальность данного исследования определяется тем, что в современном мире люди очень тщательно подходят к вопросу своего образования, а также будущего своих детей. Поэтому выбор образовательного учреждения любого уровня проходит со всей серьезностью. Но, разумеется, не все обладают возможностями и желанием проводить тщательный поиск. Тем не менее, образ образовательного учреждения крайне важен по следующим причинам:

1. Сложная демографическая ситуация в стране. А сегодня можно наблюдать сокращение количества школьников и студентов в некоторых регионах РФ. Что отражается на финансировании образовательной организации.
2. Положительный образ образовательного учреждения позволяет рассчитывать на сотрудничество со спонсорами, способными оказать финансовую, а также информационную поддержку образовательному учреждению.
3. Позитивный имидж образовательного учреждения является важным фактором для будущих работников, которые заинтересованы в стабильности и благополучии на новом\текущем месте работы.

В современном мире образовательные организации – дошкольные, школьные, среднего профессионального и высшего профессионального образования не существуют «в вакууме». Напротив, благодаря развитию интернет-технологий, образовательная организация всегда на виду. И выбор образовательного учреждения предоставлен родителям и учащимся. Что вынуждает учреждения конкурировать между собой в вопросе воспитанников\учеников\абитуриентов, в том числе, из-за использования принципа нормативно-подушевого финансирования. Конкурентная борьба

происходит не только за обучающихся, но и за спонсоров, конкурсы, гранты, мнение окружающих и работников.

В рамках соперничества образовательные учреждения прибегают к различным средствам конкуренции – инновационная деятельность в образовании, повышения качества образования, улучшенные условия предоставления образовательных услуг, их стоимость. И немалая роль при работе над преимуществами образовательного учреждения уделяется его имиджу.

Объектом данного исследования является имидж образовательного учреждения в широком смысле. В работе рассмотрены различные трактовки понятия «имидж» применительно к образовательной организации.

Предметом исследования выступает управление имиджем, а именно, управленческое решение, как критерий создания имиджа организации, а также влияние принимаемых решений на репутацию учреждения.

Целью исследования является раскрытие того, каким образом потенциальному получателю образовательной услуги (родителю, ученику) оценить уровень образовательной организации, а также предложить варианты улучшения имиджа на примере МАОУ СОШ №19 г. Балаково Саратовской области.

Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи:

- определить понятия «имидж» и «образовательная организация» в трактовках различных исследователей, обращая внимания на различие в формулировках;
- определить методы исследования имиджа,
- проанализировать компоненты имиджа;
- обосновать пути повышения имиджа образовательной организации.

Основное содержание работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Анализ понятия имиджа образовательной организации позволил рассмотреть различные определения имиджа в трактовках разных исследователей, проанализировать их, и его составляющие.

Изучить трактовку понятия «образовательная организация» в рамках ФЗ №273-ФЗ «Об образовании», рассмотреть типы образовательных организаций, функционирующих на территории РФ.

Имидж образовательной организации может состоят как из внешних, так и из внутренних компонентов. К внешним компонентам имиджа относятся, что имеет значение для создания образа, имиджа организации внешним сообществом. Так, к визуальному имиджу относятся: внешняя атрибутика, реклама, имидж товара или услуги, имидж руководителя. Внутренний же имидж организации формируется на основе коллективного мнения сотрудников учебного заведения, стиля управления учебным заведением, имиджа отдельных преподавателей, присутствующей корпоративной культуры, традиций организации.

Успешность имиджа образовательной организации проявляется лишь тогда, когда внутренние и внешние компоненты имиджа будут гармонично сосуществовать и взаимодействовать между собой.

Задача формирования имиджа важна не только для отдельно взятой образовательной организации, но и в целом для системы образования, так как позволяет гораздо более продуктивно взаимодействовать с общественностью, со всеми участниками образовательных отношений и с потенциальными потребителями образовательных услуг.

Обобщая, можно сделать вывод, что имидж образовательного учреждения – это репутация, привлекательность и доверие со стороны общества. Устойчивый позитивный имидж образовательного учреждения сегодня можно рассматривать как важный современный компонент методического продукта школы и как дополнительный ресурс управления, ресурс развития образовательного учреждения.

Анализ деятельности МАОУ «СОШ №19 г. Балаково» Саратовской области позволил сделать следующие выводы:

Цель МАОУ СОШ №19 г. Балаково это - создание условий для личностно-ориентированного развития обучающихся, формирования творческого и профессионального потенциала субъектов образовательного процесса на основе реализации годового плана и педагогического проекта.

Задачи:

Обеспечивать высокий уровень профессиональной компетентности педагогов путем непрерывного совершенствования уровня педагогического мастерства в организации образовательного процесса через модернизацию школьной методической работы.

Оптимизировать процесс обучения учащихся на основе обеспечения реализации прав каждого ребенка на получение образования в соответствии с его потребностями и возможностями.

Продолжить развитие индивидуальных и творческих способностей учащихся с учетом их профессиональных намерений, интересов, образовательных запросов и социализации посредством организации работы с одаренными детьми в условиях учреждения общего среднего образования.

Создавать образовательную среду, способствующую духовному, нравственному и физическому воспитанию учащихся посредством реализации модели шестого дня.

Совершенствовать систему воспитательной работы по сохранению и укреплению физического и психического здоровья учащихся, формированию навыков здорового образа жизни.

Обеспечивать безопасные условия пребывания учащихся в учреждении образования и организации образовательного процесса на основе внедрения здоровьесберегающих, информационных технологий, модернизации технологических процессов и оборудования столовой, актового и спортивных залов, соблюдения санитарно-гигиенического состояния.

- Анализ конкурентов, насколько это применимо к образовательным организациям, выявил лишь одно образовательное учреждение – МАОУ СОШ №26, обладающая большей численностью учащихся. Если рассматривать ССУЗы, то на территории 4Б микрорайона находится также Губернаторский автомобильно-электромеханический техникум, куда уходит часть выпускников 9 класса.

- Сравнительный анализ конкурентных преимуществ выявил, что МАОУ СОШ №19 в настоящий момент имеет все необходимое, чтобы улучшить свой имидж или же оставаться на стабильно высоких позициях: своевременное выполнение распоряжений, поступающих из Комитета Образования и выше, участие в творческих, спортивных, научных мероприятиях как среди учащихся (в меньшей степени), так и среди учителей (в большей степени). С августа по октябрь в рамках реализации проекта Цифровая образовательная среда были закуплены современные ноутбуки для обеспечения кабинета информатики и кабинета инклюзивного образования.

-В муниципальном учреждении дополнительного образования создана четко продуманная и гибкая структура управления в соответствии с целями и содержанием всей работы учреждения. Все функции управления – прогнозирование, планирование, организация, регулирование, контроль, анализ, коррекция и стимулирование – обоснованы и направлены на достижение максимального и качественного результата. Главный принцип управления коллективом – демократичность, уважение, поддержка, оказание необходимой помощи, понимание друг друга, доверие.

В рамках исследования были выдвинуты способы повышения имиджа образовательной организации:

1. Улучшение технического оборудования образовательной организации.

В рамках этого предложения приведены доводы в пользу улучшения технического состояния оборудования, а также сопутствующие проблемы при повышении уровня информационной грамотности педагогов.

2. Помощь в самореализации в образовательном учреждении.

Важным моментом является адаптация педагога в образовательном учреждении, особенно начинающего специалиста. Во многом благодаря «сарафанному радио» коллективы с высокой сменой педагогических кадров обладают не очень хорошей репутацией, а следовательно – падает престиж и ухудшается имидж образовательного учреждения.

3. Повышение престижа статуса педагога как способ повышения престижа образовательной организации в целом.

В рамках этого предложения речь идет о проблеме федерального масштаба, которая, спустя годы, может привести к рецессии в сфере образования и критической нехватке кадров, особенно в регионах и сельской местности. Когда в ответ на конструктивные предложения по повышению оплаты труда преподавателей и учителей раздаются слова о призвании, любви к детям и сознательном выборе, ситуация переходит из экономических отношений между работником (учителем) и работодателем (государством) к высоким материям. Которые, к сожалению, не способны сами по себе, без должного материального подкрепления, обеспечить достойный уровень жизни.

4. Грамотная организация курсов повышения квалификации педагога.

Каждый год педагоги образовательных организаций проходят различные курсы. В данном пункте идет речь о создании централизованной платформы для прохождения подобных курсов, где конкретный курс выбирает именно педагог, исходя из его направления совершенствования и необходимости повторить те или иные аспекты деятельности.

Заключение. В данной работе были рассмотрены понятие имиджа образовательной организации, на основе одной из образовательных организаций приведены факторы, влияющие на имидж. В практической части был рассмотрен ряд мер, позволяющих этот имидж улучшить.

Заметим, что, в соответствии с законодательством Российской Федерации, все дети должны получить среднее образование. Также, в соответствии с законодательством, школа не имеет права отказать в приеме ребенка, если по прописке он относится к ОУ. Родители в этом случае могут обращаться в контролирующие инстанции и будут правы. То есть, у большинства школ любого российского города нет возможности организовать фильтр учеников.

В связи с вышесказанным у школы не всегда есть достаточный ресурс учеников, чтобы повышать престиж через участие в олимпиадах и конкурсах среди школьников. Но остается возможность участвовать в педагогических проектах.

О системе финансирования образовательных учреждений и, соответственно, системе формирования фонда оплаты труда, было сказано много, в том числе, в научных публикациях. Из-за особенностей этих систем у рядового образовательного учреждения не всегда есть возможность повышения имиджа через модернизацию технических средств обучения.

И это будет касаться любого пункта из списка предложений. У руководителя образовательной организации нет рычагов влияния на вышестоящие инстанции, принимающие решения, выделяющие финансирование, имеющие возможность вносить изменения в законодательство.

Вместе с тем, образовательные учреждения среднего и высшего образования показали чрезвычайно высокий уровень адаптивности к условиям внешней среды. Таким образом, в 2020 году с фактически минимальной помощью или же без нее, школы, ССУЗы и ВУЗы смогли организовать и грамотно наладить системы дистанционного обучения. Да, каждая школа столкнулась с трудностями, человеческим фактором или трудностями технического характера. Не всем учителям и преподавателям было легко подстроиться к изменившему стилю ведения занятий. Но, в том числе, благодаря грамотным действиям администрации (что положительно

сказалось на ее имидже), меньше чем за месяц дистанционное обучение было опробовано и успешно внедрено в образовательный процесс. И это изменение дало возможность поменять традиционную систему «карантинов», когда во время эпидемии гриппа или ОРВИ дети просто сидели дома и выполняли выданные учителями задания. В настоящий момент ученики имеют возможность присутствовать на уроках, не выходя из дома. И таким же образом образовательные учреждения оказывают всю возможную помощь государству. То есть, у образовательных учреждений нашей страны, у каждого потенциал для изменения имиджа, притом в положительную сторону. И в силах каждого из работников образования, и, конечно, государства, создать для образовательных учреждений ситуацию успеха.