

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра менеджмента в образовании

**Управление имиджем образовательной организации на примере МАОУ
«СОШ «Аврора»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Кузьминой Кристины

Научный руководитель

доцент кафедры менеджмента в образовании,

к.и.н., доцент _____ «__» _____ 202__ г. / О.И. Алимаева /

Зав. кафедрой

д-р эк.н., профессор _____ «__» _____ 202__ г. /Н.В. Митяева/

Саратов 2024

Введение. Современное состояние российского образования показывает, что оно все больше и больше становится сферой образовательных услуг. В связи с тем, что происходит реорганизация экономической деятельности, бюджетное финансирование становится более смешанным, перед учреждением возникает необходимость в дополнительном финансировании.

При введении механизма подушевого финансирования в сфере образования происходит процесс ужесточения конкуренции, что может привести к тому, что в скором времени останутся только те образовательные учреждения, которые будут конкурентоспособны.

Уровень образования в школе, который является очень длительным этапом обучения, становится в настоящее время важнейшим фактором обеспечения нового качества образования, которое будет определять успешность каждого человека и общества в целом. Повышение конкурентоспособности российского образования является одной из целей национального проекта «Образование». Не вызывает сомнений, что идея о взаимосвязи имиджа образовательных учреждений и их конкурентоспособности является не новой. Ученые установили, что имидж является основной функцией для формирования позитивного отношения к кому-либо или чему-либо. В том случае, когда положительное отношение сформировано и имеет влияние социальных связей, оно может привести к доверию и высокой оценке. В свою очередь это может привести к выбору, основанному на высоких оценках и уверенности в своих силах. В основе этой психологической цепочки лежит положительное отношение к чему-либо. Позитивный имидж играет важную роль в формировании высокого рейтинга, особенно это важно в условиях интенсивной работы, которая требует много информации.

Устойчивый положительный имидж школы сегодня можно рассматривать как важный современный компонент методического продукта школы, который является вспомогательным ресурсом управления и развития образовательной организации. Также он может быть использован как

дополнительный ресурс для повышения качества образования и управления школой.

Цель исследования: заключается в проведении анализа имиджа МАОУ СОШ «Аврора» и выработке практических рекомендаций по его дальнейшему укреплению.

На основе заданной цели следует решать следующие задачи:

- ознакомление с понятием имиджа учебного заведения;
- ознакомление с механизмом формирования и способами создания имиджа образовательного учреждения;
- разбор основных моментов, которые влияют на формирование имиджа образовательного учреждения;
- с помощью анализа можно выявить существующий имидж предмета исследования;
- разработка методических рекомендаций, которые помогут в дальнейшем совершенствовать и укреплять существующий имидж учебного заведения.

Объект исследования: имидж образовательного учреждения.

Предмет исследования: механизм формирования и способы построения положительного имиджа образовательного учреждения на примере МАОУ «СОШ «Аврора»

Способы проведения исследований. При исследовании используются следующие методы: анализ источников, метод анализа данных.

Исследование показало, что результаты исследования оказали влияние на формирование положительного имиджа МАОУ СОШ "Аврора" как образовательного учреждения. Применяются для того, чтобы повысить имидж другой образовательной организации.

Какие механизмы и способы используются для создания благоприятного имиджа образовательного учреждения? Рассмотрим пример МАОУ «СОШ "Аврора"».

Основное содержание работы. Структура работы состоит из введения, трех глав и заключения с перечнем использованных источников.

Все учебные заведения имеют свой имидж, вне зависимости от того, кто над ними работает и трудится ли над ними вообще. В результате, процесс создания благоприятного имиджа является более выгодным и менее трудоемким, чем исправление негативного образа, который возник в результате спонтанного формирования. Создание хорошего имиджа – это первый шаг к созданию хорошей школы. И инициатива здесь должна быть направлена исключительно на само образовательное учреждение.

Для начала необходимо провести анализ внешней среды. Особенности педагогической деятельности диктует свои законы, по которому функционирует учреждение, диктует свои правила. Поэтому для начала необходимо определить базовую идею образовательного учреждения. Можно использовать такие термины как: «идея», «задумка», «цель», «образец» и т.д.

На данном этапе необходимо четко определить, какие ваши сильные и слабые стороны. В дальнейшем, мы должны следовать простой стратегии: сильные стороны нужно развивать и популяризировать, с проблемами - работаем.

На втором этапе происходит определение целевой аудитории.

Выбирая партнеров для работы с имиджем, следует четко представлять себе, какую целевую аудиторию вы хотите привлечь в качестве союзников. Данный список может включать в себя: учеников, родителей, работников учебного заведения, партнеров из социальной сферы, а также средства массовой информации.

- Ученики. Конечно же, выпускники школ являются самыми активными участниками в продвижении учебного заведения. В памяти о школе сохраняется надолго, и, если тот образ, который сформировался у выпускников в период обучения, является привлекательным, они с радостью примут решение отдать своих детей именно в этот учебный центр. А ведь именно школьники,

учась в школе, являются ее "визитной карточкой": то, как они описывают свои школьные будни (особенно на страницах Интернета), или же то, как ведут себя в общественных местах, напрямую говорит о том, какие нормы поведения приняты в школьном коллективе.

- Родители учеников. По мнению многих, именно эти люди являются наиболее авторитетными в области образования. Они могут не только дать объективную оценку деятельности школы, но и внести коррективы в общественное мнение по отношению к школе и ее детям. Основной целевой группой в области имиджа являются родители. Именно на них следует ориентироваться при разработке концепции и проведении рекламных кампаний.

- В число социальных партнеров входят как реальные, так и потенциальные люди. Сегодня все больше внимания уделяется общественной деятельности, которая способствует успешному продвижению товара или услуги на рынке. Однако, вряд ли какая-либо организация, которая нуждается в улучшении своего имиджа, будет вкладывать средства в сомнительные проекты, направленные на развитие образования. В большинстве случаев, помощь оказывается только тем, кто имеет хорошую репутацию и высокую активность в социальной жизни. Это обусловлено тем, что партнерство должно быть обоюдным.

- Средства массовой информации. СМИ являются своеобразным посредником между обществом и школой. Если вовремя информировать об образовательных планах и достижениях учебного заведения, то это может помочь вам значительно расширить круг потенциальных партнеров и (или) сформировать положительное мнение о себе в глазах других людей.

Наиболее важный вопрос, который влияет на определение индивидуальных особенностей школы, это вопрос о руководителе. Среди российских образовательных учреждений лидирующие позиции занимают учреждения лидерского типа. Довольно часто директор школы - это лидер, который играет важную роль в формировании имиджа учебного заведения. В

данном случае имидж школы формируется следующим образом: интервью с директором дает только он, его фотография присутствует на всех сайтах и в рекламных буклетах, которые выпускаются, также должна быть размещена фотография директора. Следуя этой стратегии, следует руководствоваться тем, что образовательное учреждение позиционируется как система. В этом случае руководитель не является главным в организации, а весь его инструментарий направлен на поддержание ценностей системы.

Анализ даст возможность сопоставить цели и миссию школы, их имидж с реальностью и выявить план по достижению целей. Благодаря грамотно разработанному имиджу организация сможет получить максимальную выгоду, в том числе и экономическую.

Постоянно нужно проводить анализ соответствия того или иного результата с желаемым имиджем, чтобы иметь возможность точно определить соответствие. В обязательном порядке необходимо обеспечить доведение итогов мониторинга до всех участников, которые занимаются подобной деятельностью. При этом стоит отметить, что сама заинтересованность учебного заведения в том, чтобы его репутация была достойной, способствует позитивному восприятию со стороны других людей. Поведение человека, который говорит о том, что для него важна репутация организации и ее деятельность, показывает окружающим его стремление к развитию и сотрудничеству.

Для того чтобы повысить имидж школы в целом и ее образовательных услуг в частности, необходимо проводить работу по налаживанию более тесного взаимодействия с местными средствами массовой информации, используя все возможности Интернета, ориентированные на молодежь, для распространения информации о школе и ее деятельности.

Заключение. Для каждого директора и его педагогического коллектива является главной целью создание яркой индивидуальности в школе, которая бы выделялась на фоне других, привлекала желание работать или обучаться именно в ней.

Если в совокупности присутствуют большое количество научных и научно-публицистических работ, то это еще не означает того, что тема достаточно изучена и хорошо проработана. Как раз наоборот – изучение темы имиджа образовательных учреждений пока только начинается.

В качестве важного современного компонента методического продукта, который может быть использован для управления и развития образовательного учреждения, можно рассматривать устойчивый позитивный имидж.

Создаваемый имидж учебных заведений, является не случайным набором отдельных компонентов, а целостной системой, включающей в себя множество взаимосвязанных характеристик и качеств. К таким характеристикам относят: образ руководителя (его способности, установки, ценности социально-психологические характеристики, внешний вид), образ персонала образовательного учреждения (социальные данные, культура, профессиональная компетентность, личностные характеристики и т.д.), уделяется внимание представлению социального окружения о качестве образования, стиле школы, уровне комфортности школьной среды, цене образовательных услуг и внешней атрибутике.

В итоге созданный благоприятный имидж учебного заведения может стать важным инструментом для оценки состояния всего учреждения, его перспектив и достижений, уровня зрелости и профессионализма всех работников школы, а также качества методической работы, которая способствует развитию образовательных программ.

Целью данной работы являлось изучение теоретических основ формирования имиджа учебного заведения, а также проведение исследования по формированию положительного имиджа образовательного учреждения.

Обзор и анализ отношения к имиджу МАОУ "СОШ "Аврора" позволил выявить ряд рекомендаций, которые помогут школе поддерживать свой имидж.

В результате формирования позитивного имиджа образовательного учреждения можно решить ряд задач, направленных на повышение качества образования.

- Увеличить привлекательность учебного заведения для родителей, учащихся и работников школы с целью повышения ее привлекательности для всех заинтересованных сторон: учителей, сотрудников и учеников.

- Усилить эффективность мероприятий, направленных на информирование населения относительно новых образовательных услуг, а также их доступности, можно за счет повышения,

- ускорить процесс создания и распространения новых образовательных услуг.

- В целях повышения эффективности деятельности организации необходимо повысить уровень организационной культуры.

- Социально-психологический климат в коллективе должен улучшаться.

В результате, для того, чтобы поддерживать конкуренцию и увеличивать количество обучающихся, необходимо создание положительного имиджа образовательного учреждения.

По итогу, сформированный благоприятный имидж образовательного учреждения может стать своеобразным индикатором уровня развития всего коллектива школы, оценки его достижений в различных направлениях деятельности, а также качества работы всей педагогической команды.