

ПРИНЯТО
Решением педагогического совета
Протокол № 1 от 06.09.2018г.

УТВЕРЖДЕНО
Приказ № 28 от 06/09/2018г.



ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ

**МУНИЦИПАЛЬНОГО КАЗЕННОГО ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ №5 «ДЕТСКИЙ САД КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА г.ТОСНО»
на 2018г- 2023г.**

г. Тосно

2018г.

Содержание

1.Тема проекта программы развития образовательной организации (далее - Программа)	
1.Пояснительная записка.....	
1.1 Аналитическое обоснование программы.....	
2. Сведения об образовательной организации.....	
3. Структура развития имиджа МКДОУ№ 5.г.Тосно.....	
4. Цели и задачи Программы.....	
5. Механизмы формирования и способы построения имиджа образовательного учреждения.....	
6.Финансовое и материальное обеспечение Программы.....	
7. Перечень мероприятий по реализации проекта программы развития учреждения.....	
8. Ожидаемые результаты выполнения Программы.	
9. Контроль выполнения Программы.....	

Тема :Развитие имиджа МКДОУ №5 г.Тосно

1. Пояснительная записка.

1.1 Аналитическое обоснование программы.

Последние годы много говорят и пишут о том, как представить уникальность учебного заведения, особенности его жизнедеятельности. Проблема внешнего представления детского сада существовала всегда, но в современных условиях она проявляется более отчетливо. Во-первых, это связано с процессами становления и развития различных типов ДОУ, имеющих *различные* направления деятельности. Во-вторых, проводимые исследования, показывают, что цель, содержание, результаты инновационных процессов, отдельных педагогических новшеств не всегда понятны родителям, а их ожидания, сформированные на основе общего представления об учебном заведении у потенциальных потребителей образовательных услуг, не всегда соотносятся с тем, что они и их дети реально получают.

Таким образом, необходимость формирования имиджа детского сада определяется:

- дифференциацией и вариативностью системы дошкольного образования;
- многочисленными запросами социальной практики;
- потребностью образовательной и управленческой практики в формировании представлений о детском садике;
- наличием опыта работы образовательных учреждений в данной области.

Идея о связи имиджа детского сада с его конкурентоспособностью не является новой. Научные исследования свидетельствуют, что главной функцией имиджа является формирование положительного отношения к кому-либо или чему-либо. Если положительное отношение сформировано, то за ним, как результат влияния социальных связей, обязательно последуют доверие и, в свою очередь, - высокие оценки и уверенный выбор. Такова психологическая цепочка, порождаемая положительным отношением. К тому же положительный имидж, как правило, способствует повышению престижа, а следовательно, авторитета и влияния. Позитивный имидж является также важным фактором высокого рейтинга, что очень важно в насыщенной разнообразной информацией деятельность. В условиях рыночной экономики жизнеспособными оказываются только конкурентоспособные учреждения. Конкурентоспособный детский сад - это учреждение, которое обеспечивает устойчивый уровень качества образовательных услуг. Если детский сад предлагает образовательные услуги и обеспечивает устойчивый уровень их качества, то он начинает работать над созданием собственного имиджа. С понятием имиджа тесно связана и репутация образовательного учреждения,

которая складывается из нескольких составляющих и которая удерживается в массовом сознании долгие годы. Каждый руководитель и его педагогический коллектив мечтают, чтобы на учреждении лежала печать яркой индивидуальности, чтобы она выделялась среди прочих, вызывала желание устроиться на работу или учиться именно в ней. Устойчивый позитивный имидж можно рассматривать как важный современный компонент методического продукта и как дополнительный ресурс управления и развития нашего детского сада.

2. Сведения об образовательной организации.

МУНИЦИПАЛЬНОЕ КАЗЕННОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ №5 «ДЕТСКИЙ САД КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА г. ТОСНО» (далее – Учреждение) создано для осуществления образовательной деятельности по реализации образовательных услуг населению.

1.2. Наименование Учреждения:

полное – МУНИЦИПАЛЬНОЕ КАЗЕННОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ №5 «ДЕТСКИЙ САД КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА г. ТОСНО»

сокращенное – МКДОУ № 5 г. Тосно

1.3. Учреждение является некоммерческой организацией, созданной в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 12 января 1996 года № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».

1.4. Собственником имущества и учредителем Учреждения является муниципальное образование Тосненский район Ленинградской области.

Функции и полномочия учредителя Учреждения от имени муниципального образования Тосненский район Ленинградской области осуществляет администрация муниципального образования Тосненский район Ленинградской области (далее – Администрация района).

Функции и полномочия главного распорядителя бюджетных средств осуществляет комитет образования администрации муниципального образования Тосненский район Ленинградской области.

1.5. Учреждение является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, обособленное имущество, лицевые счета, открытые в территориальных органах Федерального казначейства и (или) комитете финансов администрации муниципального образования Тосненский район Ленинградской области в установленном законодательством Российской Федерации порядке, а также круглую печать со своим наименованием и наименованием Учредителя, необходимые для осуществления деятельности бланки и штампы, а также другие средства индивидуализации.

Учреждение приобретает права юридического лица с момента его государственной регистрации в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о государственной регистрации юридических лиц.

1.6. Учреждение для достижения целей своей деятельности вправе

совершать сделки, приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в судах в соответствии с законодательством Российской Федерации.

1.7. Финансовое обеспечение деятельности Учреждения осуществляется за счет средств бюджета муниципального образования Тосненский район Ленинградской области на основании бюджетной сметы.

Учреждение не имеет права предоставлять и получать кредиты (займы), приобретать ценные бумаги. Субсидии и бюджетные кредиты Учреждению не предоставляются.

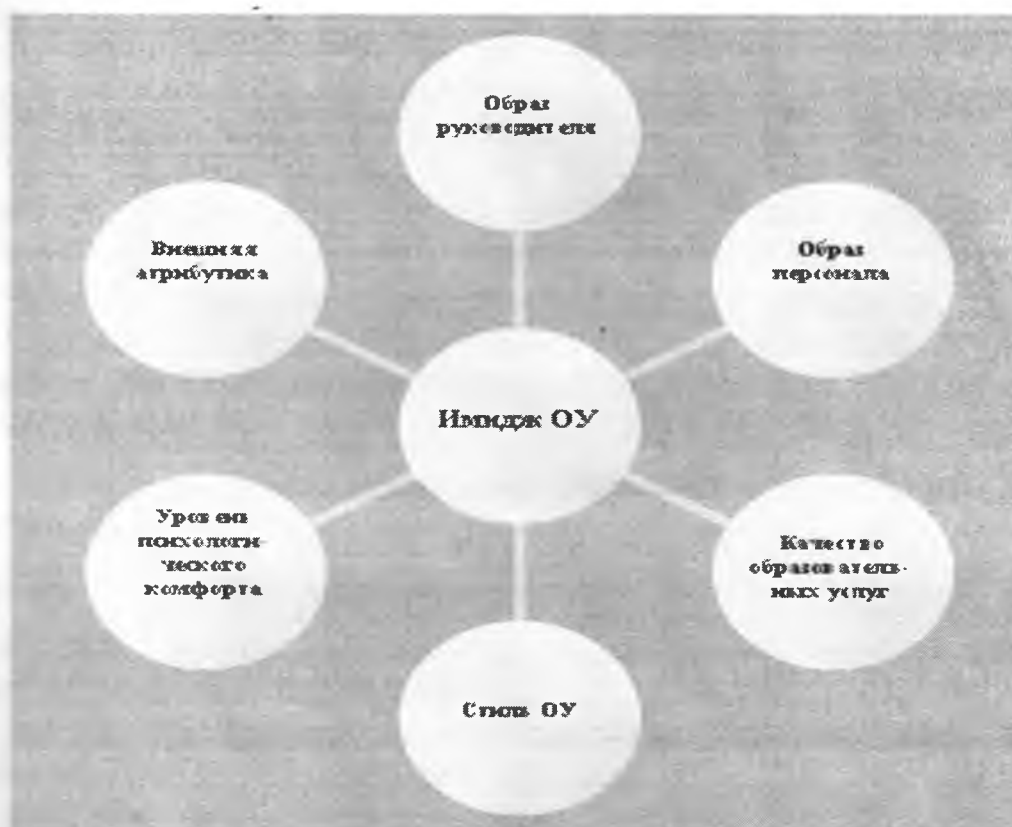
1.8. В своей деятельности Учреждение руководствуется Конституцией Российской Федерации, федеральными законами и иными правовыми актами Российской Федерации, областными законами Ленинградской области, правовыми актами муниципального образования Тосненский район Ленинградской области, а также настоящим Уставом.

1.9. Место нахождения Учреждения: Ленинградская область, г. Тосно, Московское шоссе д.42

Почтовый адрес: 187 002, Ленинградская область, г. Тосно, Московское шоссе д.42

1.10. Учреждение филиалов и представительств не имеет.

3. СТРУКТУРА РАЗВИТИЯ ИМИДЖА МКДОУ № 5 г.Тосно



- **Позитивный образ руководителя** – это персональные физические особенности (характер, обаяние, культура), социальные характеристики

(образование, биография, образ жизни, статус, ролевое поведение, ценности), профессиональные характеристики (знание стратегии развития образования, технологий обучения, воспитания, экономических и правовых основ функционирования учреждения);

- **Качество образовательных услуг** - вклад учреждения в развитие образовательной подготовки воспитанников, их возрастных, психических функций, творческих способностей, формирование здорового образа жизни; ясное видение целей образования и воспитания, сформулированное в миссии детского сада; связи ДОО с различными социальными институтами;
- **Уровень психологического комфорта** подразумевает, уважение в системе взаимоотношений воспитатель - воспитанник; бесконфликтное общение, оптимизм и доброжелательность в коллективе, своевременная психологическая помощь отдельным участникам образовательного процесса;
- **Образ персонала** – это квалификация, личные качества, внешний облик, педагогическая, социальная и управленческая компетентность сотрудников;
- **Стиль детского сада** заключается в эффективной организационной культуре учреждения; наличии и функционировании системы взаимодействия детского сада и родителей, традициях, стиле взаимодействия между участниками образовательного процесса;
- **Внешняя атрибутика** – подразумевает наличие фирменного стиля (символики): **гимн детского сада**, традиции учреждения, наличие собственного сайта в *Интернете*.

Процесс поиска «своего лица» может занять много времени, но это того стоит! Ведь здесь важно помнить, что любой работник педагогического сообщества является своеобразной частичкой, которая будет нести в мир информацию о целом, а значит, оттого, насколько люди разделяют общие цели и насколько осознают средства их достижения, зависит личный успех каждого из них.

4. Цель: развитие и укрепление положительного имиджа МКДОУ №5 г.Тосно.

Задачи:

- повысить привлекательность ДОО, в первую очередь, для родителей, воспитанников и сотрудников
- повысить эффективность мероприятий по информированию родителей об оказываемых образовательных услугах ДОО
- повысить уровень организационной культуры,
- способствовать улучшению социально-психологического микроклимата в коллективе.

5. Механизмы формирования и способы построения имиджа образовательного учреждения

Формирование имиджа - это процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов. Но как понять, какой именно образ наиболее предпочтителен для «нужной» целевой аудитории? И как определить объем и специфику своих ресурсов? Немного возможностей имеется в детском саду для создания позитивного имиджа, который может существенно обогатить и сам педагогический процесс, дело лишь в правильном распределении общих усилий. Выделим основные этапы формирования имиджа.

I этап — определение миссии. Итак, миссия ДОО заключается в соответствии содержания образования образовательным потребностям и интересам воспитанника, соответствии содержания образовательного процесса психофизическим возможностям ребёнка, удовлетворение социального заказа на получение качественных образовательных услуг со стороны родителей, возможность получения образования в независимости от внешних препятствий.

Миссия по расширению доступности дошкольного образования дифференцируется по отношению к различным субъектам:

- по отношению к детям и их родителям ДОО стремится расширить вариативность дошкольных программ и форм обучения с тем, чтобы большее число воспитанников смогли получить качественное образование;
- по отношению к социуму миссия ДОО состоит в привлечении как можно большего числа различных субъектов и социальных институтов к развитию и реализации дошкольного образования с тем, чтобы расширить ресурсную (кадровую, материальную, информационную, экспериментальную и др.) базу дошкольного образования;
- по отношению к системе образования миссия ДОО заключается в расширении доступности новаций дошкольного образования для развития базового уровня образования посредством трансляции передового опыта педагогических работников;
- по отношению к дошкольным учреждениям города миссия ДОО заключается в разработке инновационных моделей образовательной деятельности дошкольного учреждения как образовательной организации по актуальным направлениям;

- по отношению к педагогическому коллективу ДОУ создаёт условия для профессиональной самореализации педагога, социальной защиты и повышения квалификации педагогического коллектива ДОУ.

II этап — определение целевой аудитории.

Планируя имиджевую работу, необходимо понять, какую *целевую аудиторию* мне хотелось бы привлечь в союзники. Путем анкетирования, опроса выявили:

Воспитанники- выпускники детского сада являются, чуть ли не главными «пиарщиками» учреждения.

Родители воспитанников- это самые авторитетные субъекты, способные не только дать реальную оценку деятельности детского сада, но и откорректировать общественное мнение и мнение своих детей о ней. Именно поэтому родители являются главной целевой группой, на которую необходимо ориентироваться в имиджевой работе.

Социальные партнеры (реальные и потенциальные). Сегодня все большее значение для успешного продвижения на рынке играет общественная деятельность, и нашим реальным партнером вот уже 2 года является ГИБДД.

Средства массовой информации. СМИ являются своеобразными посредниками между детским садом и обществом. Благодаря своевременному информированию о достижениях детского сада можно существенно расширить круг своих потенциальных партнеров и сформировать позитивное мнение о себе в глазах окружающих (в этом году у нас прошла акция «Берегите детские жизни», в которой участвовали: родители, дети, ГИБДД, телевидение; статья в газете «Тосненский вестник»- ежегодно родители выпускников благодарят коллектив ДОУ за отличную подготовку к школе и комфортное пребывание в детском саду, информация на официальном сайте в сети «Интернет»).

6. Финансовое обеспечение Программы

В рамках бюджетных ассигнований

- работа над оснащением предметно- развивающей среды учреждения, дошкольных групп

В рамках кадровых ресурсов

- повышение квалификации педагогических и руководящих работников учреждения

В рамках социального партнерства

- развитие сетевого взаимодействия учреждения с социальными партнерами

7. Перечень мероприятий по реализации программы развития учреждения

№ п/п	Название мероприятия	Сроки	Исполнители (ответственные)	Ресурсы	Предполагаемые результаты
1. Исследовательская деятельность					
1	Изучение опыта работы других ДОУ	Лето 2017-2019г	Администрация, педагоги	- посещение открытых мероприятий других ОУ - посещение официальных сайтов Интернет других ДОУ	- оценка работы конкурирующих ОУ
2	Мониторинг внутренних и внешних ресурсов МКДОУ №5 г.Тосно	Весь период	Администрация, педагоги	Анкетирование, опросы	- оценка положительных и отрицательных сторон в деятельности учреждения
2. Информационная деятельность					
3	Проведение совместных занятий с родителями	Ноябрь, март	Педагоги, специалисты	Организация консультаций, мастер-классов	- популяризация самобытности образовательного процесса
4	Регулярное обновление сайта ОУ	Раз в 10 дней	Ответственный за информатизацию	Выкладка документов	- своевременное оповещение родителей об изменениях в жизни детского сада
5	Регулярное обновление информации на информационных стендах	По мере поступления информации	Заместитель заведующего по ВР, музыкальный руководитель	Выкладка документов, фотоматериала	
6	Проведение совместной акции «Спасите детские жизни»	апрель	Заведующая, педагоги представитель ГИБДД	Телепередача на местном телевидении о МКДОУ	- повышение конкурентоспособности ДОУ - привлечение контингента
7	Проведение совместных праздников с участием родителей в МКДОУ	Ноябрь, декабрь, май	Педагоги, родители, специалисты	Выкладка фотоматериалов	- популяризация самобытности образовательного процесса
3. Разработка маркетинговой стратегии					
6	Организация инициативной группы по написанию маркетинговой стратегии	Лето 2019	Заведующая, педагоги, зам. зав. по ВР	Составление плана действий	- развитие деятельности ДОУ

4. Рекламная деятельность					
1	Взаимодействие с родителями	Весь период	Администрация, педагоги	Проведение родительских собраний, индивидуальные консультации, совместных мероприятий	- информирование родителей - популяризация самобытности образовательного процесса - повышение конкурентоспособности ДОУ
2	Размещение гимна МКДОУ на официальном сайте	Весь период	Ответственный за сайт	Знание гимна детского сада педагогами, воспитанниками, родителями	- популяризация самобытности образовательного процесса - повышение конкурентоспособности ДОУ
3	Проведение совместной акции «Спасите детские жизни»	Май	Заведующая, педагоги, представитель ГИБДД	Телепередача на местном телевидении о МКДОУ	- повышение конкурентоспособности ДОУ - привлечение контингента
4	Создание буклетов об МКДОУ	Весь период	Администрация	Раздача буклетов родителям, поставщикам	- повышение конкурентоспособности ДОУ - привлечение контингента
5	Публичный отчет о деятельности ДОУ с использованием ИКТ	май	Заведующая	Презентация	повышение конкурентоспособности ДОУ
6	Выпускной бал	май	Администрация, педагоги, музыкальный руководитель	Презентация, выкладка видеоматериалов, фотоматериалов на сайтах в сети Интернет, благодарность в местной газете «Тосненский вестник»	- популяризация самобытности образовательного процесса - повышение конкурентоспособности ДОУ
5. Развитие социального партнерства					
	Сотрудничество с ГИБДД, телевидением	апрель, октябрь	Администрация, педагоги, специалисты	Телепередача на местном телевидении о МКДОУ, на сайтах сети «Интернет», в местной газете «Тосненский вестник»	- продвижение и развитие ДОУ
6. Профорientационная деятельность					

	В подготовительной к школе группе создан уголок профорientации «Кем быть»	Октябрь, май	Педагоги, специалисты	Выкладка материалов на выставке «Все профессии важны»	- развитие воспитанников
7. Оценочная деятельность					
1	Педсовет: «Создание положительного имидж МКДОУ с использованием информационных ресурсов»	Весь период	Администрация	- буклеты - официальный сайт - сайты групп - статья в газете - телепередача о МКДОУ	- популяризация самобытности образовательного процесса - повышение конкурентоспособности ДОУ
2	Анкетирование родителей «Удовлетворенность качеством образовательных услуг»	Декабрь, май	Администрация, педагоги	- презентация, таблица	- развитие деятельности ДОУ

8. Ожидаемые результаты выполнения Программы.

- сформировать позитивный имидж МКДОУ путем популяризации самобытности образовательного процесса
- повышение его конкурентоспособности, развития деятельности учреждения.

9. Контроль исполнения Программы

Контроль за ходом реализации Программы организуется администрацией ДОУ, отделом образования Вознесенского района.

Отчеты педагогов предоставляются ежегодно (в составе аналитического отчета по итогам работы учреждения, анализа образовательной деятельности) и на сайте ДОУ;

- в обязанности ДОУ входит периодическое информирование родителей воспитанников о ходе реализации программы (посредством сайта, родительских собраний, отчетных концертов и т.д.)

