

*Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа № 19»*

«Формирование имиджа образовательного учреждения»

*Марьясова Елена Владимировна,
учитель изобразительного искусства*



*Имидж нельзя купить. Его можно только
создать.*

*Сначала вы работаете на имидж, а потом
он работает на вас.*

Жан Кокто

Необходимость формирования имиджа образовательного учреждения определяется:

- ❖ *Дифференциацией и вариативностью системы общего среднего образования;*
- ❖ *Сложной демографической ситуацией в системе общего среднего образования*

- ❖ «имидж» - (от лат. imago - «изображение, образ») как целенаправленно формируемый образ, призванный оказать воздействие в целях популяризации и рекламы.

/Современный толковый словарь/

- ❖ **имидж общеобразовательного учреждения** - «эмоционально окрашенный образ, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социального окружения общеобразовательного учреждения»

/Т.Н. Пискунова/

Структура имиджа

1. Позитивный образ руководителя

- ❖ персональные физические особенности;
- ❖ социальные характеристики ;
- ❖ профессиональные качества;

2. Качество образовательных услуг

- ❖ образовательная подготовка учащихся;
- ❖ воспитанность;
- ❖ формирование здорового образа жизни;
- ❖ связи школы с различными социальными институтами;

3. Уровень психологического комфорта

- ❖ уважение в системе взаимоотношений учитель-ученик;
- ❖ бесконфликтное общение;
- ❖ оптимизм и доброжелательность в коллективе;



4. Образ персонала

- ❖ квалификация;
- ❖ личные качества;
- ❖ компетентность сотрудников;

5. Стил ь образовательного учреждения

- ❖ организационная культура школы;
- ❖ наличие и функционирование детских объединений;
- ❖ традиции;

6. Внешняя атрибутика

- ❖ наличие фирменного стиля (символики);
- ❖ школьная форма;
- ❖ собственного сайта в Интернете;



Целевая аудитория

- ❖ ученики;
- ❖ родители;
- ❖ коллектив работников ОУ;
- ❖ социальные партнеры.



Этапы формирования имиджа

1. Проведение маркетингового исследования.
2. Оценка ресурсов образовательного учреждения.
3. Реализация программы развития.
4. Промежуточный контроль.
5. Регулирование и оценка результатов деятельности.

*Поиски единственного рецепта
успешного управления, увы,
обречены на провал.
Собственно, банальный
рецепт всё же есть – он в
самом факте поиска!*

К.М. Ушаков



**Спасибо
за
внимание !**