



Технологии формирования имиджа ДОУ

Воспитатель: Белявская
Анастасия Викторовна

Имидж — «образ» товара, услуги, предприятия, человека, сумма впечатлений, которые складываются в сознании людей и определяют отношение к ним (*Словарь финансовых терминов*).



Пискунова Т.Н. рассматривает **имидж**
общеобразовательного учреждения как
«эмоционально окрашенный образ, обладающий
целенаправленно заданными характеристиками и
призванный оказывать психологическое влияние
определенной направленности на конкретные группы
социального окружения **общеобразовательного**
учреждения».





Структурные компоненты имиджа образовательного учреждения (Пискунова Т.Н.)

Формирование имиджа — это процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов.

Основные этапы формирования имиджа:

I этап — определение миссии.

II этап — определение целевой аудитории.

III этап — планирование.

IV этап — реализация запланированных мероприятий.

V этап — проверка эффективности.

Сформированный позитивный имидж образовательного учреждения позволит решить ряд задач:

- повысить привлекательность ДООУ;
 - повысить эффективность мероприятий по информированию населения относительно новых образовательных услуг;
 - облегчить процесс введения новых образовательных услуг;
 - повысить уровень организационной культуры;
 - способствовать улучшению социально-психологического микроклимата в коллективе.
-

При формировании имиджа перед руководителем и/или проектной группой ДОУ стоит задача описать элементы будущего имиджа: внешние и внутриорганизационные.



Элементы внешнего имиджа:

1. Логотип.
 2. Летопись.
 3. Пресс-кит ДООУ.
 4. PR-мероприятия.
 5. Архив публикаций и репортажей о достижениях ДООУ в СМИ.
 6. Корпоративный сайт.
-

Элементы внутреннего имиджа:

- 1.** Проведение тренингов и упражнений на сплочение коллектива ДОУ.
 - 2.** Введение дресс-кода для сотрудников.
 - 3.** Организация повышения квалификации персонала ДОУ.
 - 4.** Гибкая система премирования за заслуги перед ДОУ.
-

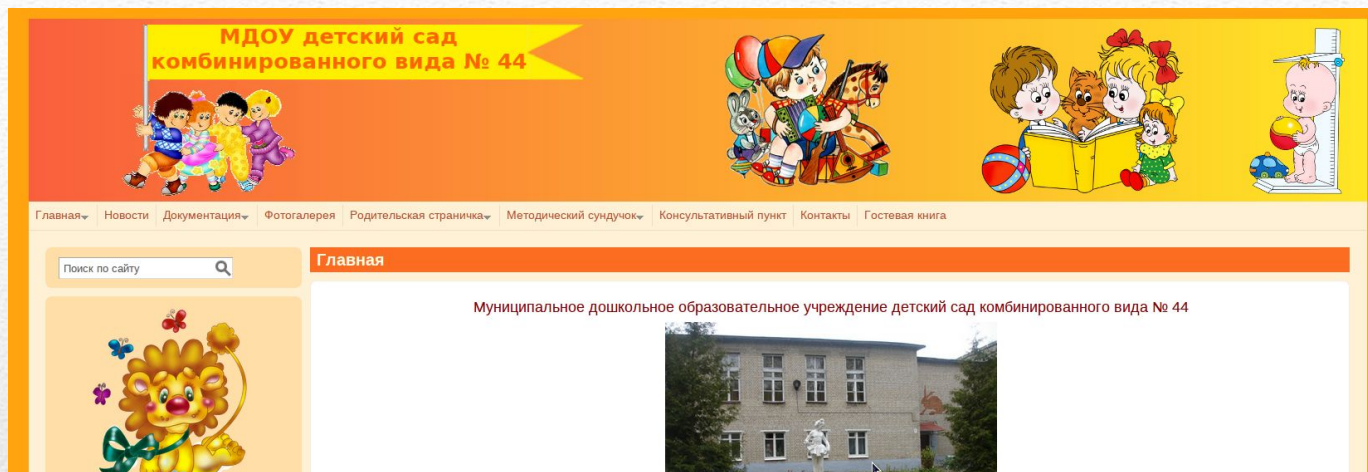
Публикации



Мониторинг



Фирменный стиль



На Пионерской улице ес
Где солнышком любитесь
Перед крыльцом красави
В коротком белом платьице
Красавица без имени- ах,
Кого же все же именно здесь



Организация специальных мероприятий, акций, семинаров, конференций, форумов, лекций, выступлений руководства и ведущих экспертов, а также участие в отраслевых мероприятиях, дни открытых дверей и т. д.



Организация утренников, родительских собраний, концертов, приуроченных к определенным датам, организация методических объединений, участие педагогов в конкурсах.



Работа со средствами массовой информации



Литература:

- 1.** Пискунова Т.Н. Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения [Текст] / Т. Н. Пискунова: Автореф. дис. ... канд. псих. наук. – М., – 1998.
 - 2.** Петрова Е.А. Имидж специалиста – имидж организации – имидж профессионального образования в России // PR в образовании. – №4, 2003. – С.4-6.
 - 3.** <https://slovar.cc/ekon/fin/2347450.html>
-