

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
**ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»**  
**Институт социального образования**  
**Факультет международных отношений и социально-гуманитарных**  
**коммуникаций**  
**Кафедра рекламы и связей с общественностью**

**PR–средства в формировании положительного имиджа ДОУ**

ОП ВО «42.03.01 – Реклама и связи с общественностью»

Выпускная квалификационная работа

Выпускная квалификационная работа  
допущена к защите  
зав. кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

Исполнитель:  
Хвостанцева Алина Альбертовна,  
студент БР-41zA группы  
заочного отделения

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

А.В. Коротун,  
канд. пед. наук, доцент

Руководитель ОПОП:

\_\_\_\_\_

М.А. Николаева,  
канд. пед. наук, доцент

Научный руководитель:  
Авдюкова Алла Евгеньевна,  
кандидат педагогических наук, доцент  
кафедры рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

подпись

Екатеринбург 2016 г

## Оглавление

	с.
<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Теоретические аспекты формирования положительного имиджа дошкольного образовательного учреждения</b> .....	6
1.1 Общая характеристика дошкольного образовательного учреждения.....	6
1.2 Процесс формирования положительного имиджа: этапы и компоненты .....	13
1.3 Роль PR-средств в формировании имиджа дошкольного образовательного учреждения .....	27
<b>Глава 2. Разработка PR-средств в формировании положительного имиджа Муниципального автономного дошкольного образовательного учреждения Детский сад №49 «Чебурашка» Малышевского городского округа</b> .....	33
2.1 Характеристика деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».....	33
2.2 Анализ процесса формирования имиджа и PR-средств в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».....	47
2.3 Разработка PR-средств по повышению имиджа МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» .....	67
<b>Заключение</b> .....	76
Список использованной литературы.....	79
Приложение.....	84

## Введение

Дошкольное учреждение - тип образовательного учреждения в Российской Федерации, реализующего общеобразовательные программы дошкольного образования различной направленности. Дошкольное образовательное учреждение обеспечивает воспитание, обучение, присмотр, уход и оздоровление детей в возрасте от двух месяцев до семи лет. Дошкольного образовательного учреждения - это своеобразный мир детства, счастья, творчества, где создано максимум удобств для ведения учебно-воспитательного процесса.

В настоящее время отмечается нехватка государственных дошкольных образовательных учреждений. Одним из вариантов решения проблемы нехватки мест для детей в государственных дошкольных учреждениях является привлечение к сотрудничеству частных детских садов. Количество частных дошкольных образовательных учреждений с каждым годом растет.

Возрастающая конкуренция заставляет думать о том, как выделиться из очереди многих, как привлечь внимание новых клиентов.

Имидж образовательного учреждения - это образ, который формируется в общественном и индивидуальном сознании, посредством средств массовой коммуникации и психологического воздействия. Он необходим для формирования доверия потенциальных потребителей. Позитивный имидж предприятия повышает конкурентоспособность, является одним из факторов успеха [Еремеев С.Н., 2009, с. 6]. Позитивный имидж необходимо формировать на основе имеющихся ресурсов PR-средств.

Благодаря использованию PR-средств в сознании общественности закрепляется положительный имидж дошкольного образовательного учреждения и потребность в его услугах. Формы и методы PR-деятельности, традиционно используемые дошкольным образовательным учреждением, могут быть интегрированы в единую систему взаимодействия с обществом, т.е. должны образовывать целостную структуру, способную решать задачи и

достигать цели, поставленные перед учреждением [Калмыков А.А., 2007, с. 11].

Актуальность обусловлена тем, что в современном обществе постоянно и значительно увеличивается количество дошкольных образовательных учреждений, что требует умения правильно позиционировать и выделять себя среди большого количества конкурентов, в том числе средствами PR.

Следует отметить, что развитие имиджа дошкольного образовательного учреждения средствами PR является малоизученной темой.

Разработанность данной проблемы в науке велась следующими авторами: О.В. Лысенковой, И.П. Васковой, С.Н. Павловой и др.

Объект исследования – процесс формирования имиджа дошкольного образовательного учреждения.

Предмет исследования - PR-средства в развитии имиджа Муниципального автономного дошкольного образовательного учреждения Детский сад №49 «Чебурашка» Малышевского городского округа.

Цель данной выпускной квалификационной работы – выявление PR-средств, необходимых для формирования имиджа дошкольного образовательного учреждения. Исходя из сформулированной цели, поставлены следующие задачи:

- охарактеризовать дошкольное образовательное учреждение, цели, задачи, классификацию, направление деятельности.

- определить процесс формирования положительного имиджа образовательного учреждения;

- раскрыть роль PR-средств в формировании имиджа дошкольного образовательного учреждения;

- изучить характеристику деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»;

- проанализировать процесс формирования имиджа и PR-средств;

- разработать PR-средства по повышению имиджа дошкольного образовательного учреждения.

База исследования: Муниципальное автономное дошкольного образовательное учреждение Детский сад № 49 «Чебурашка» Малышевского городского округа.

В работе применялись теоретические методы: изучение литературы, посвященной избранной тематике; эмпирические методы: наблюдение, сравнение. Методы опроса — беседа, анкетирование. SWOT – анализ, конкурентный анализ.

Практическая значимость. Практические результаты работы могут быть использованы для выработки эффективных мер с использованием PR-средств при формировании стратегии по реализации образовательных услуг. Кроме того данные PR-средства могут быть использованы в дальнейшей работе дошкольного образовательного учреждения.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

# **Глава 1. Теоретические аспекты формирования положительного имиджа дошкольного образовательного учреждения**

## **1.1 Общая характеристика дошкольного образовательного учреждения**

В силу своих содержательных свойств дошкольное образование обладает определенной спецификой. В Федеральном законе от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 02.03.2016) «Об образовании в Российской Федерации» и других нормативно-правовых актах отражены понятия и некоторые особенности регулирования дошкольного образования.

Дошкольное учреждение – это тип образовательного учреждения в Российской Федерации, реализующего общеобразовательные программы дошкольного образования различной направленности. Дошкольное образовательное учреждение обеспечивает воспитание, обучение, присмотр, уход и оздоровление детей в возрасте от двух месяцев до семи лет [Парамонова, 2013, с. 10].

Дошкольное образовательное учреждение осуществляет свою деятельность на основе Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 г. №273-ФЗ (ред. от 02.03.2016 г.) «Об образовании в Российской Федерации» [ФЗ РФ «Об образовании в РФ, 2013, с. 4].

Согласно ст. 2 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» образование представляет собой единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции, определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения

его образовательных потребностей и интересов [ФЗ РФ «Об образовании в РФ, 2013, с. 5].

В ст. 2 Федерального закона Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» указано, что «воспитание – деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающегося на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства». «Обучение – целенаправленный процесс организации деятельности обучающихся по овладению знаниями, умениями, навыками и компетенцией, приобретению опыта деятельности, развитию способностей, приобретению опыта применения знаний в повседневной жизни и формированию у обучающихся мотивации получения образования в течение всей жизни» [ФЗ РФ «Об образовании в РФ, 2013, с. 4].

В ст. 64 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» указано, что «Дошкольное образование направлено на формирование общей культуры, развитие физических, интеллектуальных, нравственных, эстетических и личностных качеств, формирование предпосылок учебной деятельности, сохранение и укрепление здоровья детей дошкольного возраста».

В ст. 64 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» указано, что «Образовательные программы дошкольного образования направлены на разностороннее развитие детей дошкольного возраста с учетом их возрастных и индивидуальных особенностей, в том числе достижение детьми дошкольного возраста уровня развития, необходимого и достаточного для успешного освоения ими образовательных программ начального общего образования, на основе индивидуального подхода к детям дошкольного возраста и специфичных для детей дошкольного возраста видов деятельности. Освоение образовательных программ дошкольного

образования не сопровождается проведением промежуточных аттестаций и итоговой аттестации обучающихся» [ФЗ РФ «Об образовании в РФ, 2013, с. 6].

Первый уровень в системе образования РФ занимает дошкольное образование. Дошкольные учреждения в зависимости от своей специфики и функций подразделяются на следующие виды:

- 1) детский сад;
- 2) детский сад компенсирующего вида;
- 3) детский сад обще развивающего типа;
- 4) детский сад с национальным (этнокультурным) компонентом образования;
- 5) детский сад комбинированного типа;
- 6) детский сад оздоровления и присмотра;
- 7) дошкольные группы образовательных государственных учреждений «начальная школа — детский сад»;
- 8) дошкольные группы образовательных государственных учреждений «общеобразовательная школа»;
- 9) детский сад - центр развития ребенка;
- 10) дошкольные группы образовательных государственных учреждений «центр образования»;
- 11) дошкольные группы образовательных государственных учреждений «прогимназия» [Васильева, 2013, с. 23].

Наиболее распространенный вид дошкольного государственного образовательного учреждения это детский сад. В детском саду обеспечивается постоянный присмотр за детьми, уход и оздоровление, воспитание и обучение детей. В каждом детском саду реализуется своя образовательная программа [Васильева, 2013, с. 30].

Существуют детские сады государственного обще развивающего вида с определенным осуществлением какого-то направления или нескольких направлений развития воспитанников – интеллектуального, физического,

художественно-эстетического [Васильева, 2013, с. 31]. Также существуют частные детские сады, так же с определенным направлением развития детей.

Кроме этого в Российской Федерации существуют следующие виды дошкольных образовательных учреждений как:

1) детский сад общеразвивающего вида с приоритетным осуществлением одного или нескольких направлений развития воспитанников (интеллектуального, художественно-эстетического, физического и др.);

2) детский сад компенсирующего вида с приоритетным осуществлением квалифицированной коррекции отклонений в физическом и психическом развитии воспитанников;

3) детский сад пристра и оздоровления с приоритетным осуществлением санитарно-гигиенических, профилактических и оздоровительных мероприятий и процедур;

4) детский сад комбинированного вида (в состав комбинированного детского сада могут входить общеобразовательные, компенсирующие и оздоровительные группы в разном сочетании);

5) центр развития ребёнка – это детский сад с осуществлением физического и психического развития, коррекции и оздоровления всех воспитанников [Парамонова, 2013, с. 45].

В детском саду осуществляются санитарно-гигиенические, оздоровительные профилактические, мероприятия и процедуры.

В детском саду есть физкультурно-оздоровительный и игровой комплексы, детский театр, изостудия, компьютерный класс, возможен бассейн. Осуществляется комплексный подход к организации всей работы с детьми – осуществляется как физическое и психическое развитие, так и коррекция, возможно художественно-эстетическое и интеллектуальное развитие детей [Васильева, 2013, с. 35].

Детский сад компенсирующего вида осуществляют квалифицированную коррекцию. Детей с различными патологиями берут в

такие детские сады, например, с задержкой психического развития, с нарушением опорно-двигательного аппарата, с туберкулезной интоксикацией, с нарушением слуха, с нарушением зрения, с нарушениями речи, с нарушением интеллекта, очень часто болеющих детей. В детских садах компенсирующего вида работают медики с высокой квалификацией, для детей создаются особые условия – это может быть диетическое питание, бассейны, массажные кабинеты, ограниченное количество детей в группах [Васильева, 2013, с. 45].

В детских садах компенсирующего типа детей лечат, обучают и воспитывают на основании специально разработанной программы. При таких детских садах работают консультационные пункты, в них родители получают совет, рекомендации, как поступать с ребенком в той, или иной ситуации.

Для поступления в данный сад компенсирующего вида, необходимо направление педиатра и/или справки от специалистов по конкретному профилю садика [Васильева, 2013, с. 47].

Целями дошкольных образовательных учреждений являются: обеспечение воспитания, обучения и развития, а также присмотр, уход и оздоровление детей при освоении основных общеобразовательных программ дошкольного образования [Васильева, 2013, с. 5].

Дошкольные образовательные учреждения реализуют следующие основные задачи:

- 1) охрана жизни и укрепление здоровья детей;
- 2) обеспечение интеллектуального, личностного и физического развития детей;
- 3) осуществление необходимой коррекции отклонений в развитии детей;
- 4) приобщение детей к общечеловеческим ценностям;
- 5) взаимодействие с семьей для обеспечения полноценного развития детей [Парамонова, 2013, с. 49].

Происходит активное внедрение в практику работы дошкольных образовательных учреждений групп кратковременного пребывания, различных центров дошкольного образования: физкультурно-оздоровительных, ранней коррекции развития детей и др. Существует сеть групп кратковременного пребывания развивается, они работают не вместо традиционных групп полного дня.

Вместе с традиционными режимами работы дошкольных образовательных учреждений (12-часовым и круглосуточным режимами пребывания детей), используются также 10-часовой и 14-часовой режимы с 2000 года. Что позволяет повысить доступность дошкольного образования для различных категорий родителей [Васильева, 2013, с. 50].

Так же, параллельно с развитием традиционных форм дошкольного образования имеют место новые модели: дошкольные группы на базе общеобразовательных учреждений, дошкольные группы на базе учреждений дополнительного образования, образование детей дошкольного возраста в условиях семьи.

Количество групп в дошкольном образовательном учреждении определяется учредителем в соответствии нормативом бюджетного финансирования.

В группах:

- от 2 месяцев до 1 года - 10 детей;
- от 1 года до 3 лет - 15 детей;
- от 3 лет до 7 лет - 20 детей.

В разновозрастных группах:

- при наличии в группе детей двух возрастов (от 2 месяцев до 3 лет) - 8 детей;
- при наличии в группе детей любых трёх возрастов (от 3 до 7 лет) - 10 детей;
- при наличии в группе детей любых двух возрастов (от 3 до 7 лет) - 20 детей [Васильева, 2013, с. 60].

Рассмотрим проблемы современных дошкольных образовательных учреждений в нашей стране, они примерно одинаковы - это:

- недостаточное бюджетное финансирование. Зачастую, бюджетных денег выделяется недостаточно, возможны задержки. Детские сады ищут дополнительные источники финансирования.

- недостаточный уровень информированности о деятельности детских садов;

- недостаточное (малое) количество детских садов, существует проблема переполняемости групп;

- соответственно существуют очереди на то чтобы записаться в детский сад;

- из низкого финансирования вытекает проблема некачественное питание;

- недостаточный уровень квалификации воспитателей;

- возможны споры с родителями на ремонт;

- недостаточная работа над имиджем детского сада;

- недостаточное взаимодействие родителей со средствами массовой информации;

- низкая посещаемость детей групп детского сада из-за частых болезней детей [Васильева, 2013, с. 11].

Таким образом, детское дошкольное учреждение это тип образовательного учреждения в Российской Федерации, реализующего общеобразовательные программы дошкольного образования различной направленности. Дошкольное образовательное учреждение обеспечивает воспитание, обучение, присмотр, уход и оздоровление детей в возрасте от двух месяцев до семи лет.

На сегодняшний день, важно помнить, что всем дошкольным образовательным учреждениям как некоммерческим организациям, исходя из целей и принципов их деятельности предъявляются все новые требования и немаловажную роль при этом играет создание имиджа учреждения.

## **1.2 Процесс формирования положительного имиджа: этапы и компоненты**

Понятие «имидж», как и большинство научных категорий, трактуется в широком и узком смысле. В широком смысле «имидж» - это распространенное представление о совокупности естественных и специально сконструированных свойств объекта. «Имидж» в узком смысле - это сознательно сформированный образ объекта, наделяющий последнего дополнительными ценностями и дающий возможность продуцировать те впечатления об объекте, отношения к нему и его оценки, которые необходимы его создателю [Джи, 2000, с. 38].

Зарубежные специалисты трактуют имидж как сильное впечатление, обладающее большими регуляторными свойствами. Имидж - это особый психический образ, определенным образом влияющий на эмоции, поведение и отношения личности или группы личностей [Харитоновна, 2007, с. 96].

При конструировании определения понятия «имидж», в определении имиджа организации можно учитывать следующие взаимно противоположные системы:

1. Объективное - субъективное. Имидж может пониматься не только как определенное содержание массового или индивидуального сознания, но и как набор атрибутов предприятия, его товаров и услуг, его рекламной продукции и т.п. (например, логотип, слоган, отличительные особенности деловой этики). Различение этих двух значений в терминологическом плане должно учитываться при разработке имиджа организации.

2. Естественное - искусственное. Есть два противоположных представления о том, как имидж организации создается. Так имидж организации складывается стихийно, как «естественный» результат деятельности организации, как оценка реальных характеристик процессов и продуктов деятельности в социальной среде. Противоположное -

организация целенаправленно создает определенный нужный имидж, используя специальные средства.

3. Когнитивное - эмоциональное. В имидже могут выделяться когнитивные элементы - вербальные понятия, слуховые, зрительные и другие образы; и эмоциональные элементы - чувства, переживания, аффекты и т.п. Из этого следует, что имидж не только субъективное, зависящее исключительно от индивидуального или группового сознания, не только искусственно созданное с помощью имиджмейкеров, СМИ или рекламы. Имидж определяется, исходя из объективных характеристик деятельности организации, он может складываться естественным путем, в ходе «эволюционного» развития организации или индивида, и нести в себе значительный объем рационального. Становится ясно, как непросто дать определение имиджа.

Как итог, дадим определение имиджа: «Имидж - это некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или иного социального объекта, содержит в себе значительный объем эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия и побуждает к определённом социальному поведению».

В маркетинге имидж трактуется как (image - образ, изображение, отражение в зеркале) - образ, репутация, мнение широкой публики, потребителей и клиентов о престиже организации, ее продуктах и услугах, репутации руководителей» [Почепцов, 1998, с. 48].

Усиление внимания к имиджу определяется в последние годы в связи с проблемой выбора, вставшей перед людьми (выбора товаров и услуг, политических партий и общественных организаций, лидеров и руководителей), и конкуренцией на разных рынках - потребительском, политическом и др. Необходимо создать определенный имидж чтобы продать товар, услугу, привлечь на свою сторону избирателя, чтобы успешно конкурировать на рынке, фирма, общественная организация. Многолетняя

практика подтверждает, что целесообразный, адекватный имидж совершенно необходим для любого вида социальной деятельности.

В рамках традиционных научных дисциплин - психологии, экономики, социологии, политологии - появилось специальные научно-практические отрасли: теория и практика рекламы, public relations, имиджелогия и др., основным предметом изучения становится формирование образов, и социальных образов.

В имиджелогии выделяют две определенные группы функций имиджа:

- ценностные – свидетельствующие о его бесспорном значении в выстраивании здоровой душевной организации личности;
- технологические – достижение эффекта личного притяжения.

Существуют различные классификация и виды имиджей. В данной работе рассмотрим несколько наиболее распространенных видов имиджа.

Г. Н. Татарина выделяет три категории имиджа, представленные на рисунке 1 [Татарина, 2004, с. 29].

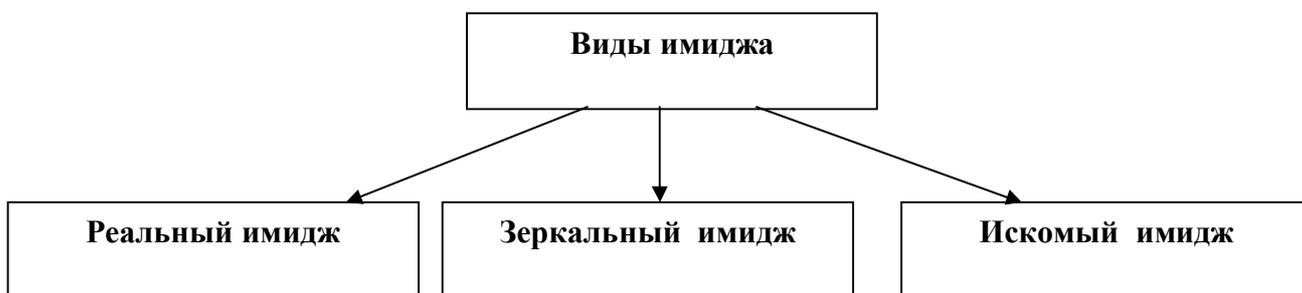


Рис. 1. Виды имиджа организации

Совокупность всех впечатлений, которые имеются у общественности об организации, ее продукте или лидере организации - это реальный имидж. С изучения и исследования реального имиджа организации начинается практически вся работа по связям общественностью.

Определенный набор характеристик, своеобразный образ организации, который существует в сознании лидеров организации это зеркальный имидж. Обязательным компонентом зеркального имиджа является фирменный стиль. Опыт наблюдений и исследований в области работы PR показывает, что

выделение фирменного стиля оправдывает себя. Руководитель организации преувеличивает истинность и точность своих знаний об организации и о себе.

Продуманный, сконструированный желаемый образ организации или личности, который является продуктом профессиональной разработки - это искомый имидж. Технологии и средства PR позволяют создавать, исследовать и продвигать искомый имидж.

Длительно и сложно происходит создание положительного имиджа и высокой репутации учреждения. Формирование имиджа способствует выработке философии учреждения. Требования к положительному имиджу предприятия: имидж должен быть адекватным, оригинальным, пластичным и иметь точный адрес. «Быть адекватным» – значит соответствие имиджа реально существующему образу или специфике предприятия. «Быть оригинальным» – значит отличаться от других предприятий, особенно от ближайших конкурентов.

Любое предприятие проходит в течение своей жизни четыре основных этапа развития:

- этап формирования учреждения на определенный сегмент рынка.
- утверждение учреждения на захваченных позициях, период стабильного существования.
- «Золотой век» - стадия активной инновационной деятельности учреждения с целью расширения рынка при стабильном занимаемом положении.
- трансформация учреждения, приводящая либо к прекращению его существования (банкротству, или стагнации), либо к очередному инновационному витку [Почепцов, 1997, с. 114].

Каждому из перечисленных этапов развития предприятия соответствует своя имиджевая политика, внешняя и внутренняя, необходимая для обеспечения максимальной прибыли на данной стадии развития и подготовки платформы для перехода к следующему этапу.

Рассмотрим формирование и подтверждение внутреннего и внешнего имиджа в зависимости от этапа развития предприятия.

На первом этапе предприятие находится в стадии становления, затраты на имидж и общую рекламу небольшие. Необходимо соблюдать обещания, данные потребителям услуг предприятия, и их реализацию. Лучше пообещать скромные услуги, и их реализовать, чем предложить широкий спектр, но выполнять лишь какую-то часть обещанных услуг.

На втором этапе на рынке предприятие занимает свою нишу. Предприятие увеличивает расходы на общую рекламу и на имидж-рекламу.

Третий этап развития - это «золотой век» предприятия, он связан с социальной рекламой. В имидже преобладают инновационные моменты, органично вписывающиеся в общий стиль.

Внутренний имидж предприятия на четвертом этапе связан:

- со стимулированием инновационной деятельности, для этого персонал предприятия повышает квалификацию, перепрофилируется, принимает участие в конкурсах, проектировании т.п.;

- созданием новых направлений деятельности (с практическим применением наработок исследовательских подразделений), вписывающихся в общий стиль предприятия и активно подающихся в этом ключе, так и абсолютно новаторские.

Внешний имидж предприятия на этом этапе предполагает:

- уменьшение затрат на общую рекламу;
- активное участие в общественной жизни: публичные мероприятия различного уровня;

- уровень и направленность этих мероприятий соответствует стилю и имиджу учреждения;

- расширение социальной рекламы.

Для создания имиджа, необходимо выявить:

- род деятельности предприятия в настоящее время и в перспективе;
- чем услуги предприятия отличаются от услуг конкурентов;

– провести конкурентный анализ, выявить их недостатки и превратить данные недостатки и преимущества.

На основании уже сложившегося образа организации сторонится формирование имиджа. Учитываются целевые группы, на которые должна ориентироваться организация. Главным условием формирования имиджа дошкольного учреждения является его активность на рынке образовательных услуг, так же важна и его социальная направленность, и отсюда следует, что главная цель дошкольного учреждения состоит не только в развитии деятельности, но и в его стремлении вносить свой вклад в дела всего общества.

Так же, имидж дошкольного учреждения, связан символикой. Включает он в себя и личный имидж руководителя учреждения.

Структура имиджа дошкольного образовательного учреждения включает в себя 8 компонентов:

1. Имидж дошкольного образовательного учреждения – представления общества относительно его уникальных характеристик:

– основные преимущества (выгоды, обеспечиваемые успешным завершением данной программы);

– дополнительные преимущества, обеспечивающие отличительные свойства (слоган, дизайн, реклама, качество, т.д.).

2. Имидж потребительских услуг дошкольного образовательного учреждения – предоставление дополнительных платных образовательных услуг и реализация дополнительных образовательных программ.

3. Внутренний имидж дошкольного образовательного учреждения – представления сотрудников о своем учреждении.

4. Имидж лидера и ближайшего окружения дошкольного образовательного учреждения, который включает в себя представления о способностях, установках, ценностных ориентациях, психологических характеристиках, внешности.

5. Имидж представляющей его структуры – собирательный, обобщенный образ организации, раскрывающий наиболее характерные черты лидера:

- профессиональная компетентность (мобильность, аккуратность в выполнении должностных обязательств, точность выполнения обязательств, информированность (готовность дать ответ на возникший вопрос);

- культура (коммуникабельность, приветливость, открытость, правильность речи);

- социально-демографические и физические данные (возраст, пол, уровень образования, наличие – отсутствие физических дефектов);

- визуальный имидж (деловой стиль в одежде, аккуратная прическа, ограничения в использовании аксессуаров, украшений, декоративной косметики).

6. Деловой имидж как характеристика деловой активности учреждения, включает в себя деловую репутацию, добросовестность (этические нормы делового общения должны соблюдаться), конкурентоспособность, инновационный потенциал, стабильность, надежность для клиентов и партнеров.

7. Социальный имидж дошкольного образовательного учреждения – это представления широкой общественности о социальных целях и роли учреждения в экономической, социальной и культурной жизни общества.

8. Визуальный имидж дошкольного образовательного учреждения - это логотип, товарный знак, цветовая гамма, реклама.

В рамках другой концепции целенаправленно созданный имидж рассматривается как совокупность составляющих, которые могут выстраиваться в рейтинговом ряду в зависимости от специфики деятельности учреждения. И. Алешина все составляющие имиджа условно подразделила на две группы:

- основные, связанные с главной деятельностью учреждения;

– сопутствующие, не являющиеся менее значимыми, они основываются на личностном, субъективном восприятии имиджа учреждения [Алешина, 2003, с. 122].

К основным составляющим имиджа И. Алешина относит:

- общую известность и репутацию;
- скорость реагирования на изменения запросов потребителей;
- инновационный потенциал и его реализацию;
- престиж предоставляемых услуг;
- рекламную политику;
- уровень развития и характер связей с социальными партнерами;
- финансовую обеспеченность (устойчивость), конкурентный статус.

По мнению А.С. Криксуновой, каждый из элементов имиджа учреждения характеризуется определенными критериями и показателями [Криксунова, 1997, с. 65]. Представление в обществе об отдельных составляющих имиджа характеризуется противоречивостью, механизмы сложен, а ожидаемые результаты имеют высокий процент погрешности и могут быть лишь примерно спрогнозированы, но не гарантированы.

По А.С. Криксуновой, к составляющим имиджа учреждения относят: характер и стиль отношений с клиентами; уровень внутренней корпоративной культуры; образ персонала учреждения; представление о стиле учреждения, общей атмосфере в учреждении.

Проанализировав виды и компоненты структуры имиджа, можно определить, что каждое учреждение само может выбирать для себя, каким станет ее внешний и внутренний имидж. Большинство учреждений совмещают в себе признаки разных имиджевых направлений, которые могут дать им преимущество перед конкурентом.

Большое внимание, для формирования имиджа дошкольного образовательного учреждения, необходимо уделять атрибутике, в которую входят элементы, относящиеся к числу имиджевой символики - это название, миссия учреждения, герб, гимн, флаг, традиции, унифицированная форма

одежды, а также логотип, слоган, девиз и корпоративный стиль учреждения [Криксунова, 1997, с. 68].

Все перечисленные элементы вносят в имидж организации дополнительные (желаемые) смыслы. Внешняя атрибутика оказывает влияние на социальные группы и поэтому роль психологических процессов при формировании имиджа учреждения начинает возрастать. Особенность имиджа учреждения заключается в том, что наличие сопутствующих составляющих не является строго обязательным для эффективного формирования благоприятного имиджа в целом, а отсутствие отдельных элементов не отражается напрямую на его качестве [Блажнов, 1994, с. 26].

Определим понятие «имидж» как среднее между представлением, которое учреждение хочет создать о себе у клиентов, и тем мнением об учреждении, которое уже существует. В плане действий по формированию концепции имиджа, в рамках данного подхода, выделяются две части:

1) активные действия учреждения по формированию и адекватному восприятию своего имиджа;

2) собственно «отражение» имиджа учреждения в «зеркале» определенной целевой группы [Джи, 2000, с. 92].

Могут не совпадать и различаться мнения учреждения о себе и мнения целевой группы об учреждении. Имидж, символично, можно представить в виде весов, где идеальное состояние - это равновесие. Может перевешиваться «чаша учреждения», тогда ему необходимы значительные усилия в построение своего имиджа. Если отклонение в сторону «чаши клиента», учреждению достаточно лишь оставлять представление о себе на данном уровне, что, не требует каких-либо хлопот и не нуждается в больших затрат при положительном восприятии клиентом бренда. Такая политика возможно не привлечет новых потребителей к учреждению, и к тому-же, она может привести к потере некоторых старых клиентов [Криксунова, 1997, с. 119].

Для формирования концепции имиджа важно:

1. Имидж учреждения должен соответствовать стратегии его развития, основан на удовлетворении определенных потребностей всего рынка или его сегмента.

2. Имидж учреждения должен соответствовать определенному уровню или этапу его развития.

3. Внутренний имидж учреждения должен согласовываться с его внешним имиджем.

4. Имидж учреждения должен соответствовать текущему этапу развития общества, в котором оно существует [Томилова, 1998, с. 27].

Рассмотрим основные средства PR, которые используются в ДООУ.

Профессиональные праздники, юбилеи. Традиционное церемониальное праздничное мероприятие, посвященное юбилею или иному профессиональному празднику. Данные средства PR проводятся для повышения значимости деятельности предприятия. [Борисов, 2011, с. 106].

Спортивные соревнования. Одной из функций организации средства PR является повышение узнаваемости или лояльности предприятия среди деловых партнеров, клиентов, сотрудников, широкой общественности.

Выставки/экспозиции. Участие в выставках является важной составляющей имиджа предприятия. Данное публичное мероприятие, демонстрирующее клиентам суть деятельности компании, ее последние достижения, вписывает компанию в контексте представителей отрасли.

Экскурсии это может быть коллективное посещение определенного, примечательного чем-либо объекта, связанного с деятельностью предприятия [Борисов, 2011, с. 120].

Пресс-релиз. Текст, оформленный в согласии с требованиями жанра, содержащий новостную информацию о предприятии, событии, явлении. Размещение пресс-релиза в СМИ – это технологический процесс, требующий опыта и специальных знаний. [Засурский, 2011, с. 87].

Веб-сайт. В компьютерной сети, объединенная под одним адресом, совокупность документов частного лица или предприятия. Современные

технологии и уровень развития сети Интернет позволяют сделать веб-сайт мощнейшим инструментом повышения имиджа и продвижения предприятия. Одна из важнейших функций веб-сайта является информационная поддержка потребителя [Засурский, 2011, с. 111].

В процессе формирования имиджа дошкольного учреждения специалисты рекомендуют учитывать такой фактор, как разработка миссии дошкольного образовательного учреждения. Рассмотрим ключевые моменты плана по созданию эффективного комплексного имиджа дошкольного образовательного учреждения:

- формирование внешнего имиджа учреждения;
- формирование внутреннего имиджа учреждения.

Внешний положительный имидж – согласованность всех элементов коммуникации дошкольного учреждения, передающих основную идею, вызывающих благоприятный отклик, который увеличивает степень доверия общественности. Для его создания необходимо определить:

- разработку (или корректировку) визуальных и деятельностных элементов внешней атрибутики для демонстрации духа общности, корпоративности, единения;
- формирование узнаваемого образа на рынке образовательных услуг;
- презентацию образовательных услуг, оказываемых дошкольным образовательным учреждением, делающим упор на уникальность предлагаемых услуг, подчеркивающим их качество.

Таким образом, для выбора приоритетного направления деятельности, все дошкольные образовательные учреждения должны опираться на технологии формирования своего имиджа. На сегодняшний день имиджеология располагает обширным арсеналом средств формирования имиджа. В книге «Имиджеология и публик рилейшнз в социокультурной сфере» О.В. Лысиковой перечислены основные из них:

1. **Позиционирование** – помещение объекта в благоприятную информационную среду. По сути, позиционирование представляет собой выбор в объекте характеристик, в которых наиболее заинтересован потребитель.

2. **Манипулирование** – переключение внимания на другой объект.

3. **Мифологизация** – использование мифа для формирования имиджа.

4. **Эмоционализация** – перевод текста с языка рационального на язык эмоциональный.

5. **Формат** – характеристика коммуникационной среды. Формат – это процессы создания выгодных для коммуникатора контекстов.

6. **Вербализация** – детализация и акцентирование информации в ходе выступлений. Имиджмейкер умело вербализирует действительность. Лидер ярко и красочно описывает ситуации.

7. **Визуализация**. Важной особенностью имиджеологии должно быть признано воздействие сразу по нескольким каналам.

8. **Внедрение моделей восприятия**. Важным феноменом управления общественным вниманием следует признать введение не только самой информации, но и одновременное введение моделей ее позитивного восприятия и оценки [Лысикова, 2006, с. 43].

О.В. Лысикова определяет, что для формирования положительного имиджа дошкольного образовательного учреждения можно использовать:

1. **Логотип** или фирменный знак. В нем отражено название дошкольного образовательного учреждения.

2. **Летопись** дошкольного образовательного учреждения, книга отзывов для родителей и гостей.

3. **Бейдж**, или внутренняя карточка воспитателя, на которой указываются имя, отчество, фамилия, должность (крепится на груди).

4. **Газета** о деятельности дошкольного образовательного учреждения.

5. **PR** - мероприятия: организация дней открытых дверей, презентаций, участие в специализированных выставках, ярмарках, конкурсах.

6. Публикации о достижениях дошкольного учреждения в СМИ.
7. Визуально подвижные коммуникации: манера персонала общаться с родителями, детьми, коллегами; деловой этикет, профессиональная этика.
8. Визуально неподвижные коммуникации: внешний вид персонала (одежда, прически, макияж, и прочее); сайт ДООУ; место расположения ДООУ, внешний вид здания, благоустроенность территории ДООУ.
9. Фирменный цвет. Он должен сделать дошкольное учреждение узнаваемым. Все необходимые документы выполняются на бумаге именно этого цвета.

Т.П. Белова определяет следующие составляющие имиджа дошкольного образовательного учреждения:

- оценка миссии ДООУ;
- оценка стратегии ДООУ;
- оценка внешнего имиджа ДООУ: название ДООУ, предметно-пространственная среда, состояние территории ДООУ, дизайн помещений, организация работы и цена услуг ДООУ, организация питания, информация о ДООУ, личный имидж администрации ДООУ, имидж персонала и отношение с посетителями, общественная деятельность ДООУ;
- оценка внутреннего имиджа ДООУ: философия ДООУ; организационная культура ДООУ;
- оценка неосознанного имиджа: удовлетворенность родителей услугами ДООУ, удовлетворенность детей (Приложение 1) [Белова Т.П., Положение О методической службе дошкольного образовательного учреждения. Режим доступа: <http://mdoyks> (дата обращения: 05.04.2016)].

Перечисленные атрибуты формируют имидж дошкольного образовательного учреждения и дают возможность занять ведущее место на рынке образовательных услуг. Однако нужно понимать, что от имиджа сотрудников дошкольного образовательного учреждения во многом зависит желание сотрудничать.

Современный руководитель дошкольного образовательного учреждения должен обладать высоким профессионализмом, компетентностью, организаторскими качествами, работоспособностью, политической культурой, высокой нравственностью, личным авторитетом, стремиться к демократическому стилю руководства. Важная составляющая имиджа руководителя – это самопрезентация. Имеют значение: особый блеск в глазах, улыбка, своеобразная интонация голоса, привлекательность манеры поведения.

Все перечисленные компоненты имиджа руководителя детского сада подходят и к педагогам (воспитателям). Имидж воспитателя – это инструментарий, использующий голос, пластику, мимику, внешние данные в качестве воздействия на воспитанников и родителей. Внешняя привлекательность воспитателей дошкольного образовательного учреждения важна для более быстрой адаптации ребенка к коллективу [Пименова С.В. Формирование имиджа дошкольного образовательного учреждения. Режим доступа: <http://островок21.пф/wp-content/uploads/2013/12/> (дата обращения 05.04.2016)].

Таким образом, для формирования положительного и неповторимого имиджа дошкольное образовательное учреждение должно иметь:

- четко определенные приоритеты, собственную философию, свое видение будущего;
- уникальную, неповторимую систему ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения;
- разнообразные качественные образовательные услуги;
- оригинальную систему учебно - воспитательной работы, развивающей творческие способности;
- связь с учреждениями здравоохранения, дополнительного образования, разными социальными партнерами;
- систему целевой подачи информации потребителям о своем потенциале, успехах и предполагаемых образовательных услугах [Пименова

С.В. Формирование имиджа дошкольного образовательного учреждения. Режим доступа: <http://островок21.пф/wp-content/uploads/2013/12/> (дата обращения: (05.04.2016)].

Итак, создание положительного имиджа – это сложная и многосторонняя работа, все части которой взаимосвязаны и взаимозависимы. Позитивный имидж создается основной деятельностью учреждения, а также целенаправленной информационной работой, ориентированной на целевые группы общественности, и способствует тому, что каждое дошкольное образовательное учреждение получает объективную оценку целевых аудиторий, которые останавливают свой выбор. Для этого необходимо предоставить убедительную и правдивую информацию о высоком качестве предлагаемых образовательных и дополнительных услуг.

### **1.3 Роль PR-средства в формировании имиджа дошкольного образовательного учреждения**

«Средство» означает прием, способ, орудие деятельности для решения неких задач. Дадим следующие определения PR-средств.

С.М. Емельянов определяет средства PR как совокупность информационных технологий, используемых субъектами PR для достижения поставленных целей [Емельянов, 2005, с.13].

А.А. Малькевич считает, что приемы, методы и технологии решения коммуникативных задач, направленных на формирование положительного имиджа базисного субъекта PR – это PR-средства [Малькевич, 2011, с. 66].

М.А. Шишкина считает PR-средствами совокупность социальных технологий (практик), составляющих содержание PR-деятельности [Шишкина, 2010, с. 310].

Исходя из вышесказанного, можно определение PR-средств как приемы, методы и технологии решения коммуникативных задач,

совокупность социальных технологий (практик), составляющих содержание PR-деятельности, которые направлены на продвижение услуг предприятия.

Так же PR-средства – это и совокупность информационных технологий, используемых субъектами PR для достижения поставленных целей. К ним можно отнести:

1) средства исследования общественного мнения (мониторинг радио и телепередач, личные контакты, консультации и т.д.);

2) средства воздействия на общественность (выставки, конференции, пресса, рассылки, используя различные средства связи и т.д.);

3) СМИ (печать, радио, телевидение);

4) речевые коммуникации (переговоры, выступления, беседы, PR-документация);

5) интернет, веб-сайт;

6) специальные события (выставки, ярмарки, брифинги, пресс-конференции, презентации и т.д.) [Буари, 2013, с. 105].

Совокупность PR-средств, составляющих инструментарий PR, можно разделяют на две большие группы.

А.А. Малькевич считает, что в первую группу можно отнести PR-средства, передающие входящую информацию (исследования общественного мнения, «горячие линии», мониторинг радио и телепередач, личные контакты, консультации и т.п.). Во вторую группу относят те PR-средства, которые передают исходящую информацию (пресса, выставки, конференции, рассылки и т.п.) [Малькевич, 2011, с. 70].

При формировании положительного имиджа дошкольного образовательного учреждения необходимо и можно использовать следующие средства: фирменный стиль - это основное средство его формирования; визуальные средства - внешние приемы формирования имиджа; вербальные (словесные) средства - специально подобранная стилистика, ориентированная на нужды потребителя (внутреннего и внешнего); рекламные средства - использованные в каждом конкретном случае

рекламные средства, способствующие формированию благоприятного отношения; PR - мероприятия - это выставки, презентации, семинары, мастер-классы для различных целевых аудиторий; представительство в Интернет - создание веб-сайта в едином стиле учреждения.

Рассмотрим эти средства более подробно. Фирменный стиль - это совокупность художественно-текстовых и технических составляющих, которые обеспечивают зрительное и смысловое единство продукции и деятельности фирмы, исходящей от нее информации, внутреннего и внешнего оформления.

Визуальные средства - дизайнерские приемы формирования имиджа. Полный пакет визуальной идентификации как инструмента формирования положительно имиджа учреждения, включающий основные элементы наружную вывеску, представление учреждения в Интернет, внешний вид учреждения, визуальные и вербальные контакты, фирменный стиль в СМИ. Визуальная идентификация, являясь одним из элементов расширенного маркетинг - микса, косвенно свидетельствует об уровне качества обслуживания, создает осведомленность об учреждении и применяется в публичных демонстрациях корпоративной индивидуальности.

Вербальные (словесные) средства - специально подобранная стилистика, ориентированная на нужды потребителя (внутреннего и внешнего). Данное направление обычно позиционируется в качестве слогана кампании.

Рекламные средства - использованные в каждом конкретном случае рекламные средства, способствующие формированию благоприятного отношения.

PR - мероприятия - продуманные, спланированные, постоянные усилия по установлению и укреплению взаимопонимания между учреждением и общественностью. При проведении PR - мероприятий специфика дошкольного образовательного учреждения должна

соответствовать специфике проводимого мероприятия. Важно отношение целевых аудиторий к проводимым PR – мероприятиям.

Классическим и наиболее популярным PR-средством является корпоративный сайт, под которым традиционно принято понимать официальное представительство определенной компании, предприятия, организации в Интернет. Корпоративный сайт предназначен для решения ряда задач, можно выделить следующие:

- предоставление информации;
- создание и стимулирование имиджа;
- поддержка целевых аудиторий.

Если использование Интернет как канала PR - коммуникации имеет смысл, то PR-деятельности учреждения рациональна и оправданна с точки зрения достижений целевой аудитории и успешной коммуникации с ней. Порядок размещения в Интернете и обновления информации об образовательном учреждении, в том числе содержание и форма ее представления, устанавливается Правительством Российской Федерации» [ФЗ № 293 от 08.11.2010 г.] Поэтому то, какая информация и как будет представлена на сайте, а также техническое оформление сайта, находится в прямой зависимости от того, что за целевая аудитория посещает сайт и что сайт должен до нее донести, какие возможности предоставить. Как средство PR – корпоративный сайт является удобным каналом информирования целевых аудиторий и изучения ее.

Поэтому, веб-сайт нужен для доведения информации учреждения до определенной целевой аудитории, и именно той, которая представляет интерес для учреждения. Успех сайта напрямую зависит от того, на какую аудиторию он рассчитан и как он под нее оптимизирован.

Целевую аудиторию сайта можно классифицировать по факторам:

- по целевым функциям, которые преследуют посетители сайта: клиенты, потенциальные клиенты, партнеры, потенциальные партнеры,

конкуренты, средства массовой информации (СМИ), потенциальные работники и так далее;

- по их статусу: частные, корпоративные;

- по отношению к сайту: постоянные посетители, новые посетители, случайные посетители;

- по возрасту, полу, социальному положению, уровню дохода, и так далее [Шишкина, 1999, с. 295].

Общую характеристику аудитории можно представить в классификации:

- целевая аудитория сайта;

- потенциальная аудитория сайта;

- нецелевая аудитория сайта.

Посетители сайта, которые являются прямыми потенциальными потребителями услуг учреждения, которые ищут информацию или услуги именно по тем товарам или услугам, которые и продвигает учреждение – это целевая аудитория сайта.

Посетители сайта, которые не являются прямыми потребителями услуг учреждения (эти услуги пока не требуются или посетители сайта еще не осознают потребность в этих услугах), но потребность в услугах учреждения у них может появиться при рассмотрении материалов сайта или позже, если прибегнут к услугам учреждения - это потенциальная аудитория.

Посетители сайта, которым услуги учреждения не требуются, и не потребуются, которые попадают на сайт по совершенно другим запросам – это нецелевая аудитория.

Средством формирования положительного имиджа учреждения – можно определить созданием и использованием в учреждении собственного сайта. При этом необходимо стремиться к тому, чтобы желаемый имидж соответствовал реальному, чтобы созданный образ отвечал требованиям потребителей и отражал индивидуальность учреждения. С помощью управления имиджем можно воздействовать и управлять эмоциями

потребителей, что является основной ценностью в условиях современного рынка. Основным принципом работы над имиджем в дошкольном образовательном учреждении может стать использование имеющихся ресурсов. Многие руководители дошкольных образовательных учреждений полагают, что использование PR-средств для создания имиджа требуют больших материальных вложений. Данные материальные вложения они не могут позволить в силу ограниченного финансирования. Но это не так. Родительские собрания, утренники, выставки, опросы общественного мнения, публикации не требуют больших материальных вложений и все это PR-средства, которые при грамотном использовании укрепят имидж дошкольного образовательного учреждения.

Таким образом, PR-средства – это приемы, методы и технологии решения коммуникативных задач, совокупность социальных технологий (практик), составляющих содержание PR-деятельности, которые направлены на продвижение услуг предприятия. Создание положительного имиджа должно стать основной деятельностью дошкольного образовательного учреждения, Для этого необходимо предоставить убедительную и правдивую информацию о высоком качестве предлагаемых образовательных и дополнительных услуг.

**Глава 2. Разработка PR-средств в формировании положительного  
имиджа Муниципального автономного дошкольного  
образовательного учреждения Детский сад №49 «Чебурашка»»  
Малышевского городского  
округа**

**2.1 Характеристика деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»**

Наименование учреждения: Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждения Детский сад №49 «Чебурашка»» Малышевского городского округа.

Место нахождения дошкольного образовательного учреждения (юридический и фактический адрес): Российская Федерация, 624286, Свердловская область, город Асбест, р.п. Малышева, улица Свободы, дом 11.

Учредителем и собственником имущества дошкольного образовательного учреждения является Малышевский городской округ в лице администрации Малышевского городского округа.

Функции и полномочия Учредителя дошкольного образовательного учреждения осуществляет Управление образования Малышевского городского округа.

Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад №49 Чебурашка»» Малышевского городского округа, создано на основании Постановления главы Малышевского городского округа от 11.09.2014 г. № 666-ПГ «О создании муниципальных автономных (бюджетных) образовательных учреждений путем изменения типа существующих муниципальных казенных учреждений» путем изменения типа существующего Муниципального казенного дошкольного образовательного учреждения Малышевского детского сада общеразвивающего вида №49 «Чебурашка».

В своей деятельности Учреждение руководствуется Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федеральным Законом от 03.11.2006г. № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях», Трудовым кодексом Российской Федерации, Бюджетным кодексом Российской Федерации, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, законами и иными нормативными правовыми актами Правительства Свердловской области, нормативно-правовыми актами органов местного самоуправления содержащими нормы, регулирующие отношения в сфере образования, договором между Учреждением и родителями (законными представителями) воспитанников, Уставом.

Дошкольное образовательное учреждение №49 работает на основании лицензии: Серия А Регистрационный номер № 16707 от 17 октября 2012 года на осуществление образовательной деятельности по образовательным программам.

Целями деятельности дошкольного образовательного учреждения являются:

- образовательная деятельность по образовательным программам дошкольного образования;
- осуществление присмотра и ухода за воспитанниками.

Основными задачами дошкольного образовательного учреждения являются:

- предоставление бесплатного дошкольного образования, направленного на формирование общей культуры, развитие физических, интеллектуальных, нравственных, эстетических и личностных качеств, формирование предпосылок учебной деятельности, сохранение и укрепление физического и психического здоровья детей, в том числе их эмоционального благополучия;
- взаимодействие с семьями воспитанников для обеспечения полноценного развития детей;

– оказание методической, психолого-педагогической, диагностической и консультативной помощи без взимания платы родителям (законным представителям) детей дошкольного возраста, обеспечивающим получение детьми дошкольного образования в форме семейного образования, по вопросам воспитания, обучения и развития детей. Обучение и воспитание в дошкольном образовательном учреждении ведутся на русском языке.

Основные виды деятельности учреждения:

- реализация образовательных программ;
- организация питания, медицинского и психолого-педагогического сопровождения воспитанников;
- обеспечение физического и эмоционального благополучия воспитанников;
- выявление и развитие способностей воспитанников, их интересов и склонностей;
- обеспечение социально-бытовых условий в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством.

Данное дошкольное образовательное учреждение расположено на первом этаже двухэтажного здания, с проектной мощностью 120 детей. Установленный лицензией контрольный норматив по предельному контингенту - 250 детей. Учреждение обеспечивает бесплатное дошкольное образование, а также присмотр, уход за детьми в возрасте от 2 до 7 лет включительно.

В 2014-2015 учебном году в дошкольном образовательном учреждении функционировало шесть групп, наполняемость которых устанавливается в зависимости от возраста детей и их развития:

- от 2 до 3 лет – 15 детей;
- от 3 до 7 лет – 20 детей, порядок комплектования, которых регламентируется уставом дошкольного образовательного учреждения.

Учреждение обеспечивает бесплатное дошкольное образование, а также присмотр, уход за детьми в возрасте от 2 до 7 лет включительно.

Дошкольное образовательное учреждение располагает функциональными и оздоровительными помещениями:

- методический кабинет;
- музыкальный зал (совмещен с физкультурным);
- медицинский кабинет;
- экологическая комната.

Учреждение реализует следующие программы:

– основная общеобразовательная программа дошкольного образования в группах общеразвивающей направленности с приоритетным осуществлением развития воспитанников по познавательно-речевому направлению;

– образовательную программу дошкольного образования в группах общеразвивающей направленности;

– общеобразовательная программа дополнительного образования по направленностям:

- художественно-эстетическая;
- социально-педагогическая.

Дошкольное образовательное учреждение реализует основную общеобразовательную программу дошкольного образования в группах общеразвивающей направленности с приоритетным осуществлением деятельности по художественно-эстетическому развитию детей.

Дошкольное образовательное учреждение реализует образовательные услуги, предоставляемые детям дошкольного возраста в пределах выделенных бюджетных ассигнований. Дошкольное образовательное учреждение реализует основную общеобразовательную программу дошкольного образования.

В группах общеразвивающей направленности с приоритетным осуществлением деятельности по художественно-эстетическому развитию детей могут оказываться платные дополнительные образовательные услуги, не предусмотренные соответствующими образовательными программами, с

учетом потребностей семьи на основе договора с родителями (законными представителями), в соответствии с уставными задачами и целями учреждения и действующим законодательством. Порядок оказания платных дополнительных образовательных услуг определяется Положением об оказании платных дополнительных образовательных услуг.

Содержание образовательного процесса в дошкольном образовательном учреждении определяется общеобразовательной программой дошкольного образования разрабатываемой, принимаемой, реализуемой им самостоятельно, в соответствии с федеральными государственными требованиями к структуре основной общеобразовательной программы дошкольного образования и условиям ее реализации, установленными федеральным органом исполнительной власти, исполняющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования с учетом особенностей психофизического развития и возможностей детей. Его организация осуществляется в соответствии с учебным планом работы, разрабатываемым детским садом общеразвивающего вида с приоритетным осуществлением деятельности художественно-эстетического развития детей, с учетом Санитарно-эпидемиологических требований к устройству, содержанию, организации и режиму работы Детского сада, регламентируется расписанием непосредственно образовательной деятельности.

В дошкольном образовательном учреждении нет своего штатного специалиста по связям с общественностью – данные функции возложены на методиста.

Участниками образовательного процесса в дошкольном образовательном учреждении являются дети, родители (законные представители) и педагогические работники.

Отношения между данным дошкольным образовательным учреждением и родителями (законными представителями) регулируются договором, включающим в себя взаимные права, обязанности и

ответственность сторон, возникающие в процессе воспитания, обучения, присмотра и ухода за детьми.

Взаимоотношения участников образовательного процесса строятся на основе сотрудничества, уважения личности и предоставления ребенку свободы развития в соответствии с его индивидуальными особенностями.

В дошкольном образовательном учреждении ребенку гарантируется:

- охрана жизни и здоровья;
- защита от всех форм физического и психического насилия;
- защита его чести и достоинства;
- удовлетворение его потребности в эмоционально-личностном общении;
- развитие его творческих способностей и интересов;
- получение дошкольного образования в соответствии с государственными требованиями;
- получение согласованных с родителями (законными представителями) дополнительных (в том числе платных) образовательных услуг.

Управление дошкольным образовательным учреждением осуществляется в соответствии с Законом РФ «Об образовании», «Типовым положением о дошкольном образовательном учреждении», Уставом и Положением о МАДОУ МДС №49, строится на принципах единоначалия и самоуправления, демократичности, открытости, приоритете человеческих ценностей, охраны жизни и здоровья человека, свободного развития личности.

К коллегиальным органам управления в Учреждении относятся:

- Наблюдательный совет Учреждения;
- Совет детского сада;
- Совет педагогов;
- Методический совет;
- Совет родителей.

Наблюдательный совет является органом стратегического управления, субъектом нормативной регламентации собственной деятельности и развития Учреждения, руководствуется в своей деятельности Уставом.

Наблюдательный совет создается в составе 5 человек:

- представители Учредителя дошкольного образовательного учреждения – 1 человек,
- представители Комитета по управлению имуществом Администрации Малышевского городского округа – 1 человек,
- представители Управления образования Малышевского городского округа – 1 человек;
- представители общественности, в том числе лица, имеющие заслуги и достижения в сфере образования – 1 человек (по согласованию);
- представители работников дошкольного образовательного учреждения – 1 человек.

Совет детского сада является высшим органом управления в учреждении. В состав Совета детского сада входят все члены коллектива. Компетенция Совета детского сада заключается в непосредственном участии работников в управлении Учреждением, согласно действующему законодательству Российской Федерации.

Совет педагогов – постоянно действующий коллегиальный орган управления педагогической деятельностью Учреждения, организованный в целях реализации государственной политики в области дошкольного образования, внедрение в практику работы Учреждения достижений передовой науки, передового педагогического опыта, развития и совершенствования воспитательно-образовательного процесса, повышения профессионального мастерства, развитие творческой активности педагогических работников. Деятельность Педагогического совета регламентируется положением «О Совете педагогов».

Методический совет создается в целях реализации приоритетных направлений государственной политики в области образования: оказание

методической поддержки педагогическим работникам учреждения в части совершенствования условий для повышения профессиональной квалификации, повышения качества образования воспитанников. Деятельность методического совета регламентируется «Положением о методическом совете».

Совет родителей – представительный орган родительской общественности для обеспечения сотрудничества родителей (законных представителей) и работников дошкольного образовательного учреждения. Избирается в начале учебного года общим собранием сроком на 1 год. Решение принимается простым большинством голосов при наличии 2/3 его членов и согласовании с заведующим дошкольного образовательного учреждения.

Совет родителей имеет право:

- вносить предложения по улучшению организационной работы педагогического, медицинского и обслуживающего персонала;
- контролировать режим и качество питания детей;
- устанавливать связи с общественными организациями по вопросам оказания помощи дошкольному образовательному учреждению;
- заслушивать отчеты заведующего дошкольного образовательного учреждения о состоянии и перспективах работы, а также по отдельным вопросам, интересующим родителей (законных представителей);
- присутствовать по приглашению на педагогических советах, районных и городских конференциях по проблемам дошкольного образования;
- в случаях невыполнения родителями (законными представителями) своих обязанностей по воспитанию детей оказывать содействие в принятии необходимых мер.

Источником формирования финансовых ресурсов данного дошкольного образовательного учреждения являются:

- бюджетные средства;

- внебюджетные средства;
- родительская плата;
- добровольные пожертвования и целевые взносы юридических и физических лиц;
- иные источники в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Финансирование осуществляется учредителем на основе действующих государственных и местных нормативов в пределах утвержденных бюджетных ассигнований.

Учреждение принимает локальные акты, содержащие нормы, регулирующие образовательные отношения в пределах своей компетенции, в соответствии с законодательством Российской Федерации. Учреждение принимает локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности.

Деятельность Учреждения регламентируется:

- уставом;
- коллективным договором;
- приказами и распоряжениями заведующего Учреждением;
- положениями;
- правилами;
- штатным расписанием;
- инструкциями, в том числе должностными;
- другими локальными актами, принятыми в установленном порядке и в рамках, имеющихся у Учреждения полномочий в соответствии с Уставом Учреждения.

Организационная структура дошкольного образовательного учреждения представлена на рисунке 2.

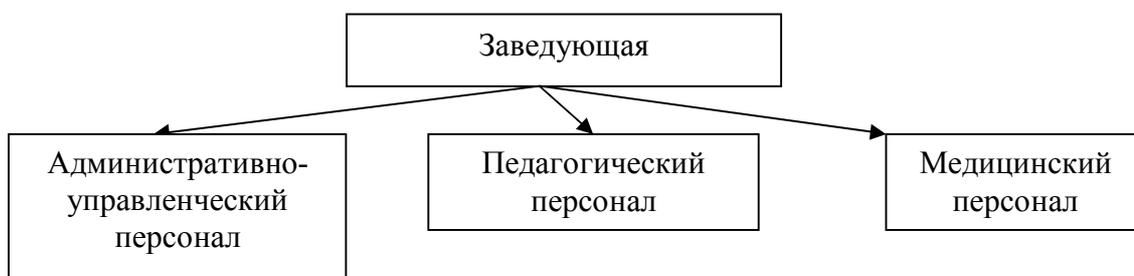


Рис.2. Организационная структура дошкольного образовательного учреждения

Как видно из схемы, структура управления дошкольным образовательным учреждением линейно-функциональная. Принципом построения структуры являются следующие положения: четкое разделение труда, следствием которого является необходимость использования квалифицированных специалистов по каждой должности, иерархичность управления, при которой нижестоящий уровень подчиняется и контролируется вышестоящим; наличие формальных норм и правил, обеспечивающих однородность выполнения своих задач и обязанностей; осуществление найма на работу в соответствии с квалификационными требованиями к данной должности.

Руководит учреждением – заведующая Ляпина Татьяна Юрьевна  
Административно-управленческий персонал включает:

- заведующего по АХР;
- главного бухгалтера.

Медицинский персонал: врач, медицинская сестра.

Педагогический состав: воспитатели, логопед.

Учреждение на 100 % укомплектовано педагогическими кадрами по всем образовательным программам согласно приложению к лицензии, что позволяет проводить обучение в соответствии с образовательной программой дошкольного образовательного учреждения.

В дошкольном образовательном учреждении существуют следующие группы общественности: внутренняя и внешняя (таблица 1).

**Группы общественности**

<i>Внутренняя общественность</i>	<i>Внешняя общественность</i>
Заведующая	Администрации Малышевского городского округа
Бухгалтер	Управление образования Малышевского городского округа
Зам по АХР	Родители
Методист	Дети
Воспитатели	Сотрудники СЭС
Младшие воспитатели	Журналисты
Повар	
Мойщица посуды	
Сторож	
Дворник	

С каждым годом возрастает конкуренция между дошкольными образовательными учреждениями нашего Малышевского городского округа, расположенными, как правило, на незначительном по удаленности расстоянии друг от друга. У родителей появилась возможность выбирать то дошкольное образовательное учреждение, которое удовлетворяет все потребности ребенка.

Конкурентами МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» являются:

- МАДОУ МДС № 48 «Чайка»;
- МАДОУ МДС № 21 «Кораблик»;
- МАДОУ МДС № 51 «Родничок».

Конкурентный анализ этих учреждений представлен в таблице 2.

**Анализ конкурентов**

<b>Показатели</b>	<b>Конкуренты</b>			
	МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»	МАДОУ МДС № 48 «Чайка»	МАДОУ МДС № 21 «Кораблик»	МАДОУ МДС № 51 «Родничок»
Название/бренд	МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»	МАДОУ МДС № 48 «Чайка»	МАДОУ МДС № 21 «Кораблик»	МАДОУ МДС № 51 «Родничок»
Вид	Детский сад общеразвивающего вида.	Детский сад комбинированного вида.	Детский сад общеразвивающего вида.	Детский сад общеразвивающего вида.
С какого года работает	с 1977 г	с 1992 г.	с 2009 г.	с 2002 г.

Продолжение таблицы 2

Численность персонала	17	19	17	15
Дополнительные услуги	Кружки: рисования, танцев	Кружки: хореографии, английского языка	Кружки: ритмики, рисования, английского языка	Кружки: ритмики, рисования, английского языка
Персонал	Разделение персонала направлениям	Разделение персонала направлениям	Разделение персонала направлениям	Разделение персонала направлениям
Свободные места в группах	есть	нет	есть	есть
Посещаемость детей ДОУ	70%	90%	50%	60%
PR-мероприятия	Оптимизация Веб-сайта Участие педагогов в конкурсах Участие детей в соревновании «Лыжня России» Участие в поселковой игре «Зарница»	Участие сотрудников в конкурсах Участие детей в конкурсах Участие в поселковой игре «Зарница» участие в акции «Бережем лес»	Участие сотрудников и детей в конкурсах Участие в поселковой игре «Зарница»	Участие сотрудников и детей в конкурсах Участие в поселковой игре «Зарница»

Из таблицы 2 видно, что МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» давно работают в п. Малышева и имеют большой опыт работы с детьми. Лидирующее положение занимает дошкольное образовательное учреждение «Чайка», следующее предпочтение жители отдают данному дошкольному образовательному учреждению «Чебурашка».

На третьем месте – дошкольные образовательные учреждения «Кораблик», «Родничок». В процессе изучения ситуации в поселке выяснилось, что очереди в детские дошкольные образовательные учреждения нет, и родители вправе выбирать самостоятельно понравившееся дошкольные образовательные учреждения.

По методике Беловой составим SWOT - анализ, который позволит выяснить сильные и слабые стороны дошкольного образовательного

учреждения, а также его возможности и угрозы во внешней среде. Результаты проведения SWOT - анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3

**SWOT – анализ Муниципального автономного дошкольного образовательного учреждения Детский сад №49 «Чебурашка» Малышевского городского округа**

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
1. Хорошая материально-техническая база, позволяющая успешно реализовывать программы оздоровления воспитанников, их обучения и воспитания. 2. Полная укомплектованность штата ДООУ. 3. Стабильный коллектив с большим опытом работы 3. Высокая степень активности педагогов в жизнедеятельности ДООУ.	1. Высокая цена на дополнительные услуги 2. Низкая степень осведомленности родителей о деятельности ДООУ 3. Недостаточная узнаваемость ДООУ жителей поселка 4. Низкая мотивация сотрудников (стимулирование) 5. Недостаточное распространение положительной информации о деятельности ДООУ среди окружения
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
1. Расширение связей с общественностью, поиск социальных партнеров. 2. Повышение квалификации педагогов. 3. Создание информационной сети в ДООУ. 4. Расширение перечня PR-средств (проведение «Недели открытых дверей»)	1. Высокая конкуренция 2. Низкая включенность родителей в образовательную деятельность 3. Отсутствие поддержки контактов с сотрудниками после окончания ребенком детского сада 4. Недостаточное сотрудничество педагога с родителями 5. Ограниченный перечень PR-средств

Посредством SWOT – анализа определили, что угрозами формирования имиджа МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» является: высокая конкуренция; низкая включенность в образовательную деятельность родителей; отсутствие поддержки контактов с сотрудниками после окончания ребенком детского сада; ограниченный перечень PR-средств.

Данные угрозы необходимо нейтрализовать в первую очередь.

В качестве возможностей по нейтрализации угроз можно предложить:

1. Расширение связей с общественностью, поиск социальных партнеров;

2. Расширение перечня PR-средств, включающих взаимодействия между ДООУ и родителями воспитанников в целях оптимизации воспитания и развития детей.

3. Проведение мероприятия с целью информирования целевой общественности Малышевского городского округа о предоставляемых образовательных и дополнительных услугах.

Таким образом, Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение Детский сад №49 «Чебурашка» Малышевского городского округа находится в Свердловской области, г. Асбест, р.п. Малышева, улица Свободы, дом 11. Учредителем и собственником имущества дошкольного образовательного учреждения является Малышевский городской округ в лице администрации Малышевского городского округа. Целями деятельности дошкольного образовательного учреждения являются: образовательная деятельность по образовательным программам дошкольного образования; осуществление присмотра и ухода за воспитанниками. Участниками образовательного процесса в дошкольном образовательном учреждении являются дети, родители (законные представители) и педагогические работники. Источником формирования финансовых ресурсов данного дошкольного образовательного учреждения являются: бюджетные средства; внебюджетные средства; родительская плата; добровольные пожертвования и целевые взносы юридических и физических лиц; иные источники в соответствии с законодательством Российской Федерации.

МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» осуществляет образовательную, правовую и хозяйственно-экономическую деятельность согласно действующему законодательству РФ. Деятельность направлена на всеобщее развитие личности ребенка, на подготовку ребенка к обучению в школе, на развитие и совершенствование образовательного процесса в ДООУ.

## 2.2 Анализ процесса формирования имиджа и PR-средств в МАДОУ

### МДС №49 «Чебурашка»

Структура имиджа дошкольного образовательного учреждения будем отслеживать на основании 8 компонентов: представления общества относительно его уникальных характеристик: основные преимущества, дополнительные преимущества, обеспечивающие отличительные свойства; имидж потребителей услуг дошкольного образовательного учреждения; внутренний имидж дошкольного образовательного учреждения; имидж лидера и ближайшего окружения дошкольного образовательного учреждения; имидж представляющей его структуры; деловой имидж; социальный имидж; визуальный имидж дошкольного образовательного учреждения.

Миссия детского сада «Чебурашка» определена с учетом интересов воспитанников, их родителей, сотрудников, заказчиков, социальных партнеров и заключается:

- по отношению к воспитанникам: осуществление лично ориентированного подхода к каждому ребенку, в предоставлении условий, необходимых для целостного развития личности, формирования компетентностей с учетом их индивидуальных способностей и возможностей, в соответствии с требованиями семьи и государства, посредством обеспечения сохранения, укрепления и развития психического и физического здоровья;

- по отношению к родителям: активное включение их в совместную деятельность в качестве равноправных и равно ответственных партнеров, чувства понимания важности и необходимости их роли в жизни ребенка;

- по отношению к социуму: повышение конкурентно способности МАДОУ МДС №49 за счет повышения качества образовательного процесса, расширения количества образовательных услуг.

Стратегическая цель МАДОУ МДС №49 лежит в: создании воспитательно-образовательных, коррекционно-развивающих и здоровьесберегающих условий, способствующих полноценному развитию и социализации дошкольника, обеспечивающих равные стартовые возможности и успешный переход ребенка к обучению в общеобразовательном учреждении.

Стратегическое направление деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» - формирование положительного имиджа учреждения.

В соответствии с 8 компонентной моделью, особое внимание в МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» уделяется формированию представления общества относительно его уникальных характеристик: основные преимущества (выгоды, обеспечиваемые образовательной программой).

В МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» реализуются программы дошкольного образования: «Развитие». Л.А. Венгер (ред. О.М. Дьяченко); Программа воспитания и обучения в детском саду. Ред. М.А. Васильева и др.; «Малыш». В.А. Петрова; «Гармония». К.В. Тарасова; «Безопасность». Н.Н. Авдеева и др.

Визуальный имидж ДОУ «Чебурашка» определяется через слоган, дизайн, логотип, товарный знак, цветовая гамма.

Название Муниципального автономного дошкольного образовательного учреждения Детский сад №49 «Чебурашка». Чебурашка — персонаж, придуманный писателем Эдуардом Успенским в 1966 году как один из главных героев книги «Крокодил Гена и его друзья». Чебурашка один из любимых героев детских мультфильмов. После выхода первых серий мультфильмов Чебурашка стал очень популярен в СССР. С тех пор Чебурашкой называют конфеты, игры, детские сады.

В качестве логотипа дошкольного образовательного учреждения используется герб и эмблема дошкольного образовательного учреждения (Приложение 2). Он соответствует стилю и направлению деятельности дошкольного образовательного учреждения и полностью передает

настроение. Firmenное сочетание цветов: зеленый и желтый отличат МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» от конкурентов и соответствует его концепции: радостное и полноценное развитие детей.

Девиз МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» (слоган): «Все лучшее детям». Формирование общей культуры, развитие физических, интеллектуальных, нравственных, эстетических и личностных качеств, сохранение и укрепление физического и психического здоровья детей, в том числе их эмоционального благополучия детей уделяется повышенное внимание.

Деловой имидж как характеристика деловой активности учреждения, включающая в себя деловую репутацию, добросовестность (соблюдение этических норм делового общения), конкурентоспособность, инновационный потенциал, стабильность, надежность для потребителей и партнеров.

Малышевский городской округ находится на юге Свердловской области, северо-западнее города Асбеста, в 108 километрах от Екатеринбурга. Площадь городского округа составляет 154,5 квадратных километров. С 1992 по 1996 годы территория поселка Малышева входила в состав города Асбеста. С 1996 года поселок стал самостоятельным муниципальным образованием, в состав которого вошли районный поселок Малышева, районный поселок Изумруд, поселки Ильинский, Коммунальный, Осиновка, Чапаева, Шамейский. Позже два поселка — Коммунальный и Осиновка были упразднены.

МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» расположено в удалении от шумной пыльной магистрали с интенсивным движением транспорта, от промышленных предприятий, рынка, автобазы, гаражей, площадок мусоросборников.

На участке МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» не предусмотрено посторонних учреждений, построек, сооружений, функционально не связанных с деятельностью ДОУ. Территория участка ДОУ ограждена забором высотой 1,6 м и полосой зеленых насаждений.

Контроль пропускного режима на территорию ДОО регламентируется Положением «Об организации контрольно-пропускного режима в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка». Охрана ДОО в ночное время ведется сторожем с 18.00 до 07.00 часов по графику дежурств, в выходные и праздничные дни круглосуточно. ДОО оснащено дверями с кодовым замком телефоном, тревожной кнопкой, пожарной сигнализацией.

Территория ДОО хорошо озеленена, ухожена, очищена от мусора, летом - разбиты клумбы, зимой производится очистка территории от снега. Площадь озеленения территории ДОО более 50 %. По всему периметру посажены высокие деревья и кустарники, которые создают зеленый щит, защищают внутреннее пространство от пыли, шума, ветра, выхлопных газов от автомобилей. Озеленение участка разнообразно и красиво. На нем растут не только береза и тополь, но и такие замечательные деревья, как липа, рябина, ива, ясень. На участке ДОО много цветов. В разных местах участка растут и однолетники, и многолетники, и двулетники. Растения просты в уходе и долго цветущие.

Оборудование участка МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» регламентируется и соответствует «Санитарно-эпидемиологическими требованиям к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных учреждений» (СанПиН)». На территории участка организовано «экологические пространства»: экологическая тропа, «уголок нетронутой природы».

Отмечается оригинальность оформления участков групп, наличие на участках интересных поделок, изготовленных своими руками (в данном случае родителями), с использованием природного и бросового материала; участки оформлены по сюжетам русских народных сказок.

Дизайн помещений детского сада «Чебурашка». Помещения в ДОО делятся на: учебные и игровые. В основе разработки интерьера реализуются принципы комплексного подхода:

- многофункциональность помещений;

- рациональность использования пространства;
- взаимосвязь цветовой отделки и освещения;
- целесообразность озеленения интерьера.

Внутреннее убранство каждого помещения отличается своим дизайном, цветовой гаммой, оформлением, вся работа направлена на создание уюта в помещениях. Цветовая гамма покраски стен это нежные тона, к нему подбираются цвет жалюзи, единый цвет мебели. Яркими дополнениями являются декоративные вставки в виде детских картинок, в центральном коридоре ДОУ, лестничных маршей, которые соответствует настроению радости, доброжелательного настроения. Дизайн МАДОУ МДС №49 «Чебурашка», учебных, групповых и дополнительных помещений продуман таким образом, чтобы детям было комфортно, уютно и они имели возможность в интересной для себя деятельности развивать свои способности.

Кабинеты специалистов МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» оснащены необходимым оборудованием, пособиями, литературой, техническими средствами для плодотворной и комфортной работы (Приложение 3).

Освещение помещений ДОУ регламентируется и соответствует «Санитарно-эпидемиологическими требованиями к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных учреждений» (СанПиН)». Основные помещения ДОУ имеют естественное освещение.

Требования к санитарному содержанию помещений и дезинфекционные мероприятия в ДОУ регламентируется и соответствует «Санитарно-эпидемиологическими требованиями к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных учреждений» (СанПиН)». Все помещения 2 раза в день убирают влажным способом с применением моющих средств. Ковры ежедневно пылесосят и чистят влажной щеткой или выколачивают на специально отведенных для этого площадках, затем чистят влажной щеткой. Один раз в год их подвергают сухой химической чистке.

В помещениях МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» поддерживается оптимальная температура воздуха. Для помещений дошкольных организаций она устанавливается, согласно СанПиН 2.4.1.2660–10 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы в дошкольных организациях» 19-24 градуса (в зависимости от предназначения помещения).

Далее рассмотрим имидж потребительских услуг дошкольного образовательного учреждения – предоставление дополнительных платных образовательных услуг и реализация дополнительных образовательных программ.

МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» оказывает широкий спектр платных дополнительных услуг:

- «Художественное конструирование» (из ткани);
- «Юные актеры» - театральные кружки;
- «Танцуй, танцуй» - танцевальный кружок;
- «Играя, учись!» (изучение английского языка) по программе обучения английскому языку детей дошкольного возраста М.Н. Евсеевой и методическим рекомендациям «Английский для малышей 4-6 лет» под ред. Н.А. Бонк.

Результаты работы за 3 года. В 2013-2015 учебных годах в ДОУ было организовано 4 вида платных услуг. За 3 года охват детей составил - 245 детей. Количество занятий, сеансов составило - 1577 раз и 96 часов.

Нужно отметить, что эти услуги пользуются большим спросом у родителей и успехом у детей: дети очень любят занятия английского языка, танцевальный и театральные кружки. Соответствие цены и качества предоставляемых услуг отслеживается мониторингом образовательной системы ДОУ.

Стоимость посещения ребенком ДОУ устанавливается на каждый учебный год в соответствии с утвержденной сметой, в течение учебного года не корректируется. Исполнитель оставляет за собой право корректировать

сумму оплаты за ДОУ, при изменении стоимость определяется дополнительным соглашением.

От оплаты МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» освобождаются дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, дети из многодетных семей (при наличии подтверждающих документов).

Одним из важных факторов здоровья ребенка является организация рационального питания. Правильное питание – это основа длительной и плодотворной жизни, залог здоровья, бодрости. Поэтому в плане работы детского сада МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» вопрос о правильном питании занимает особое внимание.

Организация питания в ДОУ включает следующие направления: материально - технические условия (обеспечение); кадровые условия; воспитательно - образовательная работа педагогов; творческий подход педагогов в организации питания.

Материально-технические условия в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» соответствуют СанПину 2.4.1.3049-13. Раздел XIII. Требования к оборудованию пищеблока, инвентарю, посуде. В августе 2014 году в ДОУ был проведен капитальный ремонт пищеблока: обновлена кафельная плитка (пол, стены, поставлены локтевые смесители, установлены очистительные фильтры для воды, выполнены предписания Роспотребнадзора.

Процесс организации питания в детском саду основывается на нормативных и методических документах по питанию. Основным документом является СанПиН 2.4.1.3049 – 2013. В ДОУ организовано трехразовое питание на основе примерного десятидневного меню. В ежедневное меню включены: молоко, кисломолочные напитки, мясо, картофель, овощи, фрукты, соки, хлеб, крупы, сливочное и растительное масло, сахар, соль. Остальные продукты (творог, рыбу, сыр, яйцо, сметана и другие) 2-3 раза в неделю. В течение двух недель ребенок получает все продукты в полном объеме в соответствии с установленными нормами. В питании детей используется йодированная соль, проводится обязательная

витаминизация третьего блюда. Воспитанники с охотой принимают кислородные коктейли на основе сиропа шиповника и сока.

Для обеспечения преемственности питания родителей информируют об ассортименте питания ребенка, вывешивая ежедневное меню в каждой групповой ячейке, с указанием наименования блюда и объема порций.

Информация о МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».

Основными требованиями к информированию являются:

- достоверность предоставляемой информации;
- чёткость, простота и ясность в изложении информации;
- полнота информации;
- наглядность форм предоставляемой информации (при письменном информировании);
- удобство и доступность получения информации;
- оперативность предоставления информации.

Информация о деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» предоставляется заявителям на безвозмездной основе.

Информирование организуется следующим образом:

- индивидуальное информирование (устное, письменное);
- публичное информирование.

Индивидуальное устное информирование осуществляется работниками при обращении заявителей за информацией лично (в том числе по телефону).

Для создания информационной среды, максимально отвечающей потребностям семьи, большое внимание уделяется оформлению информационных стендов. На стендах размещается актуальная информация, фотоотчеты о прошедших праздниках, выставках, конкурсах, методические рекомендации для родителей.

Совместно с родителями был сделан стенд с фотографиями профессий родителей. Очень было много сделано с родителями фотоальбомов: «Моя семья», «Мой папа самый...», «Моя мама лучшая...», «Мой любимый д/с», «Мое домашнее животное», «Мама, папа, я – спортивная семья».

Одним из основных PR-средств в развитии положительного внешнего имиджа дошкольного образовательного учреждения в 2014-2015 гг. является веб-сайт «Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад № 49 «Чебурашка»» Малышевского городского округа. Режим доступа: <http://cheburashka-cad49.caduk.ru/> (Приложение 4).

На официальном сайте МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» выложена «классическая» информация о данном дошкольном образовательном учреждении, ее деятельности. Уже само наличие сайта, обновление на нем информации, производит хорошее впечатление о данном детском саде.

По доступности сервисов сайт – открытый, по физическому расположению – общедоступный сайт, по схеме представления информации, её объёму и категории решаемых задач – тематический сайт, корпоративный сайт, по технологии изображения – статический сайт.

Данный сайт имеет следующие страницы: главная, новости, основные сведения, документы, фотогалерея, родителям, детям, наши достижения и гордость, наш уютный дом, требования 273-ФЗ, питание, наши группы, будь здоров, метод. кабинет, ДоМиСолька, физкультура, психологическая служба, безопасность, полезные советы, модернизация образования, персональный состав педагогических работников, наши выпускники.

Сайт достаточно информативен. Посетитель имеет возможность ознакомиться с основной деятельностью, увидеть в лицо педагогический состав, узнать полезную информацию, посмотреть фотографии, хотя и не может высказать свое мнение.

Для более объективного анализа сформированности имиджа детского сада «Чебурашка» был проведен опрос. Опрос был направлен на изучение социального имиджа ДОУ – представлений широкой общественности о социальных целях и роли учреждения в экономической, социальной и культурной жизни общества.

Степень осведомленности родителей о деятельности ДОО определяется методом анкетирования (Приложение 5). Анкетирование проводится один раз в год в конце учебного года.

Рассмотрим результаты анкетирования родителей в конце 2015 г. (рисунок 3).

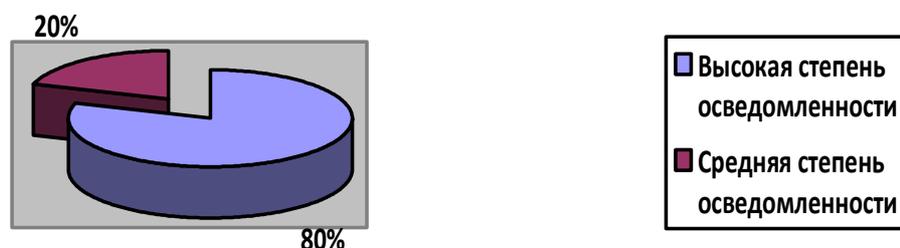


Рис.3. Степень осведомленности родителей о деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»

Как видно из данных рисунка 3, 87% родителей имеют высокую степень осведомленности о деятельности ДОО; 20% родителей имеют среднюю степень осведомленности о деятельности ДОО.

Далее рассмотрим следующую составляющую имиджа: Имидж лидера и ближайшего окружения дошкольного образовательного учреждения, который включает в себя представления о способностях, установках, ценностных ориентациях, психологических характеристиках, внешности. личный имидж администрации деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».

Непосредственное руководство детским садом осуществляет прошедший соответствующую аттестацию заведующий, назначаемый на должность и освобождаемый от нее Учредителем. Кабинет заведующего находится на первом этаже, левое крыло. Кабинет заведующего предназначен для ведения административно-хозяйственной работы, совещаний с сотрудниками, бесед с детьми и родителями.

Заведующий МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» обладает всеми качествами первоклассного руководителя: высоким профессионализмом,

компетентностью, организаторскими качествами, работоспособностью, политической культурой, высокой нравственностью, личным авторитетом, что подтверждается следующим:

- заведующая имеет два высших образования: педагогическое и менеджмент;
- стаж работы в ДООУ 19 лет;
- заведующая руководит деятельностью ДООУ в течение 12 лет;
- имеет грамоты и благодарности от Управления образования Малышевского городского округа.

Взаимодействие педагогических работников и администрации ДООУ базируется на принципах свободы слова и убеждений, терпимости, демократичности и справедливости. Администрация ДООУ делает все возможное для полного раскрытия способностей и умений педагога как основного субъекта образовательной деятельности.

Имидж представляющей его структуры – собирательный, обобщенный образ организации, раскрывающий наиболее характерные черты лидера:

- профессиональная компетентность (мобильность, аккуратность в выполнении должностных обязательств, точность выполнения обязательств, информированность (готовность дать ответ на возникший вопрос);
- культура (коммуникабельность, приветливость, открытость, правильность речи);
- социально-демографические и физические данные (возраст, пол, уровень образования, наличие – отсутствие физических дефектов);
- визуальный имидж (деловой стиль в одежде, аккуратная прическа, ограничения в использовании аксессуаров, украшений, декоративной косметики).

Далее рассмотрим имидж персонала и отношение к посетителям.

Характеристика педагогического состава по стажу и образованию за 2015 г. представлено в таблице 4.

Таблица 4

**Характеристика педагогического состава по стажу и образованию (чел.)**

2015 г.								
Общее кол-во педагогов	Стаж работы					Образование		
	до 2х лет	2-5 лет	5-10 лет	10-20 лет	свыше 20лет	Высшее профессиональное	Среднее профессиональное	Не имеют пед. об-ия
17	1	2	4	4	6	14	3	-

Из таблицы 4 видно, что педагогический стаж педагогов в основном больше 20 лет, педагоги в основном имеют высшее профессиональное образование. Три педагога имеют среднее профессиональное образование.

Квалификация педагогических кадров дошкольного образовательного учреждения за 2015 г. представлена в таблице 5.

Таблица 5

**Квалификация педагогических кадров дошкольного образовательного учреждения (чел.)**

Квалификация	2015 г	
	Всего	% к общему числу педагогических работников
имеют квалификационные категории	17	100
в т.ч. – высшую	9	52.9
- первую	6	35.3
- вторую	2	11.8
не имеют категории	-	-

Из таблицы 5 видно, что в дошкольном образовательном учреждении 52.9% педагогов имеют высшую квалификационную категорию, 35.3% педагогов имеют первую квалификационную категорию и 11.8% педагогов имеют вторую квалификационную категорию. 100% педагогов имеют курсовую подготовку.

Деятельность педагогов и сотрудников ДОУ регламентируется должностными инструкциями, нормами Этического кодекса МАДОУ МДС №49 «Чебурашка». Этический кодекс педагогов определяет основные нормы профессиональной этики:

- регулирующие отношения между педагогами и их воспитанниками, а также другими членами общественности образовательного учреждения;
- защищающие их человеческую ценность и достоинство;
- поддерживающие качество профессиональной деятельности педагогов и честь их профессии;
- создающие культуру образовательного учреждения, основанную на доверии, ответственности и справедливости.

Основу норм этического кодекса составляют следующие основные принципы: человечность, справедливость, профессиональность, ответственность, терпимость, демократичность, партнерство и солидарность.

В МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» работают эмоциональные, активные и творческие педагоги, заботливые младшие воспитатели. Всех сотрудников коллектива объединяет умение с оптимизмом смотреть в будущее, проявлять инициативу, быстро принимать решение, активно действовать.

Внешний вид сотрудников регламентируется Кодексом о внешнем виде в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» (Приложение 6).

Одежда сотрудников: деловой костюм спокойных тонов, брюки стандартной длины; обувь: классические модели нейтральных тонов, гармонирующие с одеждой; прически: стрижка аккуратная; длинные волосы должны быть заколоты; украшения: сотрудники используют украшения в деловом стиле, без крупных драгоценных камней, ярких и массивных подвесок (Приложение 7).

Педагогические работники ежегодно повышают уровень профессиональной компетентности. За участие в конкурсах воспитатели отмечены грамотами, дипломами и сертификатами:

Диплом Асбестовского отделения ВДПО 2014 г.;

1. Благодарность за организацию и участие воспитанников ДОУ № 49 в городской акции «Берегите ЕЛЬ»;

2. Благодарственное письмо за участие и подготовку призера Долгих Федора в городской природоохранной акции «ПТИЦЕГРАД» апрель 2015 г.;
3. Сертификат куратора участника Международного детского творческого конкурса новогодних поделок январь 2014 г.;
4. Сертификат куратора участника Международного детского творческого конкурса поделок февраль 2014 г.;
5. Сертификат куратора участника Международного детского творческого конкурса «Светлая Пасха» апрель 2014 г.;
6. Сертификат куратора участника Международного детского творческого конкурса «Летнее вдохновение» июнь 2014 г.;
7. Сертификат куратора участника Международного детского творческого конкурса «Осенние фантазии» сентябрь 2014 г.;
8. Сертификат куратора участника Международного детского творческого конкурса поделок сентябрь 2014 г.
9. Благодарственное письмо за участие Международном детском творческом конкурсе поделок апрель 2015 г.

Участие в конкурсах позволило педагогам проявить свои профессиональные качества, проанализировать свой профессиональный уровень, познакомиться с опытом коллег.

Не только педагоги, но и воспитанники нашего дошкольного образовательного учреждения имеют желание и принимают участие в конкурсах на уровне поселка и области (таблицы 6,7).

Таблица 6

#### Участие воспитанников в конкурсах на уровне поселка

№ п/п	Наименование мероприятия	Срок проведения	Количество участников	Призовые места
1	Конкурс «Лес полон сказок и чудес	Январь 2014 г	9	1
2	Городской конкурс агитационных материалов «Агитигрушка»	Апрель 2014 г	5	2
3	Городской конкурс агитационных материалов «Агитигрушка»	Октябрь 2014г	10	5
4	Городской конкурс агитационных материалов «Агитигрушка»	Декабрь 2014 г	5	5

Продолжение таблицы 6

5	Городской конкурс «Елка безопасности дорожного движения»	Декабрь 2014 г	3	3
6	Городской праздник «Зимние забавы»	Декабрь 2015 г	16	
7	Всероссийская массовая лыжная гонка «Лыжня России 2014»	2015 г	15	5
8	Конкурс на лучшую совместную поделку по профилактике гибели и травматизма детей на пожарах	Сентябрь 2015 г.	14	4
9	Городской конкурс «Крылатое чудо»	2015 г.	4	2
10	«Символ года мягкая игрушка»	2015 г.	3	2
11	«Берегите лес»	2015 г.	10	1
12	Конкурс стенгазет «Мой отец - моя гордость»	2015 г.	10	3
13	Конкурс поделок «Подарок для папы»	2015 г.	10	4
14	Конкурс поздравительных открыток	2015 г.	9	2
Итого			121	

Таблица 7

**Участие воспитанников в конкурсах на уровне области**

№ п/п	Наименование мероприятия	Срок проведения	Кол-во участников	Призовые места
1	Международный детский творческий конкурс новогодних поделок	Январь 2014 г	5	
2	Международный детский творческий конкурс новогодних поделок	Февраль 2014 г.	5	
3	Международный детский творческий конкурс «Светлая Пасха»	Апрель 2014 г	3	
4	Международный детский конкурс «Летнее вдохновение»	Июнь 2014 г	5	
5	Международный детский творческий конкурс «Осенние фантазии»	Сентябрь 2014 г	3	
6	Международный детский творческий конкурс новогодних поделок	Сентябрь 2014 г	8	1
7	Международный детский творческий конкурс новогодних поделок	Январь 2015 г	6	
8	Международный детский творческий конкурс новогодних поделок	Февраль 2015 г.	6	
9	Международный детский творческий конкурс «Светлая Пасха»	Апрель 2015 г.	10	2
10	Международный детский творческий конкурс «Летнее вдохновение»	Июнь 2015 г	6	1

11	Международный детский творческий конкурс «Осенние фантазии»	Сентябрь 2015 г	4	1
Итого			61	5

На уровне поселка за период 2014 – 2015 гг. приняли участие в конкурсах 121 человек, в 2014 г. приняло участие 77 воспитанников, призовых мест 21. В 2015 г. приняло участие 56 воспитанников, призовых мест 16.

На уровне области за период 2014 – 2015 гг. приняли участие в конкурсах 61 человек, в 2014 г. приняло участие 29 воспитанников, призовое место 1.

В 2015 г. приняло участие 32 воспитанника, призовых мест 5.

Для обеспечения реализации задач необходимо, чтобы дошкольное образовательное учреждение было частью образовательного пространства, поэтому МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» открытая социальная система, которая сотрудничает с различными организациями (таблица 8).

Таблица 8

### Сотрудничество и мероприятия с различными организациями

Организация	Форма сотрудничества
Школа	Организация совместных мероприятий (посещение музейного комплекса на базе школы, соревнования между воспитанниками ДОУ и учащимися начальных классов). Преимственность в подготовке детей к обучению в школе
Детская поликлиника	Индивидуальные консультации по направлению МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»
Детская библиотека	Проведение лектория для детей. Приглашение на детские праздники, патриотическое воспитание дошкольников, организация совместных выставок.
Школа искусств	Совместная деятельность по организации досуга и кружковой работы. Оказание методической помощи и поддержки повышению квалификации педагогов МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»

Рассмотрим внутренний имидж ДОУ. Философия МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»: создание игрового и образовательного пространства, которое должно помочь реализовать идею личностно-ориентированного

взаимодействия, обеспечивающего ребенку радость открытия, поиска творческого восхождения.

В МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» выделяют основные философские принципы: добросовестность в работе; открытость и честность взаимоотношений внутри коллектива; предоставление качественных образовательных услуг; использование в работе инновационных технологий обучения; создание комфортных бытовых условий в детском саду и высокий уровень обслуживания; педагогически целесообразное отношение персонала к воспитанникам; стимулирование и установление добрых человеческих отношений с родителями, поставщиками, населением района, где располагается ДОУ.

В качестве ценностей, на которых основывается корпоративная культура МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» выступают: преимущества работы - хороший коллектив, доверие к руководству, умение работать в команде и вера во взаимопомощь, чувство сопричастности общему делу.

Взаимоотношения между сотрудниками регулируются Кодексом профессиональной этики работников МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка». Взаимоотношения между педагогами основываются на принципах коллегиальности, партнерства и уважения (Приложение 8).

Все сотрудники добросовестно исполняют свои трудовые обязанности; соблюдают правила внутреннего трудового распорядка и дисциплину; выполняют установленные нормы труда; соблюдают требования по охране труда и обеспечению безопасности труда; бережно относятся к имуществу; незамедлительно сообщают руководителю о возникновении ситуации, представляющей угрозу жизни и здоровью людей, сохранности имущества.

Представление сотрудников о своем учреждении и удовлетворенности ДОУ отслеживалось методом анкетирования (Приложение 9). В анкетирование принимали участие 17 педагогов.

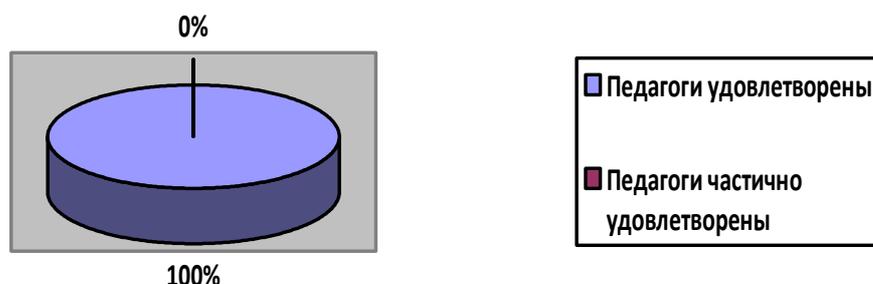


Рис.4. Оценка степени удовлетворенности педагогов работой в ДОУ

Из рисунка 4 видно, что все сотрудники удовлетворены работой в данном ДОУ. Отсутствуют педагоги частично удовлетворенные и неудовлетворенные работой в ДОУ.

Далее рассмотрим удовлетворенность родителей услугами МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка». Удовлетворенность родителей услугами ДОУ проводилось методом анкетирования. В анкетировании приняли участие 120 родителей (Приложение 10).

Результаты анкетирования представлены на рисунках 5,6,7:

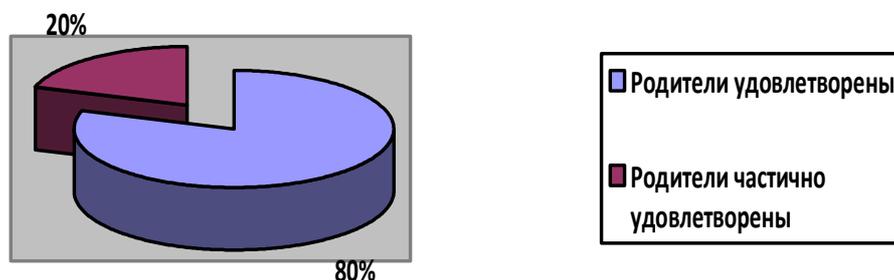


Рис.5. Оценка степени удовлетворенности от пребывания ребенка в ДОУ по 10-и бальной шкале

Как видно из данных рисунка 5:

– 80% родителей полностью удовлетворены пребыванием ребенка в ДОУ, степень удовлетворенности от пребывания ребенка в ДОУ от 7 до 10 баллов;

– 20% родителей частично удовлетворены пребыванием ребенка в ДОУ, степень удовлетворенности от пребывания ребенка в ДОУ - от 1 до 7 баллов.

– отсутствуют родители не удовлетворенные пребыванием ребенка в ДОУ.

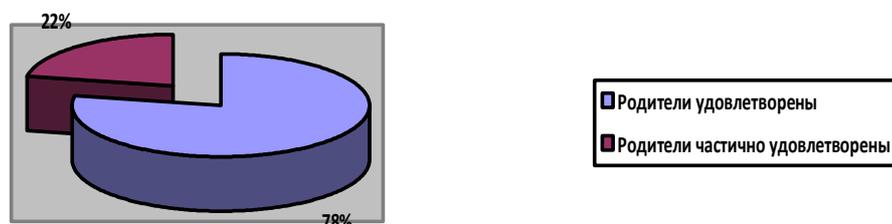


Рис.6. Оценка степени удовлетворенности от общения с персоналом ДОУ

Как видно из данных рисунка 6:

– 78% родителей полностью удовлетворены общением с персоналом ДОУ, степень удовлетворенности от 7 до 10 баллов;

– 22% родителей частично удовлетворены общением с персоналом ДОУ, степень удовлетворенности - от 1 до 7 баллов;

– отсутствуют родители не удовлетворенные общением с персоналом.

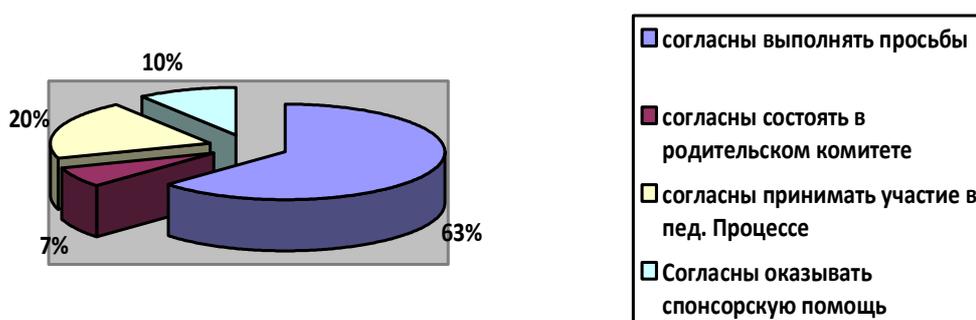


Рис.7. В какой форме вы бы хотели участвовать в работе учреждения?

Как видно из данных рисунка 7:

– 63% родителей согласны выполнять просьбы педагогов;

– 7% родителей согласились состоять в родительском комитете;

– 20% - принимать участие в педагогическом процессе (участвовать в праздниках, занятиях для детей);

– 10% родителей согласны оказывать спонсорскую помощь.

Распространение положительной информации о деятельности ДООУ среди окружения производится посредством слухов и с использованием СМИ. Родители, общаясь друг с другом, делятся информацией о деятельности ДООУ и педагогов, что в конечном итоге способствует повышению имиджа.

Благодарность в свой адрес сотрудники слышат в основном на выпускных вечерах. Так же практикуется поздравления сотрудников на сайте МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка».

Для достижения высокой результативности образовательной деятельности в ДООУ большое значение имеет работа с родителями воспитанников. Вовлечение родителей в деятельность ДООУ, их заинтересованное участие в воспитательно-образовательном процессе необходимо для успешного развития ребенка.

Успешное взаимодействие с родителями зависит от изучения семейной среды, условий воспитания и развития детей. При этом используются традиционные педагогические методы: наблюдение, опросные методики, диагностика семейного состояния, самодиагностика родительского отношения к детям, беседы, анкетирование, тестирование, проективные методики, изучение продуктов детской деятельности. Благодаря совместным усилиям в 2015 г. образовались долгосрочные проекты: «Воспитание любви к родному краю по средствам пеших прогулок», «Нравственно – патриотическое воспитание детей старшего дошкольного возраста», «Будешь книгу читать – будешь все знать». Все выбранные проекты соответствуют программе воспитания и обучения детей и пожеланиям родителей.

В качестве базовой основы для развития внешнего и внутреннего благоприятного имиджа МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» используются следующие PR-средства:

– оптимизация Веб–сайта;

– участие детей подготовительной группы в соревновании «Лыжня России»;

– конкурс среди групп «Подготовка к новому учебному году»;

– семинар «Имидж внешнего вида сотрудников».

Проанализировав все критерии оценки имиджа МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка» представим данные в баллах (Приложение 1).

Таким образом, исследовав процесс формирования имиджа МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» 8 компонентной моделью, отметим, что имеется недостаточная сформированность социального имиджа дошкольного образовательного учреждения: недостаточная осведомленность родителей о деятельности ДОУ; недостаточная удовлетворенность родителей пребыванием ребенка в ДОУ и общением с персоналом ДОУ.

### **2.3 Разработка PR-средств по повышению имиджа МАДОУ**

#### **МДС №49 «Чебурашка»**

В МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» существуют следующие проблемы:

1) недостаточная информированность родителей о деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»;

2) недостаточная удовлетворенность родителей пребыванием ребенка в ДОУ;

3) недостаточная удовлетворенность родителей общением с персоналом ДОУ.

Для решения данных проблем и формирования положительного имиджа МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» можно предложить разработать следующие PR-средства, включающие взаимодействия между ДОУ и родителями воспитанников: мероприятие «День открытых дверей»; опубликования педагогами статей в газетах, на сайте; создание конфликтной комиссии в ДОУ.

PR-средство - мероприятие - «День открытых дверей».

Цель PR-средства: повысить удовлетворенность родителей пребыванием ребенка в ДОУ.

Задачи:

- повышение педагогической культуры родителей;
- обеспечение эффективного взаимодействия между ДОУ и родителями воспитанников в целях оптимизации воспитания и развития детей;
- психолого-педагогическое просвещение родителей воспитанников с учетом индивидуальных особенностей, возможностей и потребностей семей;
- расширение представлений родителей о педагогической деятельности сотрудников ДОУ;
- укрепление партнерских отношений между ДОУ и родителями.

Отслеживание результативности PR-средства осуществляется непосредственно после проведенного мероприятия «День открытых дверей».

Мероприятие было запланировано на 9 сентября 2016 г. Время проведения 17.00, место проведения пос. Малышева, МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»

При оценке организации работы мероприятия, его эффективность и результативность лучше и удобнее всего использовать SWOT - анализ, который позволит выявить сильные и слабые стороны мероприятия, а также его возможности и угрозы во внешней среде. Он позволит определить внутренние и внешние факторы, влияющие на реализацию запланированного мероприятия. Результаты проведения SWOT - анализа представлены в таблице 9.

Таблица 9

### SWOT – анализ мероприятия «День открытых дверей»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Масштабность данного мероприятия 2. Достаточно высокий профессионализм сотрудников ДОУ	1. Сильная занятость родителей 2. Маленький бюджет 3. Плохие контакты со СМИ, и их низкий уровень развитости, по сравнению с уровнем мегаполисов

Возможности	Угрозы
1. Установление доверительных отношений педагогов с родителями 2. Расширение сферы деятельности ДООУ	

Из таблицы 9 видно, что слабыми сторонами мероприятия являются сильная занятость родителей, маленький бюджет, плохие контакты со СМИ. Но мы так же видим, что возможных угроз у данного мероприятия нет.

Подготовительный этап мероприятия:

Работа с общественностью в рамках мероприятия «День открытых дверей» и формированием бюджета будет заниматься методист, также будут задействованы для проведения мероприятия воспитатели (всего 7 человек).

Проведено собрание персонала: все сотрудники поставлены в известность о дне и времени проведения данного мероприятия.

На собрании разработан план подготовки к проведению «Дня открытых дверей»:

1. Ссогласовать и утвердить время и срок проведения мероприятия;
2. Составить смету расходов мероприятия;
3. Составить список приглашенных.

Самым эффективным способом привлечения внимания участников к мероприятию является объявление о предстоящем мероприятии с вескими доводами, почему они должны прийти на мероприятие. (Приложение 11)

Для освещения мероприятия решено было пригласить журналиста местной газеты «Малышевская неделя» Комарова Д.С. Так же, решено было пригласить профессионального фотографа Иванова С.Н для групповых и индивидуальных снимков участников мероприятия. По окончании мероприятия фотографии будут размещены на сайте дошкольного образовательного учреждения «Чебурашка».

Персональные приглашения отправятся от имени руководителя МАДОУ МДС №49 «Чебурашка». В приглашении будет указано: название мероприятия, сроки и время его проведения, раскрывается польза, которую

можно извлечь из участия в мероприятии, место его проведения, а также имя, фамилия и номер телефона, у которого можно будет получить дополнительную информацию.

4. Оформить выставку фотографий, детских рисунков и поделок из природного материала.

5. Подготовить презентацию о деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».

Мультимедийная презентация об организации мероприятия позволяет эффективно решать сразу несколько задач:

– привлечение внимания к деятельности МАДОУ МДС №49 «Чебурашка». Современные технологии позволяют — при помощи средств компьютерной графики — наглядно продемонстрировать организацию мероприятий.

– информирование о мероприятии в интересной, запоминающейся форме, максимально ориентированной на целевую аудиторию.

– оригинальный раздаточный материал в виде мультимедийной презентации, записанной на компакт-диски (сиди-визитки). Компакт-диск (сиди-визитка) в оригинальной упаковке будет выгодно выделяться.

6. Подготовить открытые занятия по возрастным группам.

7. Организовать выставку детских поделок и рисунков.

8. Подготовить наглядную информацию. В состав материалов для наглядной информации входят:

– визитная карточка МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» с указанием направлений его деятельности;

– информация о достижениях как сотрудников учреждения, так и детей (дипломы, грамоты и награды);

– составить листовки для родителей о правах и обязанностях родителей: выдержки из нормативно-правовых документов от международного до локального уровня (Конвенция о правах ребенка,

Конституция РФ, Закон РФ «Об образовании», Положение о родительском комитете детского сада и др.);

– оформить стенд с информацией о педагогах (с указанием фамилии, имени и отчества, его почетных званий, наград).

Составлена смета расходов мероприятия (таблица 10).

Таблица 10

### Смета расходов

Наименование	Количество	Стоимость 1 выхода, шт. (руб.)	Сумма (руб)
Персональные приглашения	20	50	1000
Сиди-визитки	100	15	1500
Премия персоналу	8 чел.	500	4000
Услуги фотографа	1 чел.		1000
Размещение информации на сайте ДОУ	1	бесплатно	бесплатно
Итого			7500

Бюджет мероприятия составил 7500 руб.

Финансирование мероприятия «День открытых дверей» будет осуществляться за счет средств ДОУ, запланированных в 2015 году на организацию и проведение данных мероприятий.

Основной этап: реализация мероприятия.

Открывает мероприятие заведующая МАДОУ МДС №49 «Чебурашка», которая предоставляет информацию о приоритетных направлениях деятельности учреждения, а также знакомит с программой развития и образовательной программой ДОУ.

Экскурсия по детскому саду начинается с посещения групп, помещений для дополнительного образования в сопровождении заведующего. Родители могут посмотреть работу педагогов с детьми. В процессе экскурсии с родителями беседуют педагоги дополнительного образования, педагог-психолог, логопед, медицинская сестра, которые консультируют их по возникающим вопросам. По окончании экскурсии заведующая МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» предлагает родителям

посетить выставку рисунков, игрушек, поделок, изготовленных детьми совместно с родителями, педагогами.

Завершается мероприятие праздничным концертом с участием детей разных возрастных групп с элементами театрализованного представления.

Оценку эффективности мероприятия будем проводить методом анкетирования родителей.

Следующее, предложенное PR-средство – публикации педагогов статей в газетах, на сайте МАДОУ МДС № 49 «Чебурашка»

Цель: повысить информированность родителей о деятельности ДОУ. Публикации статей воспитателей в изданиях будет способствовать росту известности дошкольного образовательного учреждения, повышают интерес к нему населения, развивают ассоциации с позитивными характеристиками деятельности дошкольного образовательного учреждения. Все это способствует созданию имиджа дошкольного образовательного учреждения в целом.

Оценку эффективности PR-средства будем проводить мониторингом статей в газетах и на сайте МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».

Для решения третьей проблемы ДОУ было предложено разработать следующее PR-средство - создание конфликтной комиссии по разрешению конфликтных ситуаций по урегулированию споров, возникающих в учебном и воспитательном процессе между педагогами, воспитанниками и родителями.

Цель: повысить удовлетворенность родителей общением с персоналом ДОУ. При оценке организации работы конфликтной комиссии, ее эффективности и результативности лучше и удобнее всего использовать SWOT - анализ, который позволит выяснить сильные и слабые стороны, а также его возможности и угрозы во внешней среде. Он позволит определить внутренние и внешние факторы, влияющие на реализацию запланированного мероприятия. Результаты проведения SWOT - анализа представлены в таблице 11.

**SWOT – анализ создания конфликтной комиссии**

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
1. Масштабность данного мероприятия 2. Достаточно высокий профессионализм, руководителя и педагогов ДОУ	1. Низкая активность родителей 2. Недостаточная информированность родителей о возможностях и деятельности комиссии
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
1. Урегулирования споров между участниками до создания комиссии 2. Информированность родителей с использованием сети Интернет	

Из таблицы 11 видно, что слабыми сторонами создания конфликтной комиссии по разрешению конфликтных ситуаций по урегулированию споров является: низкая активность родителей; недостаточная информированность родителей о возможностях и деятельности комиссии.

Но видим, что существуют следующие возможности: урегулирования споров между участниками до создания комиссии; информированность родителей с использованием сети Интернет.

Для создания конфликтной комиссии по разрешению конфликтных ситуаций по урегулированию споров заведующим ДОУ издается Приказ «О создании конфликтной комиссии по разрешению конфликтных ситуаций по урегулированию споров» следующего содержания:

С 01 сентября 2016 года в МАДОУ МДС №49 планируется создать конфликтную комиссию по разрешению конфликтных ситуаций по урегулированию споров, возникающих в учебном и воспитательном процессе между педагогами, воспитанниками и родителями в количестве 4-х человек:

- Милютина Светлана Владимировна - старший воспитатель, председатель комиссии;
- Уфимцева Любовь Вениаминовна - воспитатель - член комиссии;
- Лаврик Надежда Александровна – педагог-психолог – член комиссии.

– Бирюкова Светлана Вячеславовна – родительница, представитель Совета родителей, член комиссии.

Довести до сведения всех участников образовательного процесса о создании комиссии.

На сайте МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» разместить информацию и положение о конфликтной комиссии по урегулированию споров в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».

Информация о конфликтной комиссии на сайте будет иметь следующее содержание:

Уважаемые родители!

Ознакомьтесь с положением о конфликтной комиссии по урегулированию споров в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка».

Положение о комиссии по урегулированию споров в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» представлено в приложении 12.

Оценку эффективности PR-средства будем проводить методом анкетирования родителей.

Таким образом, для решения данных проблем и формирования положительного имиджа МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» предложено разработать следующие PR-средства, включающие взаимодействия между ДОУ и родителями воспитанников: мероприятие «День открытых дверей»; публикации педагогами статей в газетах, на сайте; создание конфликтной комиссии в ДОУ.

Разработанные PR-средства должны принести следующий результат:

- получение родителям полной информации об условиях содержания детей в детском саду, организации режима, питания, прогулок, развивающей деятельности, кружковой деятельности;
- расширение представления родителей о педагогической деятельности сотрудников МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»;
- укрепление партнерских отношений между ДОУ и родителями;

- повышение удовлетворенности родителей пребыванием ребенка в ДОУ;
- повышение удовлетворенности родителей общением с сотрудником ДОУ.

## Заключение

Рассмотрев теоретически и исследовав практически PR-средства в формировании положительного имиджа ДООУ, сделаем следующие выводы:

Дошкольное образовательное учреждение - тип образовательного учреждения, реализующего основную общеобразовательную программу дошкольного образования. Цель дошкольного образовательного учреждения: всестороннее формирование личности ребенка с учетом особенностей его физического, психического развития, индивидуальных возможностей и способностей, обеспечение готовности к школьному обучению.

Имидж дошкольного образовательного учреждения – эмоционально окрашенный образ образовательного учреждения часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленными заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума.

Создание положительного имиджа – это сложная и многосторонняя работа, все части которой взаимосвязаны и взаимозависимы. Позитивный имидж создается основной деятельностью учреждения, а также целенаправленной информационной работой, ориентированной на целевые группы общественности, и способствует тому, что каждое дошкольное образовательное учреждение получает объективную оценку целевых аудиторий, которые останавливают свой выбор. Для этого необходимо предоставить убедительную и правдивую информацию о высоком качестве предлагаемых образовательных и дополнительных услуг.

PR-средства – это приемы, методы и технологии решения коммуникативных задач, совокупность социальных технологий (практик), составляющих содержание PR-деятельности, которые направлены на продвижение услуг предприятия. В качестве PR-средств для формирования имиджа ДООУ можно использовать: Веб-сайт, профессиональные

праздники/юбилеи, спортивные соревнования, выставки, экскурсии, дни открытых дверей.

Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение Детский сад №49 «Чебурашка» Малышевского городского округа находится в Свердловской области, г. Асбест, р.п. Малышева, улица Свободы, дом 11. Учредителем и собственником имущества дошкольного образовательного учреждения является Малышевский городской округ в лице администрации Малышевского городского округа. Целями деятельности дошкольного образовательного учреждения являются: образовательная деятельность по образовательным программам дошкольного образования; осуществление присмотра и ухода за воспитанниками. Участниками образовательного процесса в дошкольном образовательном учреждении являются дети, родители (законные представители) и педагогические работники. Источником формирования финансовых ресурсов данного дошкольного образовательного учреждения являются: бюджетные средства; внебюджетные средства; родительская плата; добровольные пожертвования и целевые взносы юридических и физических лиц; иные источники в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Структура имиджа дошкольного образовательного учреждения включает в себя 8 компонентов. Исследовав процесс формирования имиджа МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» с помощью этой модели, видно, что отмечается недостаточная сфорсированность социального имиджа дошкольного образовательного учреждения: недостаточная осведомленность родителей о деятельности ДООУ; недостаточная удовлетворенность родителей пребыванием ребенка в ДООУ и общением с персоналом ДООУ.

Для решения данных проблем и формирования положительного имиджа МАДОУ МДС №49 «Чебурашка» можно предложить разработать следующие PR-средства, включающие взаимодействия между ДООУ и родителями воспитанников: мероприятие «День открытых дверей»;

публикации педагогами статей в газетах и на сайте; создание конфликтной комиссии в ДООУ.

Разработанные PR-средства должны принести следующий результат:

– получение родителям полной информации об условиях содержания детей в детском саду, организации режима, питания, прогулок, развивающей деятельности, кружковой деятельности;

– расширение представления родителей о педагогической деятельности сотрудников МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»;

– укрепление партнерских отношений между ДООУ и родителями;

– повышение удовлетворенности родителей пребыванием ребенка в ДООУ;

– повышение удовлетворенности родителей общением с сотрудником ДООУ.

Что в конечном итоге будет способствовать повышению имиджа Малышевского детского сада №49 «Чебурашка» в дошкольной образовательной среде и позволит ДООУ стать более открытыми для родителей и общественности.

## Список использованной литературы

1. Алешина, И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров / И.В. Алешина. М.: ГНОМ-ПРЕСС, 2003. 415 с.
2. Агешкина Н.А. Защита интересов школьников при получении образования интересов. URL: <http://www.razlib.ru> (дата обращения: 28.02.2016)
3. Александрова Е.А. Школа с «изюминкой» // PR в образовании. 2013. № 3. С.98 — 104.
4. Белова Т.П. Положение О методической службе дошкольного образовательного учреждения. URL: <http://mdoyks.edusite.ru/p29aa1.html> (дата обращения: 05.04.2016)
5. Богданов, Е.Н. Психологические основы паблик рилейшнз. - 2-е изд. СПб.: Питер, 2003. 208 с.
6. Бортник, Е.М. Теория и технологии управления связями с общественностью в организации: учеб. пособие. М.: «Вильямс», 2001. 360 с.
7. Бортник, Е.М. Связи с общественностью: Методические материалы к курсу. Рна/Д: Изд-во РГУ, 2001. 460 с.
8. Буари Ф. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия. М.: Инфра-М., 2001. 178 с.
9. Васюков, И.Л. Деловая репутация и имидж вуза как условие и результат качественного образования. URL: <http://www.proza.ru> (дата обращения: 22.02.2016)
10. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и PR: учебник. М.: Изд-во: ТРИЗ-ШАНС, 2005. 316 с.
11. Вифлеемский, А.Б. PR-технологии в образовании // Маркетолог, 2010. №8. С. 7-14.
12. Громова, Л.А. Диалоговая функция PR в образовании. URL: <http://anthropology.ru> (дата обращения: 19.01.2016)

13. Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России: практика и рекомендации. М.: Рус. партнер, 2004. 216 с.
14. Добробабенко, Н.С. Фирменный стиль. М.: АСТ, 2008. 216 с.
15. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. Спб.: Питер, 2010. 370 с.
16. Джевкинс Ф. Паблик рилейшинз: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 526 с.
17. Деркач А.А. Имидж как феномен intersubjectного взаимодействия: содержание и пути развития. М.: РАГС, 2005. 368 с.
18. Еремеев, С.Н. Формирование имиджа региона как инструмента управления его развитием: автореферат. М.: [б.н.], 2009. 196 с.
19. Жданова, Т.Л. Ленивый маркетинг. Принципы пассивных продаж. URL: <http://www.modernlib.ru> (дата обращения: 27.01.2015).
20. Калмыков, А.А. Методическая экспертиза PR-технологий // Консультант директора. 2007. № 14(290). С.11-21.
21. Калюжный, А.А. Психология формирования имиджа учителя. М.: Сфера, 2004. 246 с.
22. Карпов Е.Б. Имидж в образовании // PR в образовании. 2003. № 6. С. 40–50
23. Карпов Е.Б. Имидж вуза // PR в образовании. 2015. № 4. С.54
24. Кондратьев, Э.В. Связь с общественностью. М.: Академический Проспект. 2006. 192 с.
25. Катлип С. Паблик рилейшенз. Теория и практика. М: Вильямс, 2011. 512 с.
26. Кирьянов, М.В. Проблемы применения PR-технологий в государственных образовательных учреждениях. URL: <http://www.siteedit.ru> (дата обращения 13.02.2016)
27. Крылов, В. Связь с общественностью. М.: ТЭЦ, 2006. 348 с.
28. Королько, В.Г. Основы паблик рилейшинз. М.: «Рефл-бук», 2000. 528 с.

29. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2005. 196 с.
30. Лукашенко, М.А. Маркетинговые коммуникации в системе открытого образования: Материалы семинара «Маркетинг образовательных услуг». URL: <http://www.marketing.spb.ru> (дата обращения: 01.02.2016)
31. Лукашенко, М.А. Коммуникативное пространство системы образования. URL: <http://www.eoi.ru> (дата обращения: 01.02.2016)
32. Лысенкова, О.В. Имеджиология и паблик рилейшнз в социокультурной сфере: учеб. пособие. М.: Флинт, 2006. 168 с.
33. «Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад № 49 «Чебурашка»» Малышевского городского округа». URL: <http://cheburashka-cad49.caduk.ru/> (дата обращения: 29.01.2016)
34. Малькевич, А.А. Организация и проведение PR-кампаний: Краткий курс. М.: Эксмо, 2011. 220 с.
35. Музыкант, В.Л. Формирование бренда средствами PR: учеб. пособие. М.: Экономистъ, 2006. 606 с.
36. Огилви, Д. Огилви о рекламе. М.: Эксмо, 2006. 232 с.
37. Панасюк, А.Ю. Имидж. М.: Рипол Классик, 2007. 768 с.
38. Панасюк, А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. М.: Рипол Классик, 2008. 468 с.
39. Панкрухина, А.П. Маркетинг образовательных услуг: Электронный ресурс. Режим доступа: <http://mou.marketologi.ru>.
40. Панфилова, А.П. Имидж делового человека. М.: Знание, 2007. 232 с.
41. Перельгина, Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2007. 223 с.
42. Пискунов, М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании. 1999. С. 45-51.

43. Пименова, С.В. Формирование имиджа дошкольного образовательного учреждения. URL: <http://островок21.рф/wp-content/uploads/2013/12/> (дата обращения: 10.01.2016)
44. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М.: Центр, 2002. 428 с.
45. Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа: Стратегия, психотехники, психотехнологии. М.: Омега-Л, 2007. 266 с.
46. Понамарев, Н.Ф. Связь с общественностью. Социально-психологические аспекты: Учеб. пособие. СПб.: Питер, 2008. 208 с.
47. Постановление Правительства РФ от 12.09.2008 N 666 г. Москва «Об утверждении Типового положения о дошкольном образовательном учреждении» // Российская газета. 04.09.2008. № 4757.
48. Рогожин, М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности. М.: Издательство «Альфа Пресс», 2010. 208 с.
49. Самохин, М.Ю. Бренды в образовании. URL: <http://www.pr-obr.narod.ru> (дата обращения: 05.02.2016)
50. Уилкос, Д.Л. Как создать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. М.: Дело, 2004. 761 с.
51. Чайков, М. Публикации в научно-технических изданиях как наиболее экономичный способ формирования и поддержания имиджа промышленного предприятия в // Компоненты и технологии. 2011. № 1. С. 4 - 9.
52. Чумиков, А.Н. Креативные технологии «паблик рилейшнз». М.: Дело, 2001. 465 с.
53. Чумиков, А.Н. Связь с общественностью: Учеб. Пособие. М.: Дело, 2010. 460 с.
54. Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз: Учебное пособие для вузов. М.: Дом педагогики, 2006. 416 с.
55. Щербакова, Т.Н. К вопросу о формировании имиджа образовательного учреждения // Молодой ученый. 2012. №3. С. 430-434.

56. Щербаков, А. Имидж ОУ // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. № 9. С. 39-46.

## Составляющие имиджа ДОУ по Т. П. Беловой

Составляющие имиджа ДОУ	Балл
<b>Фундамент имиджа</b>	
Миссия ДОУ	
Перспективность (отражение не только сегодняшнего, но и будущего состояния ДОУ)	
Актуальность (востребованность предлагаемых услуг родителями)	
Конкретность (четкость, ясность формулировки, ее доступность родителям и педагогам)	
Реальность выполнения	
Своеобразие, отличие от других ДОУ	
<i>Стратегия развития ДОУ</i>	
Актуальность	
Обоснованность (соответствие идеи развития, отраженной в программе развития, результатам анализа окружения и состояния ДОУ)	
Реальность реализации	
Желание педагогов реализовать стратегию ДОУ	
<b>Внешний имидж</b>	
Название ДОУ	
Краткость, емкость	
Привлекательность	
Соответствие образу	
Предметно-пространственная среда, состояние территории ДОУ	
Расположение ДОУ (инфраструктура микрорайона, близость зеленой зоны, состояние окружающих зданий и т. д.)	
Безопасность (наличие ограды, кодового замка, охрана территории и помещения ДОУ)	
Чистота территории, ее ухоженность	
Оборудование участка ДОУ (степень соответствия современным требованиям к его оформлению, разнообразие)	
Озеленение участков ДОУ	
Оригинальность оформления территории ДОУ (своеобразие стиля, выдержанность)	
Дизайн помещений	
Оборудование помещений ДОУ (функциональность, современность)	
Наличие кабинетов специалистов	
Освещение	
Чистота	
Комфортность	
Эстетическое оформление	
Организация работы и цена услуг в ДОУ	
Длительность работы ДОУ	
Доступность цены	
Соответствие цены качеству услуг	
Наличие льгот	
<i>Организация питания в ДОУ</i>	

Разнообразие питания	
Желание детей есть пищу, приготовленную в ДОУ	
Информирование родителей об организации питания в ДОУ	
<b>Составляющие имиджа ДОУ</b>	<b>Балл</b>
Информация о ДОУ	
Оформление информации для родителей в ДОУ	
Доступность родителям предоставленной информации и четкость ее изложения	
Актуальность информации	
Разнообразие форм информирования родителей (использование различных каналов распространения информации)	
Степень осведомленности родителей о деятельности ДОУ	
Организация работы с различными учреждениями	
Личный имидж администрации ДОУ	
Наличие информации об администрации (визитные карточки, стенд, вывеска)	
Оформление рабочего места, кабинета (современность, наличие технического оснащения)	
Самопрезентабельность администрации ДОУ	
Культура общения (доброжелательность, внимание, открытость к сотрудничеству, пунктуальность)	
Имидж персонала и отношения к посетителям	
Отношение к ребенку	
Культура общения (доброжелательность, открытость, умение сотрудничать)	
Внешний вид персонала ДОУ	
Самопрезентабельность педагогов ДОУ	
Общественная деятельность ДОУ	
Разнообразие связей ДОУ с различными организациями	
Наличие современных мероприятий с различными организациями	
Презентация информации о деятельности ДОУ	
Участие воспитанников и сотрудников ДОУ в окружных, районных мероприятиях	
Организация взаимодействия с населением	
Внутренний имидж	
Философия ДОУ	
Степень согласованности ценностей и взглядов, которыми сотрудники руководствуются в профессиональной деятельности	
Сформированность норм поведения сотрудников	
Широта спектра ценностей, которые важны для сотрудников	
Организационная культура ДОУ	
Осознание сотрудниками себя частью ДОУ	
Организация питания сотрудников в ДОУ	
Взаимоотношения между людьми (характер отношений, их открытость, позитивность)	
Организация повышения профессиональной компетентности сотрудников (учет интересов и возможностей, уровня квалификации, предоставление сотрудникам выбора и способа повышения квалификации)	
Степень информирования сотрудников о деятельности ДОУ, открытость информации, своевременность ее доведения до сотрудников	
Трудовая этика (отношение к работе и ответственность за нее)	
Мотивирование сотрудников (стимулирование)	
Неосязаемый имидж	

Удовлетворенность родителей услугами ДООУ	
Распространение положительной информации о деятельности ДООУ среди окружения	
Благодарность сотрудникам ДООУ	
Интерес к достижениям ДООУ, участие в решении его проблем	
<b>Составляющие имиджа ДООУ</b>	<b>Балл</b>
Включенность в образовательную деятельность	
Поддержка контактов с сотрудниками после окончания ребенком детского сада	
Удовлетворенность детей	
Желание посещать детский сад	
Желание детей взаимодействовать с педагогами	
Поведение детей в момент расставания с родителями и ухода домой	
Степень эмоциональной комфортности пребывания детей в ДООУ	

Шкала оценивания:

- 3 балла – полное соответствие предъявляемым требованиям;
- 2 балла – в большей мере выполнение / соответствие выдвинутым требованиям;
- 1 балл – минимальное выполнение / соответствие требованиям;
- 0 баллов – отсутствие данной характеристики или несоответствие обозначенному критерию.

Внешняя атрибутика: герб и эмблема ДОУ



Специальные кабинеты в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»



Кабинет психолога



Медицинский кабинет



Кабинет учителя-логопеда

Сайт МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»

Муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение "Детский сад № 49 "Чебурашка" Малышевского городского округа



Найти

- Главная
- Новости
- Основные сведения
- Документы
- Фотогалерея
- Заботливым родителям
- Детям
- Наши достижения и гордость
- Наш уютный дом
- Требования 273-ФЗ
- Питание
- Наши группы
- Будь здоров
- Методический кабинет
- ДоМиСолька



cheburashka.com

Анкета на выяснения степени информированности родителей о работе, проходящей  
в детском саду  
Уважаемый родитель!

Коллектив детского сада просит Вас ответить на вопросы и заполнить анкету.  
Анкета анонимна. Для нас очень важно Ваше мнение о работе детского сада.

Предполагаем выбор ответа: «Да», «Нет», «Не знаю» или произвольная запись  
ответа.

1. Известно ли Вам: в ДООУ проводится специальная работа по адаптации детей к  
условиям детского сада (день открытых дверей, беседа с родителями, возможность их  
нахождения в группе в первые дни посещения ребенком детского сада и т. д.?)

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

2. Обсуждают ли с Вами воспитатели вопросы дисциплины, питания, выполнения  
гигиенических процедур, касающиеся пребывания детей в детском саду?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

3. Имеете ли Вы возможность поприсутствовать в группе, поучаствовать в  
экскурсиях вместе с детьми?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

4. Получаете ли Вы информацию о повседневных происшествиях в группе, успехах  
ребенка в обучении и т. п. (информационный стенд, устные сообщения сотрудников)?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

5. Информируют ли Вас воспитатели о травмах, изменениях в состоянии здоровья  
ребенка, привычках в еде и т. д.?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

6. Имеете ли Вы возможность обсудить на совместных собраниях ДООУ (не реже 1-  
го раза в год) успехи детей?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

7. Интересуются ли воспитатели группы, насколько их работа удовлетворяет ваши  
запросы (беседы, анкетирование)?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

8. Удовлетворяет ли Вас лично уход, оздоровление, воспитание и обучение Вашего  
ребенка в детском саду?

- а) да;
- б) нет;
- в) затрудняюсь ответить.

9. Чувствуете ли Вы, что сотрудники детского сада доброжелательно относятся к Вам и Вашему ребенку?

а) да;

б) нет;

в) затрудняюсь ответить.

По желанию Вы можете добавить любые комментарии.

Благодарим за участие!

**Кодекс о внешнем виде в МАДОУ МДС №49 «Чебурашка»**

Одежда должна быть обязательно чистой, свежей, выглаженной.

Обувь должна быть чистой, начищенной в течение всего рабочего дня.

Внешний вид должен соответствовать нормам делового стиля и исключать вызывающие детали, яркие цвета.

Необходимо соблюдать правила личной гигиены (волосы, лицо и руки должны быть чистыми и ухоженными, используемые дезодорирующие средства должны иметь легкий и нейтральный запах).

Для дневного макияжа и маникюра уместны неяркие, спокойные тона.

Использовать простые неброские украшения, выдержанные в деловом стиле.

Ногти должны быть аккуратно и коротко подстрижены.

Нежелательно использовать следующие виды одежды:

- спортивную (кроме инструктора по физ. культуре);
- для активного отдыха (шорты, толстовки, майки);
- пляжную;
- прозрачные платья, юбки, блузки;
- вечерние туалеты, декольтированные платья и блузки;
- мини-юбки;
- короткие блузки, открывающие часть живота или спины.

обуви:

- спортивную;
- пляжную (шлепанцы и тапочки);
- массивную на толстой платформе;
- вечерние туфли (с перьями, блестками, крупной вышивкой);
- сапоги-ботфорты в сочетании с деловым костюмом.

прически:

- экстравагантные стрижки;
- окрашивание волос в яркие, неестественные оттенки (например, неоновые).

маникюр и макияж:

- маникюр ярких экстравагантных тонов (синий, зеленый, черный);
- маникюр с дизайном в ярких тонах (рисунки, стразы, клипсы);
- вечерние варианты макияжа с использованием ярких, насыщенных тонов.

**8. Стандарты внешнего вида:**

Одежда:

- деловой костюм спокойных тонов, брюки стандартной длины;
- в холодное время допускается ношение теплых моделей свитеров, кофт без ярких, экстравагантных элементов;
- чулки и колготы телесного или черного цвета ровной фактуры без орнамента.

Обувь:

- классические модели неярких тонов, гармонирующие с одеждой;
- предпочтение моделям с закрытым мысом и пяткой;
- высота каблуков должна быть удобна для работы, но не превышать 10 см.

Прически:

- стрижка аккуратная (не экстравагантная);
- длинные волосы должны быть заколоты;

Украшения:

- использовать украшения в деловом стиле, без крупных драгоценных камней, ярких и массивных подвесок;
- кольца - не более трёх;

- цепочка - не более двух;
  - часы среднего размера;
  - серьги небольшого размера;
  - пирсинг и татуаж допускаются в том случае, если они скрыты одеждой.
- Запрещается ношение украшений для работников пищеблока.

Сотрудники ДОУ



**Выписка и Кодекса профессиональной этики педагогических работников ДОУ**

Взаимоотношения между педагогами основываются на принципах коллегиальности, партнерства и уважения.

5.2. Педагог защищает не только свой авторитет, но и авторитет своих коллег. Он не принижает своих коллег в присутствии воспитанников или других лиц.

5.3. Педагог имеет право выражать свое мнение по поводу работы своих коллег и администрации. Любая критика, высказанная в адрес другого педагога, должна быть адресной, объективной, обоснованной, открытой.

5.4. Не смотря на все выше перечисленное, педагог не должен оставлять без внимания некорректное поведение, не этичные действия коллег.

5.5. Важнейшие проблемы и решения в педагогической жизни обсуждаются и принимаются в открытых педагогических дискуссиях.

5.6. Педагог имеет право на административную, медицинскую, психологическую и методическую помощь внутри учреждения.

**VI. Взаимоотношения педагога с администрацией ДОУ**

6.1. Педагогические работники выполняют разумные указания администрации и имеют право подвергнуть их сомнению в порядке, установленном действующим законодательством.

6.2. В процессе взаимодействия с администрацией педагогические работники обязаны воздерживаться от заискивания перед ней.

**VII. Взаимоотношения администрации ДОУ и педагогов**

7.1. Администрация МДОУ для педагогических работников должна:

быть образцом профессионализма и безупречной репутации, способствовать формированию в ДОУ благоприятного для эффективной работы морально-психологического климата;

делать всё возможное для полного раскрытия способностей и умений каждого педагогического работника;

ограждать педагогических работников от излишнего или неоправданного вмешательства в вопросы, которые по своему характеру входят в круг их профессиональных обязанностей, со стороны законных представителей воспитанников.

7.2. Представителям администрации следует:

формировать установки на сознательное соблюдение норм настоящего Кодекса;

быть примером неукоснительного соблюдения принципов и норм настоящего Кодекса;

помогать педагогическим работникам словом и делом, оказывать морально-психологическую помощь и поддержку, вникать в их запросы и нужды;

регулировать взаимоотношения в коллективе на основе принципов и норм профессиональной этики;

пресекать интриги, слухи, сплетни, проявления нечестности, подлости, лицемерия в коллективе;

обеспечивать рассмотрение без промедления фактов нарушения норм профессиональной этики и принятие по ним объективных решений;

способствовать максимальной открытости и прозрачности деятельности ДОУ с тем, чтобы не допустить возникновения ситуаций, когда из-за недостатка необходимой информации в обществе или у отдельных граждан появляются сомнения в законности действий педагогических работников;

оставаться скромным в потребностях и запросах, как на работе, так и в быту.

7.3. Представители администрации не имеет морального права:

перекалывать свою ответственность на подчинённых;

использовать служебное положение в личных интересах;

проявлять формализм, высокомерие, грубость;  
создавать условия для наушничества и доноительства в коллективе;  
обсуждать с подчинёнными действия вышестоящих руководителей;  
предоставлять покровительство, возможность карьерного роста по признакам родства, землячества, религиозной, кастовой, родовой принадлежности, личной преданности, приятельских отношений;  
демонстративно приближать к себе своих любимцев, делегировать им те или иные полномочия, не соответствующие их статусу, незаслуженно их поощрять, награждать, необоснованно предоставлять им доступ к материальным и нематериальным ресурсам;  
умышленно использовать свои должностные полномочия и преимущества вопреки интересам долга, исходя из корыстной личной заинтересованности.

Уважаемые педагоги!

Администрации детского сада для дальнейшего планирования и совершенствования деятельности ДООУ важно узнать ваше мнение и пожелания относительно работы дошкольного учреждения. Анкета по вашему желанию может быть анонимной. Ответьте, пожалуйста, на следующие вопросы.

Оцените, насколько Вы удовлетворены... (1 - совершенно неудовлетворен, 5 - полностью удовлетворен)

- А) Отношением к Вам со стороны непосредственного руководства
- Б) Участием в принятии управленческих решений
- В) Признанием Ваших успехов и достижений
- Г) Деятельностью администрации вуза
- Д) Уровнем оплаты труда
- Е) Условиями труда, оснащенностью своего рабочего места
- Ж) Охраной и безопасностью труда
- З) Управлением изменениями в деятельности вуза
- И) Системой организации отдыха, питания, медицинского и другого обслуживания
- К) Соответствием работы способностям, склонностям
- Л) Отношениями в коллективе
- М) Престижностью работы

**Анкета «Удовлетворенность родителей услугами ДООУ»**

Уважаемые родители!

Сотрудникам детского сада для дальнейшего планирования и совершенствования деятельности ДООУ важно узнать ваше мнение и пожелания относительно работы дошкольного учреждения с семьей в целом и ребенком в частности. Анкета по вашему желанию может быть анонимной. Ответьте, пожалуйста, на следующие вопросы.

1. Что вас больше всего привлекает в детском саду?

- хорошая организация питания;
- хорошая организация режима;
- работа по укреплению здоровья детей;
- хорошее состояние территории для прогулок;
- хорошее отношение ребенка к воспитателю;
- высокий уровень материально-технического оснащения;
- хорошие отношения между детьми в группе;
- высокий профессиональный уровень сотрудников;
- расположение детского сада (неподалеку от дома, работы);
- результативная работа по коррекции речи ребенка;
- подготовка к школе;
- психолого-педагогические консультации для родителей;
- возможность участвовать в жизни детского сада;
- другое \_\_\_\_\_

2. в какой форме вы бы хотели участвовать в работе учреждения?

- состоять в родительском комитете;
- выполнять посильные просьбы педагогов;
- принимать участие в педагогическом процессе (участвовать в праздниках, занятиях для детей);
- оказывать спонсорскую помощь;
- другое \_\_\_\_\_

3. Степень вашей удовлетворенности:

- от пребывания ребенка в детском саду  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10;
- от общения с персоналом ДООУ  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10;

Благодарим за сотрудничество!



**9 сентября  
в 17:00**

**Малышевский детский сад  
№49 “Чебурашка”  
проводит День открытых дверей.  
Уважаемые родители и гости!**

День открытых дверей - это прекрасная возможность познакомиться с традициями детского сада, правилами и задачами воспитательно-образовательного процесса, окунуться в атмосферу, окружающую ребенка каждый день с утра до вечера.

**Заранее благодарим тех,  
кто найдет время  
посетить нас.**



## ПОЛОЖЕНИЕ

### о Конфликтной комиссии Муниципального автономного дошкольного образовательного учреждения Детский сад №49 «Чебурашка»

#### 1. Общие положения

1.1. Конфликтная комиссия Муниципального автономного дошкольного образовательного учреждения Детский сад №49 «Чебурашка» (далее - Учреждение) создается для решения спорных вопросов и рассмотрения вопросов, связанных с нарушением нормативных актов между участниками образовательного процесса, а также между работниками и администрацией Учреждения.

1.2. Комиссия в своей деятельности руководствуется Федеральным законом от 29.12.2012г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», вступившем в силу с 01.09.2013г., Уставом и локальными актами Учреждения.

1.3. Комиссия создается по мере необходимости и действует только для разрешения конкретного спора между участниками образовательного процесса, а также между работниками и администрацией Учреждения.

1.4. Персональный состав комиссии утверждается приказом заведующего Учреждения и не может быть менее 3 человек. В состав комиссии в обязательном порядке входит представитель Совета родителей Учреждения.

#### 2. Полномочия Комиссии

2.1. Комиссия, создаваемая приказом заведующего, рассматривает следующие вопросы:

- разрешает конфликтные ситуации между администрацией, педагогическими работниками, родителями (законными представителями), другими работниками Учреждения, связанные с организацией и осуществлением образовательного процесса в Учреждении.

2.2. Комиссия, приняв к рассмотрению один из перечисленных в п.2.1 вопросов, имеет право:

- запрашивать дополнительную документацию, материалы для проведения самостоятельного изучения вопроса;
- рекомендовать, приостанавливать или отменять ранее принятое решение на основании проведенного изучения при согласии конфликтующих сторон;
- приглашать на заседание Комиссии конфликтующие стороны, других заинтересованных лиц;
- принимать решение по каждому спорному вопросу, относящемуся к компетенции и доводить его до конфликтующих сторон и администрации Учреждения.

2.3. Комиссия при рассмотрении конфликтной ситуации обязана:

- руководствоваться нормативными правовыми актами;
- рассматривать конфликтную ситуацию строго в установленные сроки, если не оговорены дополнительные сроки рассмотрения заявления;
- принимать решение по всем спорным вопросам и доводить его в устной или письменной форме (по желанию сторон) до конфликтующих сторон и администрации ДОУ;
- осуществлять контроль за исполнением принятого решения.

### **3. Порядок работы Комиссии**

3.1. Заявления участников образовательного процесса по конфликтным ситуациям в пределах компетенции Комиссии подаются в письменной форме заведующему Учреждением.

3.2. Заявления работников подлежат обязательной регистрации в журнале, в котором отмечается ход рассмотрения заявлений и их исполнение. Журнал заполняется по форме

3.3. Конфликтная комиссия обязана рассмотреть заявление в 10-дневный срок со дня подачи. О времени рассмотрения председатель Конфликтной комиссии извещает заблаговременно заинтересованных лиц.

3.4. Заявление рассматривается в присутствии заявителя и других заинтересованных лиц.

Рассмотрение заявления в отсутствие заявителя допускается лишь по его письменному согласию.

В случае неявки на заседание Конфликтной комиссии рассмотрение его заявления откладывается, о чем заявитель и заинтересованные лица должны быть оповещены.

В случае вторичной неявки заявителя без уважительных причин комиссия может вынести решение о снятии данного заявления с рассмотрения. В этом случае работник имеет право подать заявление повторно.

3.5. Заседание Конфликтной комиссии считается правомочным, если на нем присутствует не менее половины избранных в ее состав членов.

3.6. Решение Конфликтной комиссии принимается большинством голосов присутствующих на заседании членов комиссии.

3.7. Решение Комиссии доводится письменно до администрации Учреждения для принятия соответствующего решения и письменно или устно (по желанию сторон) до конфликтующих сторон в течение 2 дней с момента его принятия.

3.8. В случае несогласия с принятым решением стороны имеют право обжаловать его в установленном порядке. Администрация Учреждения исполняет решение Комиссии в обязательном порядке.

### **4. Организация деятельности Комиссии и её документация**

4.1. Заседания Комиссии проводятся только при наличии всех членов Комиссии.

4.2. На заседании Конфликтной комиссии ведется протокол, в котором отмечается дата заседания, состав присутствующих членов комиссии, содержание заявления, выступление участником заседания, результаты голосования, краткое содержание принятого решения.

4.3. Все члены Комиссии работают на общественных началах.

4.4. Заседания Комиссии проводятся во внерабочее время с обязательным приглашением конфликтующих сторон.

4.5. Администрация Учреждения создаёт условия для работы Комиссии, предоставляет кабинет, необходимые материалы, средства связи и др.

4.6. Разглашение материалов деятельности Комиссии как её членами, так и конфликтующими сторонами не допускается. До сведения общественности в случае необходимости доводится только приказ заведующего Учреждением по итогам работы Комиссии.