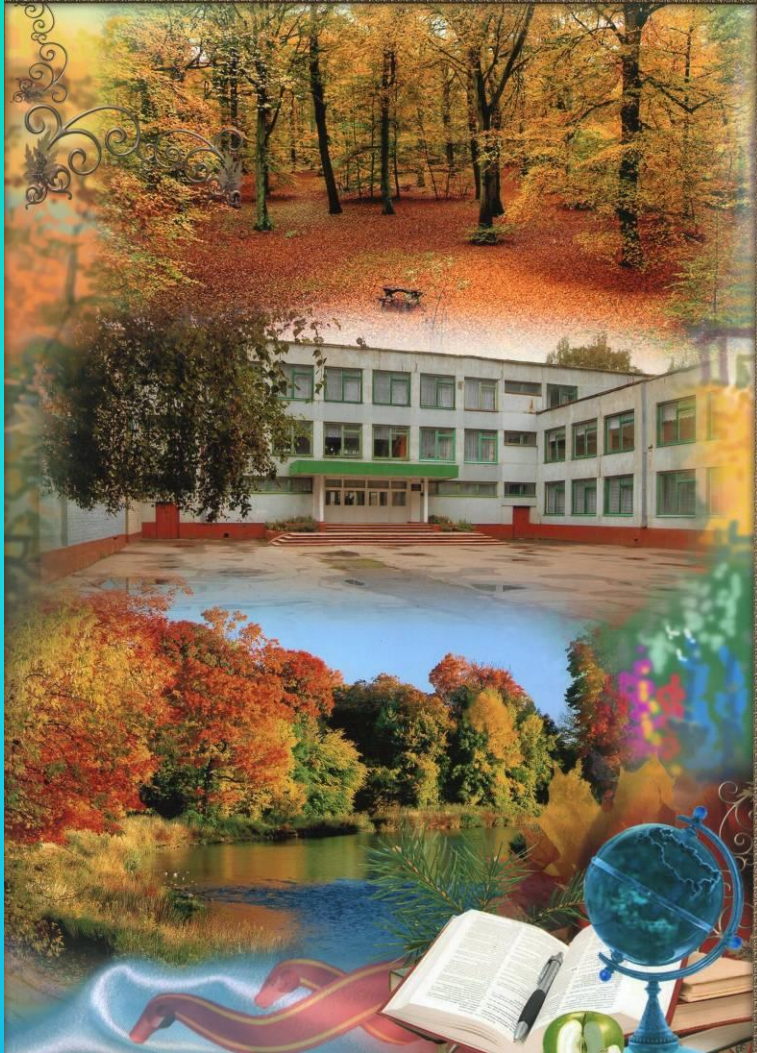


Макіївська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 15



Формування іміджу навчального закладу

МЕТА:

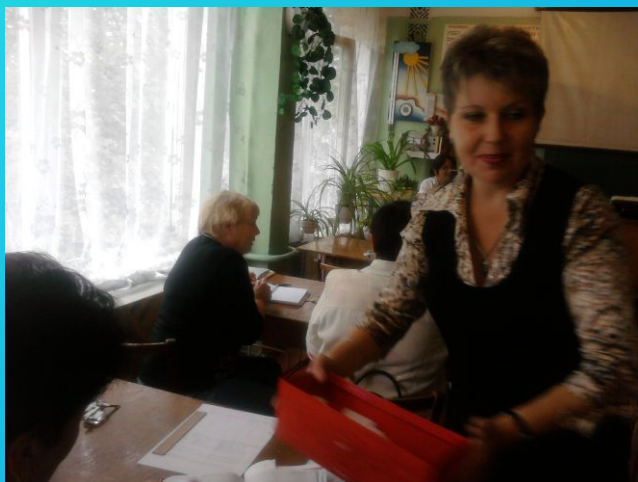
Проаналізувати роботу школи у 2011-2012 н.р.:

- організація управлінської діяльності;
- виконання навчальних планів і програм;
- моніторинг рівня навчальних досягнень учнів у 2011-2012 навчальному році;
- профільне навчання;
- організація методичної роботи в школі;
- спрямованість виховної роботи;
- робота шкільної бібліотеки;
- робота практичного психолога;
- профорієнтаційна робота (9, 10, 11 класи);
- робота по виконанню програми «Всеобуч-2011»;
- підготовка школи до нового 2012-2013 навчального року.

Тренінг «Настрій на роботу»

Міні-тренінг розвитку самооцінки та успіху

- Проводить учитель біології Воліна А.О.



**Я суджу про людей
тільки за результатами
їхніх дій**

Наполеон



Нові слова, які ввійшли до словникового запасу за останній час

- Моніторинг
- Тьютер
- Компетентність
- Месседж
- Імідж

«імідж»

(imago - «зображення, образ»)

- цілеспрямовано
сформований образ,
покликаний надати емоційно-
психологічний вплив на будь-
кого в цілях популяризації,
реклами тощо

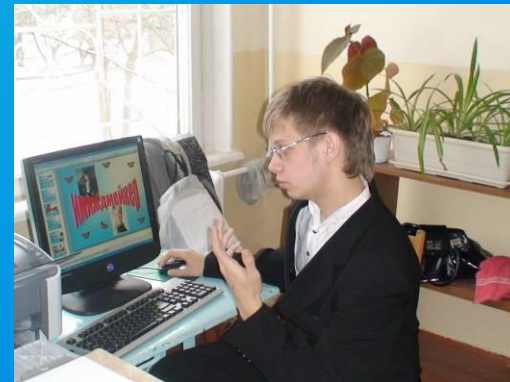
- У широкому сенсі

імідж - поширене уявлення про сукупність природних і спеціально сконструйованих властивостей об'єкта.



- у вузькому сенсі

Імідж - свідомо сформований образ об'єкта, який наділяє його додатковими цінностями і дає можливість продукувати ті враження про об'єкт, ставлення до нього і його оцінки, які необхідні самого творця



імідж - образ, репутація, думка широкої публіки, споживачів і клієнтів про престиж організації, її продуктах і послугах, репутації керівників



РОБОТА В ГРУПАХ:

- Що ми розуміємо під поняттям імідж школи для учнів початкових класів?
- Що ми розуміємо під поняттям імідж школи для учнів старшої школи, випускника?
- Що ми розуміємо під поняттям імідж школи для батьків?
- Що ми розуміємо під поняттям імідж школи для учителів-предметників?





Імідж школи

- - це емоційно забарвлений образ навчального закладу, часто свідомо сформований, що володіє цілеспрямовано заданими характеристиками і покликаний надавати психологічний вплив певної спрямованості на конкретні групи соціуму.



Компоненти іміджу навчального закладу

- для учнів початкової школи та їх батьків - образ класного керівника;
- для старшокласників - образ учителя-предметника, образ директора;
- для батьків із вищою освітою - уявлення про якість освіти, стиль роботи школи;
- для батьків дітей із послабленим здоров'ям - комфортність шкільного середовища



- Формування іміджу - це процес, в ході якого створюється якийсь спланований образ на основі наявних ресурсів. Причому саме рішення цієї задачі може істотно збагатити й сам педагогічний процес, справа лише в правильному розподілі загальних зусиль.



- Учні. Пам'ять про школу зберігається довго, і якщо той образ, який склався у учнів по закінченні навчального закладу, привабливий, тоді вони будуть радити іншим віддавати своїх дітей до школи. До того ж саме учні, ще навчаючись у школі, служать її своєрідною «візитною карткою»: те, що вони розповідають про свої шкільні будні (особливо

в Інтернеті), або те, як вони себе ведуть в громадських місцях, безпосередньо демонструє певні стандарти, прийняті у вашому шкільному співтоваристві.



- Батьки учнів. Мабуть, це найбільш авторитетні суб'єкти, здатні не тільки дати реальну оцінку роботи школи, але і відкоригувати громадську думку і думку своїх дітей про неї. Саме тому батьки є головною цільовою групою, на яку необхідно орієнтуватися у іміджевої роботі. Парадокс полягає ще й у тому, що батьки тут можуть виступати і основними інвесторами іміджевої політики: але це в тому випадку, якщо педагогічний колектив перебуває з ними «по одну сторону барикад».



РОБОТА В ГРУПАХ:

- 1. Чому виникла потреба формувати імідж школи?
- 2. З чого починається формування іміджу школи?



Потреба формування іміджу ШКОЛИ

- **складна демографічна ситуація** підсилює конкуренцію серед шкіл однієї території в боротьбі за набір учнів і збереження контингенту;
- **сильний позитивний імідж** полегшує доступ **школи до кращих ресурсів**: фінансових, інформаційних, людських тощо;
- **стійкий позитивний імідж** дає ефект придбання школі певної сили, тобто створює запас довіри до всього, що відбувається в стінах закладу, зокрема й до інноваційних процесів.

Формування іміджу школи

- Упровадження і зміцнення традицій школи;
- створення загального стилю приміщень школи — відповідно до її традицій, особливостей діяльності
- використання можливостей радіо, телебачення для пропаганди досягнень школи;



- початок зв'язків із громадськістю, проведення піар-заходів: організація днів відкритих дверей, презентацій, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках освіти;
- організація заходів для аудиторій, у яких зацікавлений навчальний заклад, курування виховних і освітніх закладів, що виховують і навчають майбутніх учнів тощо;



- створення власного сайту в Інтернеті як проекту, у ході якого може діяти рекламний майданчик, де формуватиметься доброзичливий імідж закладу;
- активна соціальна реклама, де демонструється турбота про нове покоління через функціонування дитячих та юнацьких організацій, через конкретну діяльність із збереження та зміцнення здоров'я учнів, через зв'язки школи з різними соціальними інститутами, ВНЗ тощо, через створення умов для творчого розвитку;
- акцент у рекламі на стабільній діяльності школи, забезпечення регулярних і продуктивних зв'язків із випускниками різних років;
- організація постійного зворотного зв'язку для аналізу ефективності проведених заходів.

Структура іміджу

- Імідж освітньої послуги (уява людей про відносно унікальних характеристик, якими наділена послуга)
- Імідж споживача (уява про стиль життя, особистих якостях споживача, суспільному статусі)
- Внутрішній імідж організації (уява працівників про свою організацію)
- Імідж керівника (персональні особливості, біографія, стиль життя, рольова поведінка, цінності, знання стратегії розвитку, технології навчання)
- Імідж персоналу (інформованість, мобільність, виконання роботи, професійна підготовка)
- Візуальний імідж (уява про організацію на основі візуальних почуттів)
- Соціальний імідж (соціальна мета та роль навчального закладу)
- Бізнес-імідж (уява про організацію як про суб'єкта ділової активності)

Формування іміджу є першим кроком для побудови гарної школи. І тут ініціатива має виходити виключно від самого освітньої установи. З поняттям іміджу тісно пов'язана і репутація школи, яка складається з декількох складових і яка утримується в масовій свідомості довгі роки. Відміну іміджу від репутації, полягає саме в тому, що репутація є підсумком побудови іміджу. Стати своєрідною школою, і у школи з'являться «свої» учні.



**Підсумки роботи школи за
2011-2012 навчальний рік
і задачі на новий 2012-2013
навчальний**

**Заступник директора з НВР
Придіус О.О.**



Кращі миттєвості року



Перегляд уривків з мультфільму “Буревестник”

Пам'ятайте! **83%** рішень
приймаються на основі
візуальної інформації.

УЧИТЕЛЬ + УЧЕНЫ = ШКОЛА УСПІХУ



Педагогічний колектив МЗШ №
15 продовжує працювати в
напрямку створення
комфортних умов для розвитку
особистості кожного учня