

**К защите представлена  
выпускная квалификационная работа  
на тему:**

**Управление процессом формирования имиджа  
образовательной организации (на примере  
Муниципального автономного учреждения  
Детский оздоровительный лагерь «Мечта»)**

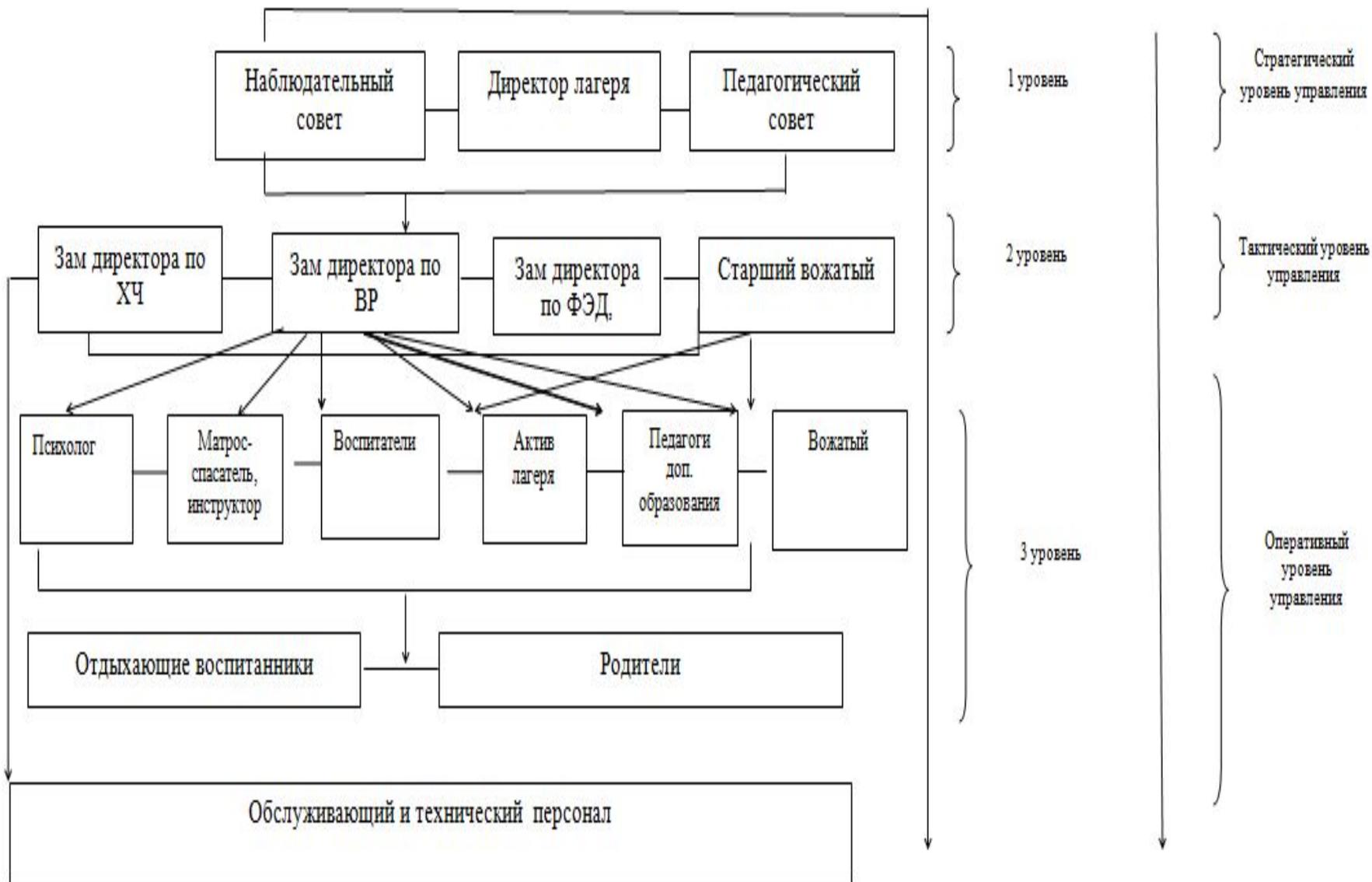
**Слушатель : Л.Р. Реймер  
Руководитель: Кайдашова А.К.**

Цель исследования – рассмотреть процесс формирования имиджа МАУ ДОЛ «Мечта» и разработать практические рекомендации по его дальнейшему укреплению.

Основные задачи:

- - рассмотрение понятия имиджа образовательного учреждения;
- - изучение механизма формирования и способов построения имиджа образовательного учреждения;
- - рассмотрение особенностей формирования имиджа образовательного учреждения в области культуры;
- - анализ существующего имиджа предмета исследования;
- - разработка практических рекомендаций по дальнейшему формированию и укреплению существующего имиджа лагеря «Мечта».

# Схема организационной структуры



# Общая характеристика существующего положения МАУ ДОЛ «Мечта»

Годы	2013	%	2014	%	2015	%
<b>Показатели динамики муниципального задания</b>						
Количество(чел.)	585	100	585	100	600	102,5
<b>Показатели динамики численности воспитанников</b>						
Количество(чел.)	592	101,1	579	99,0	610	101,6
<b>Показатели динамики численности работников по штату</b>						
Количество(чел.)	42	100	42	100	43	100
<b>Показатели динамики среднесписочной численности работников</b>						
1. Численность административно-управленческого персонала	4		4		4	
2. Численность пед. работников	25		25		25	
3. Численность МОП персонала	13		13		14	
<b>по тарификации:</b>						
1. Численность воспитателей	7		7		7	
2. Численность вожатых	7		7		7	



Таблица 3. Динамика численности работников МАУ «ДОЛ «Мечта» за 2014-2016 гг

Показатель	2013 г. базисн ый	Плановый период					
		2014г	% изм.	2015г	% изм.	2016г	% изм.
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Численность административно-управленческого персонала	3	3	100 %	4	133,3 %	4	133,3 %
2. Численность учебно-воспитательного персонала	17	20	117,6 %	22	129,4 %	22	129,4 %
3. Численность вспомогательного персонала	8	9	112,5 %	11	137,5 %	11	137,5 %
4. Численность медицинского персонала	2	2	100%	2	100%	2	100%
5. Работники пищеблока	6	6	100 %	7	116,7 %	7	116,7%

Таблица 4. Показатели динамики оплаты труда работников ДОЛ

Показатель	2013 г. базисн ый	Плановый период					
		2014г	% изм.	2015г	% изм.	2016г	% изм.
<b>Показатели динамики оплаты труда работников автономного учреждения</b>							
<b>1.Оплата труда работников, тыс.руб.</b>	1 228,09	1 319,0	107,4 %	1 683,0	137,04%	1 833,0	<b>149,26 %</b>
<b>2.Отношение ФОТ работников к доходам учреждения</b>	23.85%	22.40%	-	25.03%	-	25.03%	-
<b>3.Средняя заработная плата работников, тыс.руб./мес.</b>	7,2	7,2	100%	7,86	108,9%	8,56	118,9%

# Таблица 5 - Перечень индикаторов оценки имиджа лагеря

Комплексные индикаторы	Единичные индикаторы
потребительский	<p>общая известность и репутация лагеря                      престиж образовательных программ,                      профильность, специализация лагеря                      дизайн здания и помещений, чистота, порядок уют,                      внимание лагеря к воспитаннику, его личностному развитию,                      внешняя атрибутика – название, герб, гимн, флаг, традиции,                      ритуалы и т.п.                      реклама лагеря                      наличие собственного сайта,                      молодежная субкультура.</p>
корпоративный	<p>благоприятный психологический климат и доброжелательный                      характер отношений между воспитанниками и воспитателями и                      вожатыми,                      квалификация, профессиональные качества, стиль поведения,                      система морального и материального поощрения сотрудников,                      четкая формулировка миссии лагеря.</p>
партнерский	<p>скорость реагирования на изменения запросов потребителей,                      сотрудничество лагеря с другими образовательными                      учреждениями,                      конкурентный статус лагеря.</p>

# Вывод:

Имидж образовательной организации – это эмоционально окрашенный образ лагеря, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума.

- ✓ Забота о своем имидже – это запечатление его в сознании людей, лучшая самопрезентация.
- ✓ Положительный имидж образовательной организации формируется только на основе устойчивой качественной образовательной услуги.
- ✓ Профессиональный подход к формированию желаемого имиджа учебным заведением должен строиться на полномасштабном и всестороннем изучении потребителей, которым данный имидж адресован – родителей, учеников, социальных партнеров.
- ✓ Считаю необходимым продолжение работы по формированию положительного имиджа ДОЛ «Мечта» в дальнейшем.

***Спасибо за  
внимание!***