

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

**«Формирование имиджа  
образовательного  
учреждения»**

*Марьясова Елена Владимировна,  
учитель изобразительного искусства*



*Имидж нельзя купить. Его можно только  
создать.*

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

*Жан Кокто*

# Необходимость формирования имиджа образовательного учреждения определяется:

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

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

*/Современный толковый словарь/*

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

*/Т.Н. Пискунова/*

# Структура имиджа

## 1. Позитивный образ руководителя

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

## 2. Качество образовательных услуг

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

## 3. Уровень психологического комфорта

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



#### 4. Образ персонала

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

#### 5. Стиль образовательного учреждения

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

#### 6. Внешняя атрибутика

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



# Целевая аудитория

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



# **Этапы формирования имиджа**

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



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

*К.М. Ушаков*



**Спасибо  
за  
внимание !**