

**Имидж  
дошкольного  
образовательного  
учреждения**

**Имидж ДОУ** - эмоционально окрашенный образ образовательного учреждения, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума.



# Характеристика имиджа

- идеальный объект, возникающий в сознании людей,
- не подлежит прямому измерению,
- имидж неустойчив,
- имидж прагматичен,
- имидж предполагает сильный эмоциональный отклик,
- эффективный имидж целостен и непротиворечив.

# Функции имиджа

Имидж дошкольного образовательного учреждения как организации может создаваться в различных содержательных пластах:

- имидж руководителя;
- имидж воспитателей (индивидуально);
- корпоративная культура (команда);
- имидж проекта или услуги;
- дизайн и фирменный стиль.

**Основа всего составляющего имиджа - люди: руководители, педагоги, обслуживающий персонал.**

**От имиджа человека во многом зависит желание сотрудничать с ними или организацией.**

# Корпоративная культура (команда)

- разработка визуальных и деятельностных элементов внешней атрибутики для демонстрации духа общности, корпоративности, единения;
- формирование узнаваемого образа на рынке образовательных услуг;
- упор на уникальность предлагаемых ДООУ услуг, подчеркивающая их качество
- согласованность всех элементов коммуникации ДООУ, передающая основную идею, вызывающая благоприятный отклик, который увеличивает степень доверия окружения.

# Дизайн и фирменный стиль ДОУ

1. Логотип или фирменный знак: вывеска на здании; папка для деловых бумаг заведующего; поздравительные открытки; приглашения, рекламные информационные материалы (листовки, буклеты, бюллетени).
2. Летопись детского сада: книга отзывов для родителей и гостей ДОУ.
3. Бейдж.
4. Газета ДОУ.
5. PR-мероприятия: организация дней открытых дверей, презентаций, участие в ярмарках образования, конкурсы педагогического мастерства, открытые конференции и семинары для других учреждений.
6. Публикации о достижениях ДОУ в СМИ.



## **Визуально подвижные коммуникации:**

- деловой этикет, профессиональная этика;
- бренд педагога.

## **Визуально неподвижные коммуникации:**

- печатная символика;
- внешний вид персонала (одежда, прически, макияж, маникюр, аксессуары и пр.);
- рекламные ролики, презентационные фильмы;
- сайт учреждения;
- внешний вид здания, благоустроенность территории ДООУ;
- место расположения ДООУ.
- Фирменный цвет.

# Формы имиджа ДОУ

## Внешний имидж:

- Восприятие учреждения обществом, название, оформление помещений и территорий, имидж персонала, манера персонала общаться с родителями и детьми, коллегами, формат корпоративных мероприятий, поведение сотрудников на публике и в рабочей обстановке, деловой этикет, речь сотрудников.

## Внутренний имидж:

- Атмосфера внутри учреждения, отношение сотрудников к своей работе, руководителю ДОУ, родителям воспитанников.



# Формирование привлекательного и неповторимого имиджа ДООУ:

- четко определенные приоритеты, собственная философия, своё видение будущего;
- уникальная система ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения;
- качественные образовательные услуги;
- система учебно-воспитательной работы;
- связь с учреждениями здравоохранения, дополнительного образования, разными социальными институтами;
- своевременно обновляемые информационные материалы;
- система целевой подачи информации потребителям о своем потенциале, успехах и предполагаемых образовательных услугах.

# Правила на успешность:

- не будьте похожи на других;
- пусть цели вдохновляют;
- сосредотачивайтесь на социальных запросах родителей;
- выберите лучшую корпоративную философию: «Чистота, качество, востребованность»;
- стремление к положительным эмоциям.

**Профессионалами не  
рождаются, ими становятся!  
Удача приходит к тому, кто к ней  
стремится!**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**