

**Муниципальное бюджетное образовательное учреждение
«Центр образования №32»**

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ СОВЕТ
«ФОРМИРОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ
КАЧЕСТВА ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

**«Построение конкурентного
образовательного учреждения»**



**Дата: 02.03.2016 г.
Время: 13.00-15.00**



Конкурентноспособность образовательного учреждения

Конкурентноспособность образовательного учреждения - это способность занять своё место на рынке образовательных услуг посредством предоставления качественного образования, приобретения наибольших конкурентных преимуществ по сравнению с другими образовательными учреждениями.

Конкурентное преимущество это положение организации (образовательного учреждения) на рынке образовательных услуг, позволяющее ему преодолевать силы конкуренции и привлекать инвесторов и потребителей (контингент учащихся). Конкурентные преимущества есть «эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами».



Показатели конкурентоспособного ОУ:

- осуществление инновационной деятельности, направленной на совершенствование содержания и технологий образовательного процесса;
- освоение маркетинговой деятельности, способствующей реализации стратегических задач образовательного учреждения: анализ изменения потребительского спроса, с целью создания конкурентоспособного продукта;
- обеспечение качества образования, соответствующее современным требованиям педагогической теории и практики, способное удовлетворить образовательные потребности личности, общества и государства;
- обеспечивать повышение профессионального роста педагогов;
- создание положительного имиджа образовательного учреждения;
- успешная финансово-экономическую деятельность (политика).

Как сделать образовательное учреждение конкурентноспособным?

Первый этап – оценка преимуществ: что выгодно отличает нас от других?



а) качество образования, реализуемого в ОУ - вариативность образования и ассортимент образовательных услуг в ОУ (ассортимент профилей, спецкурсов, форм обучения, дополнительное образование)

б) перспективные связи с другими учебными заведениями (по вертикали: ДООУ-школа-колледж-вуз);

в) уровень материально-технического оснащения;

г) уровень развития профессионального мастерства педагогического коллектива;

д) реальное использование современных образовательных технологий;

е) личные достижения, публичная позитивная известность руководителей и педагогов;

ж) сформировавшаяся в социуме внешняя привлекательность (имидж) ОУ, престижность получения образования в нем.

Второй этап – маркетинг.

Маркетинг осуществляется посредством аналитической и образовательной деятельности.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Аналитическую осуществляют администрация учреждения, представители различных служб ОУ, специалисты управления образования и другие субъекты по следующим направлениям:

- изучение запросов вузов, учащихся и родителей, организаций, предприятий в образовательных услугах;
- ознакомление с деятельностью конкурентов (других ОУ в микрорайоне, районе, городе и т. д.);
- анализ и коррекция собственной образовательной деятельности; определение стратегии развития ОУ;
- разработка системы повышения качества педагогических кадров; сотрудничество с различными структурами (общественными, научными, государственными и др.) в вопросах формирования конкурентоспособной организации.

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

РЕКЛАМА – ДВИГАТЕЛЬ ТОРГОВЛИ!



Как же можно прорекламирровать деятельность образовательного учреждения?

- Публикации о деятельности учреждения в СМИ;
- Создание сайта (эффективно для платных образовательных услуг в образовательном учреждении);
 - Установка рекламных щитов - возле учреждения, а также на оживленных трассах города в период активного выбора - март-август (эффективно в силу новизны: общеобразовательные учреждения еще редко пользуются этой формой рекламы);
 - Демонстрация содержательной информации и рекламных роликов по местному или кабельному телевидению;
 - Выпуск рекламных буклетов учреждения;
 - Создание рекламно-информационных плакатов, листовок для размещения в жилых домах, автотранспорте, железнодорожных и автовокзалах;
 - Выпуск сувениров-предметов с символикой учреждения (майки, ручки, карандаши и т. д.), создание символики образовательного учреждения (герб, флаг) и т.д.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПЕДАГОГА



УСПЕХОВ ВАМ, ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ!



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!!!