

**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: ДОУ-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 прорекламировать 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!!!**