

в изменении общей парадигмы дошкольного образования, которая получит своё отражение в системе знаний педагога о внешних и внутренних факторах опережающего развития детей от 3-х до 6-ти лет, методическом инструментарии, игровых формах организации образовательного процесса, детерминирующих результативность развития каждого ребёнка.

Список цитируемых источников

1. Коновалов, В. Ранняя стимуляция развития — междисциплинарный анализ современной образовательной ситуации / В. Коновалов // Нар. образование. — 2008. — № 6. — С. 216—226.
2. Никашина, Г. А. Закономерности опережающего развития интеллектуально-творческого потенциала в дошкольном детстве / Г. А. Никашина // Пед. наука и образование. — 2015. — № 4 (13). — С. 76—83.
3. Драиден, Г. Революция в обучении. Научить мир учиться по-новому / Г. Драиден, Д. Вое. — М.: Парвинэ, 2003. — 666 с.
4. Никашина, Г. А. Проблематизация содержания деятельности как условие опережающего развития интеллектуально-творческого потенциала детей от 3 до 6 лет / Г. А. Никашина // Пед. наука и образование. — 2018. — № 1. — С. 89—93.

УДК 373.2

Сураева Екатерина Юрьевна¹, Филиппова Аксана Равильевна², кандидат педагогических наук, доцент
Бюджетное учреждение высшего образования Ханты-Мансийского автономного округа — Югры «Сургутский государственный педагогический университет», Сургут, Российская Федерация, ¹suraeva-1986@mail.ru, ²aksana.filippova.2016@mail.ru

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РОДИТЕЛЯМИ ВОСПИТАННИКОВ

Гарантом высокого общественного рейтинга дошкольной образовательной организации является наличие положительного имиджа, который определяет не только известность среди потребителей, но и обеспечивает успех и результативность её деятельности. Повышение значимости имиджа дошкольной образовательной организации в современных условиях — факт очевидный. Потребители образовательных услуг в один момент могут получать всю необходимую информацию и сделать свой выбор, поэтому руководителям ДОО необходимо быстро реагировать на любые изменения и принимать решения, оценивая риски и преимущества. Авторы статьи раскрывают результаты исследования по изучению имиджа детского сада родителями воспитанников, а также определяют условия и технологии, способствующие созданию положительного образа ДОО.

Ключевые слова: корпоративный имидж; имидж дошкольной образовательной организации; компоненты корпоративного имиджа; организационно-управленческие условия.

Suraeva Ekaterina Yurievna¹, Filippova Aksana Ravilyevna², Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Budgetary Institution of higher Education of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug — Ugra "Surgut State Pedagogical University",
Surgut, the Russian Federation, ¹suraeva-1986@mail.ru, ²aksana.filippova.2016@mail.ru

ASSESSMENT OF THE STATE OF THE CORPORATE IMAGE OF A PRESCHOOL EDUCATIONAL ORGANIZATION BY PARENTS OF PUPILS

The guarantee of a high public rating of a preschool educational organization is the presence of a positive image, which determines not only popularity among consumers, but also ensures the success and effectiveness of its activities. Increasing the importance of the image of a preschool educational organization in modern conditions is an obvious fact. Consumers of educational services can receive all the necessary information at one moment and make their choice, therefore, the heads of pre-school institutions need to respond quickly to any changes and make decisions, assessing the risks and benefits. The authors of the article reveal the results of a study on the image of a kindergarten by parents of pupils, as well as identify the conditions and technologies that contribute to the creation of a positive image of a preschool.

Keywords: corporate image; image of preschool educational organization; components of corporate image; organizational and managerial conditions.

Введение. Рост внимания к проблеме формирования сильного корпоративного имиджа образовательных организаций не случаен. Ведь именно имидж организации является одним из важнейших факторов привлечения потребителя и определяет её конкурентоспособность. Позитивный имидж дошкольной образовательной организации должен стать своеобразным мерилем степени её развитости, своевременности и креативности методической работы, оценки её перспективности, зрелости и профессионализма коллектива. Но, зачастую, имидж создаётся посредством пиара и пропаганды, а не качественной работы над всеми её компонентами. Он может сформироваться у потребителей совершенно стихийно, что крайне неблагоприятно сказывается на деятельности всей образовательной организации. Проблемам формирования и развития имиджа организации посвящено большое количество научных работ и публикаций. Вопросы имиджа организации рассматривались в работах как отечественных, так и зарубежных авторов. Базой послужили труды Ф. Кот-

лера, К. Келлер, Г. Беквита, Ф. Бардена, Г. Бехара, Ф. Китчена, Г. Г. Почепцова, Е. В. Шалагиной, М. Д. Дачаевой, Г. Моргана, Е. Е. Румянцевой, Р. Колборна, Е. А. Блажнова, И. Я. Алёхиной, В. А. Макеева, И. В. Леоновой, Е. А. Петровой, Б. Джи, Ф. Китчена, К. А. Бадоевой, Н. Л. Роголёвой, Ю. Ю. Звёздочкина, Т. Н. Третьяковой.

Основная часть. Корпоративный имидж рассматривается учёными как совокупность положительных или отрицательных представлений определённых лиц об образовательном учреждении, которые формируются с помощью паблисити, пропаганды или рекламы. Структура имиджа предложена Г. Г. Почепцовым [1], который предлагает рассматривать его с позиции взаимосвязанных между собой элементов: представление о качестве образования; представление о стиле образовательной организации; представление о внешней атрибутике; представление об образе персонала; представление о цене на образовательные услуги; представление об уровне психологического комфорта; представление об образе руководителя.

Д. В. Журавлёв выделяет основные составляющие имиджа современного дошкольного учреждения [2, с. 69—70]: всеобщая популярность и репутация; согласованность всех элементов деятельности заведения; быстрота реагирования на изменения запросов потребителей; инновационный потенциал и его реализация; престиж образовательных программ; рекламная политика; уровень развития и характер социальных связей; финансовая обеспеченность (устойчивость); открытость, готовность к сотрудничеству и взаимодействию с другими социальными институтами.

Для изучения данных компонентов, нами было проведено исследование, направленное на оценивание исходного состояния имиджа дошкольного образовательного учреждения «Детский сад № 61 «Лель» (г. Сургут) родителями воспитанников. Исследование осуществлялось с помощью метода анкетирования, в котором приняло участие 95 родителей, целью которого являлось определение наиболее значимых компонентов имиджа, на которые в большей степени ориентируются родители при выборе детского сада. Их опыт и мнение позволили получить следующие результаты. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На какие факторы имиджа дошкольного учреждения Вы обращаете внимание в большей степени» было неравномерным. Наиболее значимым фактором формирования имиджа дошкольной образовательной организации по мнению большинства родителей (26 %) — является имидж воспитателя группы, в которой непосредственно контактирует ребёнок и родители. Это не случайно, поскольку именно с воспитателем ребёнок находится на протяжении длительного времени в детском саду. И то, насколько педагог компетентен, приятен в общении, как ведётся работа с детьми и родителями, можно говорить об имидже в качестве образа личности, возникающего у других людей. На втором месте (15 %) — сложившаяся репутация дошкольной образовательной организации, следовательно, необходимо обратить особое внимание на наличие информационных контактов детского сада с внешним миром, направленных на создание и поддержание позитивного имиджа. 13 % родителей отметили важность материально-технической базы детского сада, необходимой для развития детей и их здоровье-сбережения. Обращают внимание родители также на реализуемые в детском саду образовательные программы, которые позволяют успешно готовить детей к обучению в школе, развивать их интересы и способности. Меньше всего обращают внимание родители на опыт работы образовательной организации. 8 % — составляет имидж непосредственно руководителей дошкольной образовательной организации (заведующего, заместителей). Одно из условий успеха среди общественности — создание позитивного имиджа руководителя. Имидж руководителя — это продолжение имиджа его учреждения, и наоборот. Для управленца эта проблема крайне важна, поскольку имеет большое значение и для успеха учреждения, для карьеры руководителя и для его подчиненных [3, с. 45]. Поскольку приобретению заведением положительного имиджа способствуют уровень профессионального образования и инновационная активность персонала, руководитель дошкольной образовательной организации должен заботиться об обеспечении всем членам коллектива сада в возможности развиваться профессионально и личностно, так как это также обеспечивает положительный образ всего детского сада.

Таким образом, необходимо отметить, что все компоненты имиджа дошкольной образовательной организации имеют значимость для родителей воспитанников, следовательно, необходимо проводить работу по повышению привлекательности дошкольной образовательной организации для окружающих (педагогов, родителей и др.) через проведение мероприятий по совершенствованию каждого компонента имиджа.

Проведённый анализ научной литературы и результатов исследования, указывают на то, что при создании и совершенствовании позитивного корпоративного имиджа в дошкольной образовательной организации необходимо учитывать организационно-управленческие условия:

1. Поддержание устойчивого позитивного имиджа должно осуществляться через управление общественным мнением, выстраиванием взаимоотношений общества с государственными органами, либо с коммерческими структурами. Посредством исследования, рекламы, методов стимулирования интереса, публикации отчетов о деятельности дошкольной образовательной организации. А этому способствует созданный сайт ДОО, с удобной навигацией, своевременным обновлением предоставляемой информацией. Что позволит нейтрализовать неблагоприятные события и слухи.

2. Постоянное проведение самоанализа дошкольной образовательной организации, для соотнесения заявленных целей дошкольной образовательной организации, её миссии, заявленного имиджа с реальностью, разработки программы достижения желаемого результата, то есть постоянная проработка мероприятий по совершенствованию позитивного имиджа в дошкольной образовательной организации.

3. Проведение работы по активному сотрудничеству с местными средствами массовой информации, с целью расширения кругозора своих потенциальных партнеров, способствующих формированию позитивного мнения среди окружающих — это возможно посредством активного участия в конференциях, проектах, публикациях, конкурсах и т. д.

4. Содействие повышению квалификации педагогов, так как высококвалифицированные кадры являются важным фактором в формировании позитивного имиджа в дошкольной образовательной организации.

5. Необходимое постоянное обновление и дополнение предлагаемых «образовательных услуг», то есть разработка дополнительных секций, кружков, либо усовершенствование имеющихся через приобретение нового оборудования.

6. Проведение работы по повышению тесного сотрудничества всех участников образовательного процесса, с включением их в программу мероприятий по совершенствованию позитивного имиджа дошкольной образовательной организации.

На наш взгляд, формируя положительный имидж дошкольного учреждения, следует учитывать, что имидж должен быть адекватным реально существующему образу дошкольного учебного заведения; должен адресоваться конкретной группе потребителей; созданный имидж-образ дошкольного учебного заведения должен удовлетворять характеристикам: динамичность, функциональность, пластичность, многогранность и относительная стабильность. Позитивный имидж дошкольной образовательной организации необходимо рассматривать как один из современных компонентов методического продукта, так и как дополнительный ресурс развития, совершенствования и управления дошкольной образовательной организацией. Формирование корпоративного имиджа дошкольного учреждения — это процесс, в ходе которого создаётся желаемый образ на основе имеющихся ресурсов.

Заключение. Создание положительного имиджа дошкольной образовательной организации формируется посредством интегративной совокупности характеристик, таких как: образ руководителя (внешний вид, способности, установки, ценности, социально-психологические характеристики); образ персонала (культура, социальные данные, профессиональные компетенции и т. д.); уделение внимание представлению социальному окружению о качестве предоставляемых «образовательных услуг»; стиль дошкольной образовательной организации; уровень психологической комфортности среды в организации; цены на дополнительные «образовательные услуги»; внешняя атрибутика. Учёные рассматривают средства формирования корпоративного имиджа дошкольного учреждения: формирование творческого педагогического коллектива единомышленников; создание комфортных условий для детей, оригинальной развивающей среды; основание и поддержание традиций; участие педагогов в конкурсах профессионального мастерства; распространение опыта работы коллектива. Всеми этими составляющими имиджа дошкольной образовательной организации можно и нужно управлять.

Список цитируемых источников

1. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, 2022. — 624 с.
2. Журавлёв, Д. В. Научные основы формирования имиджа дошкольного образовательного учреждения / Д. В. Журавлёв // PR в образовании. — 2018. — № 2. — С. 68—74.
3. Пискунов, М. С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования / М. С. Пискунов // Стандарты и мониторинг в образовании. — 2019. — № 5. — С. 45—55.

УДК 373.2

Тарусова Людмила Георгиевна, кандидат педагогических наук, доцент

Научно-методическое учреждение «Национальный институт образования», Минск, Республика Беларусь, tarusovalg@gmail.com

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ФИНЛЯНДИИ В КОНТЕКСТЕ ЗАДАЧ ФОРМИРОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ГРАМОТНОСТИ ДОШКОЛЬНИКОВ

В статье представлены результаты сравнительного анализа образовательных стандартов дошкольного образования Республики Беларусь и Финляндии в контексте задач формирования функциональной грамотности дошкольников.

Ключевые слова: дошкольное образование; образовательный стандарт; функциональная грамотность.