**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ЛИЦЕЯ**

**Л.И. Ляскина, О.Е. Левина**

*Муниципальное общеобразовательное учреждение «Лицей №17» г. Березовский Кемеровской области*

Ориентируясь на современные тенденции в развитии образования, стремясь к наиболее полному учету и удовлетворению образовательных запросов, мы разработали программу формирования имиджа лицея на период с 2009 до 2014 года.

Приступая к ее разработке, мы исходили из представления о лицее как об открытой образовательной системе, которая, с одной стороны, испытывает влияние внешней среды, а с другой стороны – в свою очередь способна целенаправленно влиять на внешнюю реальность.

Для анализа образовательных задач, обусловленных внешними факторами, мы воспользовались методикой PEST.

Политические факторы, влияющие на образовательную среду, - это модернизация, профильное обучение, вариативность образовательных маршрутов.

Это обусловливает внутреннюю политику лицея – развитие инновационных процессов, внедрение «экологичных» педагогических технологий, исключающих перегрузки и делающих лицейское образование доступным для ученика.

 Следовательно, в ориентации на потребительский спрос мы стремимся привлечь обучающихся, заинтересованных в профильном образовании, дать объективную информацию о качестве лицейского образования.

Экономические факторы – введение новой системы оплаты труда, переход на нормативно-подушевое финансирование, оптимизация государственных расходов на образование – влекут за собой развитие механизмов внебюджетного финансирования, превращение результатов научно-исследовательской и опытно-экспериментальной работы учителей в товар, востребованный на рынке педагогической информации.

И поэтому задачами внешней политики для нас становится сохранение численности обучающихся в условиях обострившейся конкуренции, формирование партнерских и спонсорских отношений.

Наиболее тревожно нами воспринимаются социальные факторы – нарастание негативных явлений в поведении молодежи, ухудшение жизненных условий достаточно большого количества семей, демографический спад.

Во внутренней политике мы развиваем организационную культуру лицея как образовательного учреждения высокого уровня.

Во внешней политике мы позиционируем свои образовательные услуги как средство достижения личного успеха выпускников.

Влияние технологических факторов требует от школы обновлений. Весомое влияние на образование оказывают маркетинговые стратегии. Во внутренней политике мы стремимся к развитию материально-технической, методической, технологической базы профильного образования.

Во внешней – развиваем механизмы государственно-общественного управления, грантовую деятельность, технологии связи с общественностью.

Для анализа внешних и внутренних возможностей и рисков нами использована методика SWOT.

Своими сильными сторонами мы считаем достаточную численность контингента обучающихся, высокий профессиональный уровень педагогов, реализуемые в течение продолжительного времени программы профильного обучения, партнерство с вузами. В лицее четко функционирует система управления. Осознается важность формирования имиджа.

Вместе с тем мы отмечаем и трудности. Это тенденция к сокращению численности обучающихся, старение и эмоциональное выгорание педагогических кадров, риск учебных перегрузок, ухудшение здоровья детей и педагогов, а также недостаточно согласованные усилия по выстраиванию внешней позиции лицея в общественном сознании горожан.

Во внешней среде мы видим следующие возможности:

1. привлекательность профильного естественно-математического образования для жителей города, входящего в состав региона с развитой угольной и химической промышленностью;
2. заинтересованность вузов в сотрудничестве с нами;
3. достаточно высокий статус лицея как профильного образовательного учреждения.

Угрозы внешней среды мы определяем следующим образом:

1. возможное снижение жизненного уровня учителей, что ограничит затраты на профессиональное развитие;
2. риск оттока обучающихся, снижение численности детей в городе;
3. обострение конкуренции между школами города.

Наилучшим образом воспользоваться возможностями мы сможем, используя следующие стратегии:

1. продвижение на внешний рынок результатов нашей исследовательской и экспериментальной работы,
2. укрепление партнерских взаимоотношений с учреждениями образования и общественными организациями, предприятиями и органами городского самоуправления.

Угрозы можно снизить:

1. обучаясь методам Public Relations и имиджелогии;
2. систематически изучая общественное мнение потребителей образовательных услуг;
3. финансируя обучение персонала;
4. развивая систему внутрифирменного обучения;
5. используя ресурс научного руководства деятельностью лицея.

Помешать использовать возможности могут следующие обстоятельства:

1. сопротивление инновациям в педагогическом коллективе, которое часто носит иррациональный характер и трудно корректируется;
2. отток обучающихся в связи с различными причинами – конфликт с эмоционально неблагополучным педагогом, страх внешнего экзамена, неверие в собственные силы, чрезмерные учебные нагрузки..

Наконец, самыми серьезными рисками для нас являются неблагоприятные социально-демографические и социально-экономические факторы.

Разрабатывая нашу программу, мы уделили достаточно много времени определению целей. Сделать это помогло использование метода декомпозиции проблем и целей.

С помощью этого метода мы выстроили своего рода «Дерево проблем».

Ключевая проблема, снижающая нашу продуктивность на настоящем

этапе – хаотическая активность во внешних связях делает недостаточно четкой позицию лицея в общественном сознании горожан.

Одна из основных причин этого – отсутствие последовательной стратегии продвижения образовательных услуг

Мы делаем такой вывод в силу следующих обстоятельств:

* не изучен рынок спроса;
* связи со средствами массовой информации во многом носят случайный характер;
* пока еще неэффективно используется публичная отчетность для формирования имиджа;
* отсутствует перспективный план формирования имиджа лицея.

Отметим еще одну важную причину. Остро осознается потребность в постоянном развитии внутренней образовательной среды, ее соответствии современному состоянию образовательной ситуации в стране и мире.

Этот вывод также обоснован следующими обстоятельствами:

* недостаточно здоровьесберегающее обучение;
* недостаточно предупреждается эмоциональное выгорание, что во многом обусловлено недостаточно эффективной деятельностью психологической службы;
* нуждается в развитии организационная культура;
* обучение персонала во многом ориентируется на методические традиции, а не на решение конкретных задач.

В соответствии с результатами анализа проблем мы осуществили декомпозицию целей.

Генеральная цель определена в следующей формулировке: «Создание в общественном сознании горожан устойчивого позитивного имиджа лицея, дающего качественное конкурентоспособное образование».

Частные цели – задачи:

1. создание стратегии продвижения образовательных услуг
2. создание образовательной среды, способствующей получению качественного конкурентоспособного образования.

Действия, необходимые для реализации первой задачи:

* систематическое изучение общественного мнения;
* организация взаимодействия со СМИ;
* развитие публичной отчетности как средства формирования имиджа;
* развитие социального партнерства;
* коммерциализация результатов научно-исследовательской и опытно-экспериментальной работы.

Действия, необходимые для реализации первой задачи:

* повышение здоровьесберегающих возможностей образования;
* оптимизация работы психологической службы;
* повышение профессионального уровня педагогов;
* развитие внутрифирменного обучения персонала;
* развитие организационной культуры.

Таким образом, стратегия формирования имиджа лицея как современного образовательного учреждения предполагает два вектора воздействия, направленных соответственно на внешнюю и внутреннюю среду.

Последовательная реализация мероприятий программы позволит достичь следующих результатов:

1. будет разработана и введена в действие программа формирования имиджа лицея;
2. будет создан редакционно-издательский центр, что позволит коммерциализировать результаты научно-исследовательской и опытно-экспериментальной работы педагогов;
3. будет развиваться публичная отчетность;
4. система внутрифирменного обучения позволит эффективно решать проблему профессионального развития педагогов;
5. будет создана безопасная образовательная среда, вырастет уровень психологической комфортности обучающихся и педагогов.

Достижение указанных результатов позволит утверждать, что цель программы – формирование позитивного устойчивого имиджа лицея – достигнута.

Решая первую задачу – продвижения образовательных услуг – мы планируем следующие направления деятельности:

1. систематическое изучение общественного мнения потребителей образовательных услуг;
2. организация взаимодействия со средствами массовой информации;
3. развитие публичной отчетности;
4. развитие социального партнерства;
5. коммерциализация результатов научно-исследовательской и опытно-экспериментальной деятельности педагогов;
6. работа с родительской общественностью.

По второй задаче – развития образовательной среды – мы планируем:

1. усиление безопасности образования, что предполагает оптимизацию деятельности психологической службы, введение второй серии эксперимента «БОР» - «Бережное отношение к ребенку»;
2. повышение профессионального уровня педагогов через внутрифирменное и дистанционное обучение;
3. развитие организационной культуры.

Мы реализуем программу в 4 этапа.

1 этап – подготовки инновации – с сентября 2009 по январь 2010 года. На этом этапе основным содержанием деятельности является изучение вопроса, принятие решения о целесообразности инновации.

2 этап – организации деятельности – январь – март 2010 года. На данном этапе разрабатывается нормативная база, распределяется ответственность, создаются творческие группы.

3 этап – внедрения – с марта 2010 по март 2014 года. Это самый длительный этап, на котором предполагается разворачивание программных мероприятий.

4 этап – подведения итогов – апрель – август 2014 года. Промежуточные итоги мы планируем подводить ежегодно. На заключительном этапе будет осуществлена итоговая оценка результатов реализации программы, обобщены данные по объективно проверяемым индикаторам, заложенным в программе.

Для успешной реализации программы необходимо располагать следующими сопутствующими документами:

1. пакетом диагностических материалов для изучения общественного мнения, получения адекватной и оперативной обратной связи от участников образовательного процесса, потребителей образовательных услуг;
2. программами экспериментальной деятельности;
3. отчетными материалами публичного характера, а также алгоритмами их разработки.

В настоящее время мы завершаем разработку необходимой документации.

В ходе реализации программы мы используем следующие формы работы:

1. работа в творческих группах;
2. массовые мероприятия с широким привлечением общественности;
3. деловые мероприятия, ориентированные на установление конструктивного взаимодействия и получение компетентной обратной связи от коллег.

Уже к настоящему времени мы осуществили целый комплекс мероприятий.

Разработана нормативная документация, упорядочивающая процесс формирования имиджа.

Сформированы и продуктивно действуют творческие группы.

Разработана и утверждена символика лицея.

Оформлены рекреации и холл лицея.

Изготовлена и распространяется рекламная продукция.

Запущена информационная панель.

Изготавливаются информационные баннеры.

Введен дресс-код в педагогическом коллективе.

Организована и проведена поисковая работа, собраны материалы по истории лицея

Основана «Книга почета», в которую занесены имена лучших педагогов.

Ведется изучение общественного мнения, выявляется степень удовлетворенности качеством образовательного процесса обучающихся, их родителей, педагогов.

Работники лицея обучены по программе Института развития государственно-общественного управления образованием «Требования к публичной отчетности образовательного учреждения».

Формируется сборник методических материалов по проблеме мотивации учебной деятельности.

Систематизируется процесс обучения педагогов.

Оформлена фотогалерея.

Реализуется система корпоративных мероприятий, работающих на сплочение педагогического коллектива.

Эти мероприятия способствуют развитию организационной культуры, поддерживают традиции, повышают сплоченность и способствуют решению как задач внутреннего развития, так и задач информирования потребителей о качестве лицейского образования.

Наш лицей – современное образовательное учреждение, дающее качественное конкурентоспособное образование. Это положение неоднократно подтверждено историей побед наших учеников и педагогов. Но это подтверждается также и тем, что мы не собираемся останавливаться в своем развитии. Мы не игнорируем возникающих трудностей, а консолидировано решаем задачи, которые ставит перед нами время.

Свой мессежд, свое послание потребителям образовательных услуг мы доносим через внешние атрибуты – буклеты, ручки, календари, видеоролики, баннеры, дресс-код. Но помимо этого мы формируем образовательное пространство, обладающее инновационным потенциалом, используем перспективные технологии и методики, развиваем собственный опыт.

Мы ориентируемся на честную рекламу и надеемся, что достигнем главной задачи социального маркетинга – продвижения идеи о хорошем образовании как ответственности человека перед собой и обществом.