

"Менеджмент в образовании (в условиях реализации ФГОС)"



Тема проекта:

«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИМИДЖА ПРАВОСЛАВНОЙ ГИМНАЗИИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ВОПРОСОВ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ»

кафедры теории и практики управления образованием ГБОУ ДПО НИРО

выполнили:

ИВАНОВА ЛЮДМИЛА ИВАНОВНА СУЗДАЛЬЦЕВА НАТАЛИЯ ВЛАДИСЛАВОВНА

Нормативные акты федерального уровня, регулирующих имиджевую политику в образовании

- Постановления Правительства Российской Федерации от 10 июля 2013 г. № 582 «Об утверждении Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации»
- Письмо Минобрнауки России № ДЛ-65/08 от 28.03.2013 г. "Об установлении требований к одежде обучающихся
- Приказ Минобрнауки России об утверждении показателей деятельности образовательной организации, подлежащей самообследованию от 10 декабря 2013 года № 1324

Основные нормативно-правовые акты

- Федеральный государственный образовательный стандарт
- Стандарт православного компонента начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования
- Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 N 273-Ф3

Статьи ФЗ "Об образовании в РФ", связанные с продвижением имиджа

- Статья 28. Компетенция, права, обязанности и ответственность образовательной организации
- Статья 29. Информационная открытость образовательной организации
- Статья 97. Информационная открытость системы образования. Мониторинг в системе образования
- Статья 95. Независимая оценка качества
- Статья 96. Общественная аккредитация организаций, осуществляющих образовательную деятельность

Тимназический уровень НПА

- Положение об официальном сайте образовательного учреждения – инструмент продвижения имиджа положение о гимназической газете – инструмент продвижения имиджа
- Положение о школьной форме визуальный имидж гимназии
- Кодекс чести гимназистов внутренний имидж гимназии
- Правила внутреннего распорядка для обучающихся внутренний имидж гимназии
- Положение о портфолио класса инструмент продвижения имиджа, создание имиджа потребителя услуги
- Положение об организации и проведении публичного отчета образовательного учреждения – инструмент продвижения имиджа



Противоречие

между материальными, финансовыми и духовными затратами, которые вкладывает Учредитель в лице Нижегородской епархии в развитие православных гимназий, и количеством набираемых учащихся.

Проблема: восприятие имиджа гимназии как исключительно духовного учреждения; необходимость изменения имиджа и позиционирования ОУ как сбалансированного на форматах духовного и светского образования с учетом запросов потребителей образовательных услуг.

Общая гипотеза: набор в православную гимназию зависит от правильно сформированного имиджа организации.

Сроки проекта: 2018-2020 гг.



Цель проекта: совершенствованию имиджа православной гимназии для увеличения финансового обеспечения из бюджетных средств региона.

Задачи проекта:

- выявить характеристики имиджа гимназии (восприятие целевой аудитории ОУ);
- определить направления по изменению имиджа гимназии;
- спланировать цикл мероприятий по изменению имиджа гимназии;
- набрать в новом учебном году не менее 2 классов по
 25 человек;
- выйти к 2020 году на полное государственное финансирование бюджета гимназии по зарплате и расходам на учебную деятельность.



Планируемые результаты

- 1. Будет обеспечен устойчивый поток поступающих в 1 класс (по 2 класса по 25 человек).
- 2. Гимназия сможет функционировать за счет государственных субвенций и муниципальных субсидий без привлечения средств Учредителя.
- 3. Повысится конкурентноспособность гимназии в образовательной среде города.
- 4. Появится возможность привлекать высококвалифицированных педагогических работников.



5 причин, почему именно в православную гимназию стоит отдать ребенка (позиционируемый имидж)



БЕЗОПАСНАЯ СРЕДА



индивидуальны подход



ОБРАЗОВАНИЕ, ОСНОВАННОЕ НА НАЦИОНАЛЬНЫХ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЯХ



ПРИОРИТЕТ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ



РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ







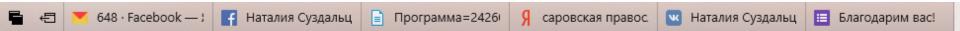




Гугл-анкета «Имидж православной гимназии»

Ключевые эмпирические признаки:

- 1. Имидж услуги вопрос 6, 15, 16, 19, 20, 21, 22
- 2. Имидж потребителей вопрос 5
- 3. Внутренний имидж организации вопрос 9, 11, 12
- 4. Имидж учредителя и основных руководителей организации вопросы 7, 8.
- 5. Имидж персонала вопрос 14
- 6. Визуальный имидж организации вопрос 10, 13
- 7. Социальный имидж организации 17, 18
- 1-3 вопросы касаются определения коммуникативных каналов формирования имиджа и общей оценки источников информации потребителей.
- 4, 23-28 паспорт выборки





Откуда Вы впервые узнали о православной гимназии?



Из средств массовой информации (газеты, сайты) 51 26.4%
От знакомых, чьи дети учатся в гимназии 62 32.1%
От знакомых, чьи дети не учатся в гимназии 37 19.2%
Из объявлений на храмах 10 5.2%
От сотрудников гимназии 29 15%
Другое 4 2.1%

Как Вы в целом оцениваете ту информацию, которую получили о гимназии



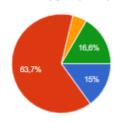
Положительная 142 73.6% Негативная 4 2.1% Нейтральная 47 24.4%

Доверяете ли Вы источнику информации?



да 133 68.9% нет 1 0.5% частично 59 30.6%

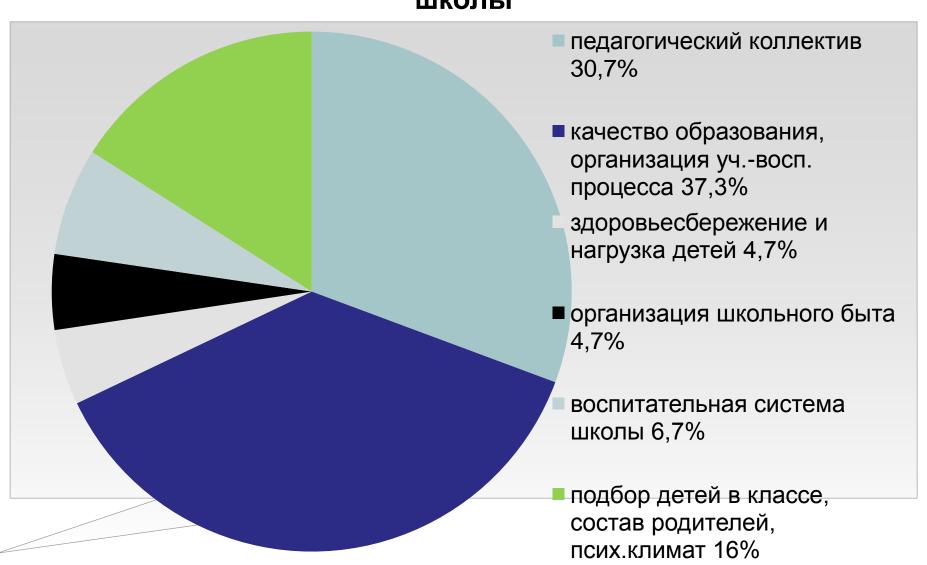
Вы считаете себя верующим православным человеком?



Да, я воцерковленный человек 29 15% Да, я скорее отношу себя к верующим людям 123 63.7% Нет 9 4.7% Не определился 32 16.6%

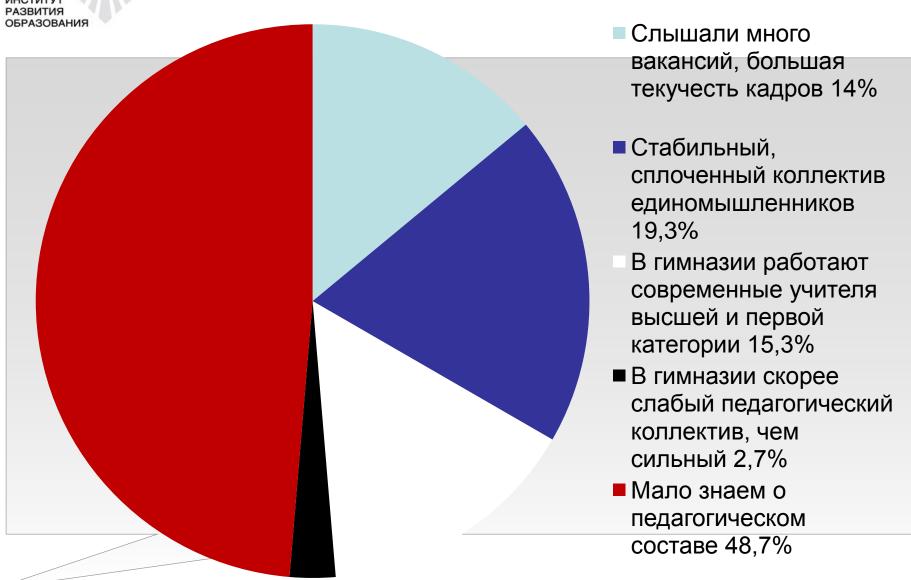


Рейтинг критериев при выборе родителями школы

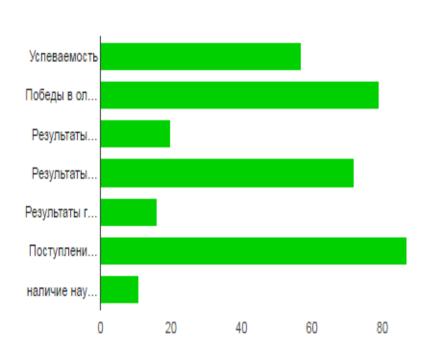




Как Вы оцениваете качество педагогического состава гимназии?

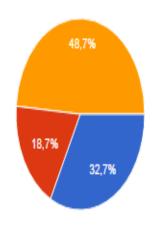


По какому критерию Вы судите о качестве образования в школе (не более 3)



57 389	5	Успеваем
79 52.79	7	Победы в олимпиадах, конку
20 13.39	2	Результаты аккредитации учрежд
72 489	7	Результаты ГИА и ЕГЭ выпускн
16 10.79	1	Результаты городских диагностических р
87 589	8	Поступление в
11 7.39	1	наличие научной исследовательской деятельности в учрежд

Какое качество образования, по вашему мнению, в православной гимназии

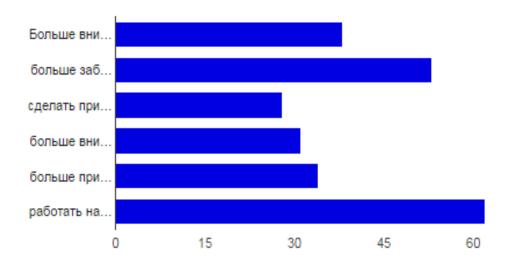


Уверен, что высокое	49	32.7%
Скорее недостаточно высокое	28	18.7%
О качестве пока трудно судить	73	48.7%



Приоритеты дальнейшего развития гимназии

Как Вы думаете, какие приоритеты необходимо ставить перед собой православной гимназии?



Больше внимания уделять православному образованию и воспитанию	38	25.5%
больше заботиться о качестве образования по предметам основного учебного плана	53	35.6%
сделать приоритетным гуманитарное образование (языки, история, обществознание, литература, искусство)	28	18.8%
больше внимания уделять предметам физико-математического цикла	31	20.8%
больше применять здоровьесберегающих технологий	34	22.8%
работать над индивидуальным развитием детей, вводить индивидуальные учебные планы	62	41.6%



Главные проблемы, которые были выявлены в ходе

исследования имиджа:

- недостаточное знание родителей будущих первоклассников потенциала педагогов гимназии
- невозможность объективно судить о качестве образования.



Методика измерения качества услуг SERVQUAL

- 22 вопроса по 4 блокам по 4-5 вопросам в каждом блоке.
- Ключевые эмпирические признаки:
- Категория «озязаемость» 1-4 вопросы
- В основе категории «надежность» 5-9 вопросы
- Категория «расторопность» (или «реактивность») 10-13 вопросы
- Категория «компетентность» 14-17 вопросы
- Категория «эмпатия» вопросы 18 22



Приказ Минобрнауки России от 5 декабря 2014 г. N 1547 – критерии, которые легли в основу вопросов

- открытости и доступности информации об организациях – вопросы 10 – 13, 21, 22.
- комфортности условий, в которых осуществляется образовательная деятельность: вопросы 1 по 9
- доброжелательности, вежливости, компетентности работников вопросы 14-20
- удовлетворенности качеством образовательной деятельности организаций измерение удовлетворенности дается через разницу ожиданий и восприятия.



Ключевые эмпирические	коэффициэнт качества
признаки	(Q)
Осязаемость (внешний имидж,	0,5
материально-техническая база)	
Надежность (образовательный	0,95
процесс)	
Реактивность персонала (система	0,25
управления, информационная	
среда)	
Компетентность персонала	- 0,5
(кадровые условия)	
Эмпатия (коммуникация,	0,9
межличностные отношения)	



Несоответствие между ожиданием и восприятием

Компетентность персонала (-0,5)

В группе показателей доброжелательности, вежливости, компетентности работников (-0,25).

Педагогам гимназии необходимо находить индивидуальный подход ко всем учащимся, работать по индивидуальным образовательным маршрутам, быть объективными при оценивании учащегося, уметь эффективно работать со всеми категориями учащихся — этот критерий наиболее низок (-0,7).

Все категории учащихся – это и неуспевающие учащиеся, а не только одаренные.



БЮДЖЕТ ПРОЕКТА

		• •			
		Статья	2018	2019	2020
	1	Доходы			
	1.1.	Пожертвование благотворителей и средства грантов	3 750 000	3750 000	3750 000
		Попечительский совет	488 000	488 500	489 000
	1.3.	Платные образовательные услуги	80 000	80 000	80 000
		Средства Епархии	1 075 000	1 095 000	1 125 000
		Итого доходов	5 393 000	5 413 500	5 444 000
	2.	Расходы			
	2.1	Заработная плата	300 000	320 000	350 000
		Командировочные расходы	63 000	63 500	64 000
	2.3.	Приобретение оборудования	3 750 000	3 750 000	3 750 000
		Стипендия и премии учащимся	40 000	40 000	40 000
	2.5.	Реклама	100 000	100 000	100 000
	2.6.	Издательская деятельность	50 000	50 000	50 000
	2.7.	Курсы повышения квалификации	60 000	60 000	60 000
	2.8.	Ремонт помещений	1 000 000	1 000 000	1 000 000
_	2.9.	Организация и проведение конференций	30 000	30 000	30 000
		Итого расходов	5 393 000	5 413 500	5 444 000



Проект бюджета православной гимназии на 10 лет

Статьи бюджета		ЧОУ РО «НЕРПЦ (МП)» «Саровская православная гимназия»										
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
1	Заработная плата	11 834 704	13 018 174	13 929 447	14 625 919	14 918 437	15 216 806	15 368 974	15 522 664	15 677 891	15 834 669	15 993 016
2	Начисление на заработную плату	2 390 610	2 629 671	2 813 748	2 954 436	3 013 524	3 073 795	3 104 533	3 135 578	3 166 934	3 198 603	3 230 589
3	Услуги связи	80 736	83 158	85 653	88 222	90 869	93 595	96 403	99 295	102 274	105 342	108 502
8	Работы, услуги по содержанию имущества	309 422	318 705	328 266	338 114	348 257	358 705	369 466	380 550	391 967	403 726	415 837
9	Прочие работы, услуги	452 128	465 692	479 663	494 052	508 874	524 140	539 864	556 060	572 742	589 924	607 622
12	Приобретение учебников	551 595	614 350	393 250	187 550	277 200	277 200	144 000	144 000	144 000	360 000	360 000
13	Увеличение стоимости материальных запасов	50 000	52 500	55 125	57 881	60 775	63 814	67 005	70 355	73 873	77 566	81 445
IN	ОГО СОДЕРЖАНИЕ ГИМНАЗИИ	15 669 195	17 182 250	18 085 151	18 746 174	19 217 937	19 608 055	19 690 245	19 908 503	20 129 680	20 569 831	20 797 012
C	ОСТАТОК ЕПАРХИАЛЬНЫХ СРЕДСТВ	2 669 195	1 503 769	515 185	-739 670	-2 726 229	-3 732 451	-5 571 041	-7 296 901	-7 760 664	-7 320 513	-7 093 332



Возможные риски проекта и пути их преодоления

 Вложенные денежные средства в корректировку имиджа не приведут к ожидаемому набору, однако все равно ведут к улучшению условий образования обучающихся и работы педагогов.