

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра методологии образования

**ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ ПО СТАНОВЛЕНИЮ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

АВТОРЕФЕРАТ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

магистерской работы

студентки 3 курса 353 группы
направления 44.04.01 Педагогическое образование
профиля «Управление образовательными организациями»
факультета психолого-педагогического и специального образования

ТИХАНОВОЙ ТАТЬЯНЫ ВЛАДИМИРОВНЫ

Научный руководитель
канд. пед. наук, доцент

подпись, дата

Е.А. Никитина

Зав. кафедрой
док. пед. наук, профессор

подпись, дата

Е.А. Александрова

Саратов 2020

Введение. В обществе большое значение имеет репутация, общественное мнение о конкретном человеке, компании, организации. Так было всегда, но сегодня стало особенно заметным. Это в полной мере относится и к современным образовательным организациям. Имидж современного образовательного учреждения является одной из ключевых характеристик, определяющих его успешность на рынке образовательных услуг.

Имидж образовательной организации как имидж организации – это сложившийся во внешней среде организации ее образ, основанный преимущественно на ее специфических и позитивных особенностях [10, с. 100].

Очевидно, что каждый родитель, перед тем как отдать своего ребенка в школу, проводит тщательный анализ образовательных учреждений. На выбор влияет мнения, оценки нескольких людей, а, следовательно, и сложившаяся репутация. Поэтому учебные заведения сейчас работают на создание положительного образа, формируемого как общественным мнением, так и средствами массовой информации.

В настоящее время появляется всё больше работ, посвященных структуре, содержанию и специфике формирования имиджа образовательных организаций в условиях модернизации образования. Как правило, этим обусловлено отсутствие на сегодняшний день целенаправленной работы по формированию имиджа образовательных учреждений в регионах России. Имидж образовательной организации формируется либо стихийно, либо в традициях фундаментального образования.

Проблема управления становлением имиджа образовательной организации рассматривалась в публикациях как теоретиков, так и практиков – руководителей, психологов, специалистов в сфере образования. Первые работы по данному вопросу принадлежат Е.В. Грушиной, О.Я. Нестерчук, Е.А. Петровой, М.С. Пискунову, Т.Н. Пискуновой и ряду других авторов.

В начале нулевых годов XXI века заметно активизировались исследования по созданию имиджа образовательного учреждения в отечественной педагогической науке. В это время издаются научные работы таких авторов, как:

В.Г. Афанасьев, Ю.А. Васильев, А.У. Варданян, Ю.А. Конаржевский, М.М. Поташник, В.А. Штофф и другие.

Имидж играет большую роль в формировании успеха образовательной организации. Руководитель образовательной организации должен вести свою профессиональную деятельность, ориентируясь на формирование положительного имиджа организации. И здесь важное значение имеет его собственный имидж как руководителя, грамотное представление образовательной организации в отношениях с местными органами самоуправления, органами государственной власти, общественными и иными организациями, уровень профессионализма в управленческой деятельности и социальном взаимодействии и др.

Всё вышеизложенное определило выбор темы выпускной квалификационной работы: «Организационно-управленческая деятельность руководителя по становлению позитивного имиджа образовательной организации».

Объект исследования – менеджмент в образовательной организации.

Предмет исследования – процесс влияния организационно-управленческой деятельности руководителя на становление положительного имиджа образовательной организации.

Цель работы – раскрыть теоретические основы и специфику организационно-управленческой деятельности руководителя по становлению положительного имиджа современной образовательной организации в условиях сельской школы.

Задачи исследования:

- раскрыть понятие и сущностную характеристику имиджа организации;
- изучить условия и факторы становления положительного имиджа современной образовательной организации;
- раскрыть профессиональную компетентность руководителя как основу становления позитивного имиджа образовательной организации;

- выявить специфические черты в формировании имиджа сельской школы;
- представить управление имиджем образовательной организации в системе деятельности современного руководителя;
- выполнить анализ опыта организационно-управленческой деятельности руководителя по становлению положительного имиджа образовательной организации (на примере МОУ «СОШ с. Мироновка Питерского района Саратовской области»).

Методы исследования: теоретические: анализ психолого-педагогической и методической литературы, синтез, диалектический метод, аналогия, сравнение; эмпирические: наблюдение, анкетирование, обобщение опыта управленческой деятельности.

Практическая значимость результатов исследования: проведен анализ системы организационно-управленческой деятельности руководителя по становлению положительного имиджа образовательной организации и даны рекомендации, которые можно использовать в деятельности сельской школы.

Структура выпускной квалификационной работы. Выпускная квалификационная работа (объемом 52 страницы) состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

Основное содержание работы. В первом разделе рассматриваются теоретические основы становления положительного имиджа современной образовательной организации. Здесь раскрываются понятие и сущностная характеристика имиджа организации, определяются условия и факторы становления положительного имиджа современной образовательной организации, изучаются аспекты профессиональной компетентности руководителя как основы становления позитивного имиджа образовательной организации.

Имидж организации – это совокупное общественное восприятие организации многими людьми, впечатление о ней, сформировавшееся на основе

личных контактов с организацией, слухов и сообщений средств массовой информации. В структуре анализируемого понятия в целом выделяют восемь элементов – имидж товаров или услуг, имидж потребителей, внутренний имидж организации, имидж лидера, имидж персонала, визуальный имидж, социальный имидж, бизнес-имидж – комбинируя которые можно воздействовать на аудиторию. К числу основных функций имиджа организации относятся позиционирование её на рынке, побуждение аудитории к действию, а также объединение сотрудников и формирование у них командного духа. Эффективно выполняя данные функции, имидж становится одним из ключевых факторов, обуславливающих успешное функционирование организации в современных условиях.

Определяется и корректируется процесс формирования положительного имиджа образовательной организации тем, что система образования становится более сложной. Выделим постоянные (базовые) и переменные слагаемые создания положительного имиджа образовательного учреждения, ссылаясь на исследование Н.В. Лыкова.

Постоянными (базовыми) слагаемыми имиджа являются: оптимистичный настрой и доброжелательный микроклимат в учительском и детском коллективах; четкое определение педагогическим коллективом концепции образовательного учреждения; наличие яркой внешней символики; забота администрации об оказании своевременной актуальной психологической помощи отдельным участникам образовательного процесса; уклад образовательного учреждения в развитие образовательной подготовки учащихся, их творческих способностей, психических функций, воспитанности, формирование здорового образа жизни; связи образовательного учреждения с разными высшими учебными заведениями, социальными институтами и т.д.; наличие и функционирование детских общественных организаций; качество образовательных услуг; управленческая, социальная и педагогическая компетентность сотрудников; эффективная организационная культура образовательного учреждения, которая включает разделяемые всеми ценности,

нормы, определенную философию управления, весь спектр взглядов, отношений, определяющих специфику поведения коллектива в целом; сформированный образ лидера, руководителя-профессионала, яркой личности, увлеченной, обладающей неформальным авторитетом, которая способна вдохновить коллектив на достижение высокой цели [19, с. 92-93].

Переменные слагаемые имиджа: виды образовательных услуг; приоритеты и содержание концепции образовательного учреждения; материальная база образовательного учреждения [19, с. 93].

Для того, чтобы учебные учреждения осуществляли успешный образовательный процесс, они должны своевременно и адекватно реагировать на требования времени. Это может привести к тому, что потребуется внести какие-то изменения в содержание образования, предложить какие-либо дополнительные услуги, курсы, обновить материально-техническую базу в соответствии с современными стандартами, сформировать новые, более конструктивные отношения с потенциальными работодателями, создать региональные центры, повысить уровень квалификации педагогов, грамотное управление образовательным учреждением и т.д. В большей степени от этого и зависит имидж образовательной организации и её будущее.

Сформированный положительный имидж учебного заведения в результате дает возможность:

- повысить привлекательность образовательного учреждения как для обучающихся, их родителей, так и для педагогов;
- расширить спектр образовательных услуг;
- повысить уровень управленческой и организационной культуры;
- расширить сферу взаимодействия с потенциальными работодателями;
- повысить качество образовательных услуг;
- улучшить социально-психологический микроклимат в коллективе и в самом образовательном учреждении.

Анализ специфики имиджа руководителя образовательной организации позволяет целенаправленно и систематично подходить к его формированию, а

также использовать его в качестве инструмента для налаживания и поддержания связей с социальными партнерами и представителями целевой аудитории.

Кроме того, положительный имидж руководителя даёт возможность сформировать социальный имидж организации, что позволит ей занять свою нишу на рынке образовательных услуг, привлекая социальных партнеров и инвесторов, тем самым обеспечивая эффективное развитие и функционирование образовательной организации.

В рамках второго раздела работы представлена попытка описания системы организационно-управленческой деятельности руководителя по становлению положительного имиджа образовательной организации (на примере МОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области»): специфические черты в формировании имиджа сельской школы; управление имиджем образовательной организации в системе деятельности современного руководителя; анализ опыта организационно-управленческой деятельности руководителя по становлению положительного имиджа образовательной организации

Базой для исследования имиджа сельской школы было выбрано Муниципальное общеобразовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области» (Мироновская средняя школа, Моршано-Мироновская средняя школа) расположена в селе Мироновка на левом берегу реки Малый Узень, в 10 километрах от районного центра – с. Питерка и в 160 километрах от областного центра - г. Саратова. Руководство школы активно ведет работу по становлению и поддержанию положительного имиджа образовательной организации.

На основе анализа сегодняшнего состояния имиджа сельской школы МОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области» были определены не только сильные, но и слабые стороны, над которыми администрации школы еще предстоит работать. Руководство школы стало проводить ежегодное самообследование

образовательного учреждения с целью выяснения проблем и разработки мероприятий по их ликвидации, и полученные результаты выкладывать на сайт, чтобы родители могли наглядно проследить динамику результативности в деятельности школы.

Сегодня большое внимание уделяется содержанию сайта сельской школы в Интернете. На сайте МОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области» представлены обязательные к размещению сведения, а также дополнительное наполнение, которое отражает все направления деятельности учебного заведения. Сайт имеет приятную визуальную форму подачи информации, легок в обращении, представленная информация всегда актуальна.

Общественные собрания – еще один элемент в формировании имиджа сельской школы МОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области». Здесь имеет значение все – начиная от формы приглашения и заканчивая внешним видом руководителя.

Несмотря на то, что школа в селе одна, а каждое учебное заведение должно обладать своей уникальностью, у школы с. Мироновка есть своя эмблема. Эмблема МОУ «СОШ с. Мироновка» представляет собой четырёхугольный с закруглёнными углами, заострённый в оконечности щит голубого цвета, на котором изображены: раскрытая книга – символ мудрости и знаний; ладонь с фигурками детей символизирует заботу взрослых о детях; колосок – символ труда, связь поколений.

Стоит также отметить, что одной из специфических черт сельской школы является небольшое количество учеников и проблема с кадровым составом. Немногочисленный ученический состав можно рассматривать как с положительной, так и с отрицательной точек зрения. С одной стороны, детей мало – это «минус», так как выпадает больше нагрузки на одних и тех же обучающихся (участие в олимпиадах, конкурсах, мероприятиях и т.д.), а с другой – каждый ученик может получить больше педагогического внимания и поддержки в условиях немногочисленного ученического состава школы, что

способствует раскрытию интеллектуальных и творческих способностей обучающихся; такой детский коллектив легче и быстрее сплочивается.

В качестве метода анализа системы организационно-управленческой деятельности руководителя было выбрано анкетирование. В анкетировании принимало участие 17 педагогических работников, 103 ученика и 45 родителей. Часть предлагаемых вопросов была связана с оценкой имиджа школы, другая часть – с оценкой непосредственно деятельности директора как руководителя. В работе представлены соответствующие данные и диаграммы для их сравнительного анализа.

Заключение. Выполнив исследование по теме «Управление имиджем образовательной организации в современных условиях», выделим основные выводы.

- Рассмотрев представленные определения понятия «имидж» можно найти общую содержательную черту, а именно имидж – это результат восприятия организации группами общественности, складывающийся под влиянием различных факторов. А имидж руководителя образовательной организации – это образ, впечатления, которые он создает у окружающих, основывается на ряде качеств, как внешнего, так и внутреннего свойства.

- На имидж образовательной организации оказывают влияние условия, различные внутренние и внешние факторы. Это обязательно должен учитывать руководитель на этапе проектирования положительного имиджа школы. К факторам, определяющим формирование имиджа образовательной организации относятся: демографическая ситуация в стране, сложность профессионального самоопределения учащихся общеобразовательных школ, понимание целей, содержания, педагогических инноваций со стороны родителей, становление и развитие разных типов и видов образовательных организаций, социально-экономический заказ и др. Чтобы сформировать положительный имидж, школе нужно выявить свои слабые и сильные стороны с целью дальнейшего определения приоритетов и стратегии развития.

- Имидж образовательной организации во многом определяется имиджем самого руководителя, который включает в себя: личностный (характер, тип личности, психофизиологические особенности), социальный (уровень образования, стиль общения, модели ролевого поведения), профессиональный (профессионализм, трудовой опыт, стиль руководства) компоненты.

Анализ специфики имиджа руководителя образовательной организации позволит целенаправленно и систематично подходить к его формированию, а также использовать его в качестве инструмента для налаживания и поддержания связей с социальными партнерами и представителями целевой аудитории.

Кроме того, положительный имидж руководителя даёт возможность сформировать социальный имидж организации, что позволит ей занять свою нишу на рынке образовательных услуг, привлекая социальных партнеров и инвесторов, тем самым обеспечивая эффективное развитие и функционирование образовательной организации.

- Базой для исследования имиджа сельской школы было выбрано МОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области».

Описание практического аспекта исследования выполнено нами посредством обобщения опыта организационно-управленческой деятельности директора вышеназванной школы. Мы проследили итоги его работы за четыре года – с момента назначения по сегодняшний день. Руководитель МОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области», обладая профессиональной компетенцией с самого начала обратил внимание на то, что для формирования имиджа вверенной ему сельской школы необходимо: сохранение традиций; вовлечение родителей во все события школьной жизни; проведение модернизации школьного сайта; использование сетевого ресурса района для обучающихся; привлечение педагогических кадров; проведение систематического анализа, мониторинга мнений участников образовательного процесса по разным вопросам;

возобновление выпуска школьной газеты; расширение связей с социальными партнерами.

- Наше исследование показало, что управление имиджем МОУ «Средняя общеобразовательная школа с. Мироновка Питерского района Саратовской области» в системе организационно-управленческой деятельности было обращено на разные стороны школьной жизни: наполнение сайта актуальной информацией, проведение общественных собраний, своевременность обновления фасада здания школы и др. И в первую очередь – формирование и стабильность педагогического состава. Текучка кадров, постоянно меняющиеся совместители, отсутствие сплоченности и корпоративной культуры, негативно отражается на имидже школы. Проведенный ряд мероприятий по решению данных проблем, включая обновление кадрового состава, способствовал стабилизации микроклимата и учебно-деловой обстановки в школе. В 2018-2019 учебном году в МОУ "СОШ с. Мироновка" работает 17 педагогических работников.

Проведя анализ работы руководителя в системе организационно-управленческой деятельности, можно выделить несколько ключевых положений относительно имиджа школы:

- новый руководитель смог улучшить имидж сельской школы с позиции внутренней оценки коллектива и социального окружения;

- к школе сложилось благоприятное отношение как у обучающихся, так и у родителей и педагогов;

- учащиеся и педагоги инициируют активность в деятельности, наглядно подтверждающей работу школу в разных направлениях (выпуске школьной газеты, подготовке страниц сайта), что благоприятно влияет на имидж учреждения;

- педагогический состав считает, что в целом работа руководителя способствует стабильности и развитию образовательной организации, укрепляя положительный имидж школы на уровне района и области.

Таким образом, цель исследования достигнута, задачи выполнены.