

Содержание ДПП ПК
«Формирование имиджа образовательной организации»
 утвержденной решением Ученого совета ОГБУ ДПО КИРО
 (протокол № 1 от 15 января 2021 года)

№ п/п	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание	Планируемые результаты обучения по программе (знать/уметь)
1 Имидж образовательной организации как инструмент обеспечения её эффективности и устойчивого позиционирования во внешней среде. Сущность понятия «имидж организации», классификация, виды и типы.	Лекция 2ч. Практическое занятие 2 ч.	Тенденции развития образования и управления образовательной организацией (далее в колонке – ОО) в условиях развития цифровой экономики и постиндустриального общества. Актуальность проблемы имиджа организации, выстраивания конкурентоспособного образа на ментально-визуальном уровне в условиях развития информационного общества. «Имидж» как понятие и явление. Сущность понятия «имидж организации»: образ, существующий в сознании людей, и ее философия, внутренняя культура, история, традиции, характер отношений с обществом, и др. Описательная и оценочная составляющие имиджа. Классификация, виды и типы имиджа организации. Типизация имиджа по степени эмоционального воздействия на аудиторию, по субъекту воздействия, по цели воздействия, по степени достижения цели, по степени контроля, по назначению, по длительности существования, по параметрам проявления. Критерии эффективности имиджа организации: позитивные оценки деятельности организации со стороны вышестоящих руководителей, потребителей, партнеров, сторонних предприятий, персонала; конкурентоспособность организации; авторитет организации; позитивные оценки СМИ; развитие персонала организации, невысокая зависимость от внешних факторов, высокий уровень мотивации. Методы и средства формирования имиджа организации: фирменный стиль; визуальные средства; вербальные (словесные) средства; реклама; PR-мероприятия (средства PR). Имидж ОО как инструмент обеспечения её эффективности и устойчивого позиционирования во внешней среде. длительность, постоянство и непрерывность процесса формирования имиджа ОО. Основы формирования имиджа ОО: мнеч-	Тенденции развития образования и управления образовательными системами в Российской Федерации и в мире, основные направления развития цифровой экономики и постиндустриального общества. Политику образовательной организации (далее в колонке – ОО) в отношении взаимодействия с внешним окружением. Принципы, методы, технологии взаимодействия с заинтересованными сторонами на предмет их поддержки планируемых в организации изменений. Принципы, методы и технологии эффективной коммуникации, ведения переговоров, методы отстаивания интересов ОО при взаимодействии с субъектами внешнего окружения. Производить оценку реализации стратегии развития ОО, определять ее миссию, роль в социуме, уровень социального партнерства и степень интегрированности в местное сообщество. Организовывать устные и письменные коммуникации с субъектами внешнего окружения, включая органы государственной власти, в т.ч. надзорные органы, органы местного самоуправления, субъектов рынка труда, социальных

		ние потребителей + ресурсы ОО: возможности, слабые и сильные стороны. Необходимость формирования положительного имиджа ОО.	партнеров, другие ОО (в т.ч. зарубежные).
2 Структура имиджа образовательной организации: внутренний и внешний уровни. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа образовательной организации. Модели субъекты и механизмы формирования имиджа образовательной организации.	Лекция 2ч. Практическое занятие 2 ч.	Компоненты структуры имиджа ОО: образ руководителя, качество образования, стиль ОО, внешняя атрибутика; образ персонала; уровень психологического комфорта. Миссия, цели, стратегии и ориентиры ОО. Ценности ОО. Принципы деятельности ОО. Социальный имидж ОО. Имидж услуг ОО. Внутренний имидж и внешний уровни имиджа ОО: взаимосвязь и взаимозависимость. Постоянные и переменные слагаемые позитивного имиджа ОО. Традиционная и современная модели имиджа ОО. Роль корпоративной философии в формировании имиджа ОО. Декларация философии организации. Функции, структура, задачи внешнего имиджирования. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура. Бренд. Логотип и фирменная шрифтовая надпись. Девиз и слоган. Лозунг Знамя, флаг, вымпел, флажок, воблер. Значок, бейдж. Герои и антигерои. Легенды, истории, предания, «рассказы очевидца». Звания и титулы. Фирменная одежда и аксессуары с фирменной индикацией. Фирменный цвет, фирменная цветовая гамма. Ритуалы организации. Корпоративные праздники. Упаковка. Документация. Канцелярские принадлежности. Транспорт и транспортные средства. Сувениры. Газета, журнал, сайт, интернет-страница организации. Разнообразие других элементов внешней атрибутики организации. Фирменные стандарты. Имиджевые сообщения. Средства и способы формирования внешнего имиджа организации.	Основы стратегического менеджмента. Основы инновационного менеджмента. Основы проектного менеджмента. Государственно-общественное управление ОО. Принципы, методы, технологии взаимодействия с заинтересованными сторонами на предмет их поддержки планируемых в организации изменений. Принципы и механизмы организации сетевого взаимодействия ОО. Нормативные документы, регулирующие сетевое взаимодействие ОО. Производить оценку реализации стратегии развития ОО, определять ее миссию, роль в социуме, уровень социального партнерства и степень интегрированности в местное сообщество. Определять подходы и методы управления развитием ОО, обеспечивающие повышение качества образования и эффективности деятельности ОО. Применять проектные методы организации управленческой деятельности.
3 Программа развития образовательной организации как инструмент стратегии имиджирования. Особенности разработки	Практическое занятие 2 ч. Стажировка 2 ч.	Программа развития образовательной организации как инструмент стратегии имиджирования. Сущность, структура и назначение программы развития образовательной организации. Нормативно-правовые основания разработки программы развития ОО. Ключевые задачи НП. 4 основных направления развития системы образования: обновление его содержания, создание необходимой	Анализировать деятельность ОО, изменения, происходящие во внутренней и внешней среде, основные показатели (индикаторы) и результаты реализации программы ее развития, управленческие риски. Разрабатывать стратегию

<p>программы развития образовательной организации в условиях НП «Образование».</p>		<p>современной инфраструктуры, подготовка соответствующих профессиональных кадров, их переподготовка и повышение квалификации, а также создание наиболее эффективных механизмов управления этой сферой.</p> <p>Особенности проектирования содержания программы развития образовательной организации в условиях реализации НП «Образование». Проектирование механизма реализации и оценки хода реализации программы развития образовательной организации. Оценка эффективности программы развития образовательной организации в условиях реализации НП «Образование». Процедура согласования программы развития ОО с учредителем.</p>	<p>развития ОО. Производить оценку реализации стратегии развития ОО, определять ее миссию, роль в социуме, уровень социального партнерства и степень интегрированности в местное сообщество. Определять подходы и методы управления развитием ОО, обеспечивающие повышение качества образования и эффективности деятельности ОО. Применять проектные методы организации управленческой деятельности.</p>
<p>4 Антикоррупционная политика образовательной организации как неотъемлемое условие формирования имиджа образовательной организации</p>	<p>Практическое занятие 2 ч. Стажировка 2 ч.</p>	<p>Антикоррупционная политика образовательной организации - неотъемлемое условие формирования имиджа ОО. Сущность понятия «коррупция». Исторические основания общественного явления коррупции и проблема борьбы с коррупцией в различные исторические эпохи. Коррупция как социальное явление. Законодательство о противодействии коррупции. Государственная антикоррупционная политика. Методы противодействия коррупции. Общественные механизмы борьбы с коррупцией. Вред, причиняемый обществу коррупционным поведением. Ответственность за коррупционные правонарушения.</p> <p>Антикоррупционный управленческий минимум. Основные принципы противодействия коррупции в ОО. Антикоррупционная политика ОО. Основные направления деятельности ОО в сфере противодействия коррупции. Создание атмосферы неприятия коррупции в ОО. Антикоррупционное просвещение участников образовательных отношений. Сущность понятия «антикоррупционное мировоззрение». Создание условий для формирования антикоррупционного мировоззрения обучающихся. Нравственные основы антикоррупционного мировоззрения. Система воспитательной деятельности, направленной на развитие антикоррупционного мировоззрения обучающихся. Использование содержания учебных предметов и дисциплин в целях формирования антикоррупционного ми-</p>	<p>Анализировать деятельность ОО, изменения, происходящие во внутренней и внешней среде, основные показатели (индикаторы) и результаты реализации программы ее развития, управленческие риски. Осуществлять социальное партнерство, установленное действующим законодательством. Организовывать и мотивировать деятельность участников образовательных отношений, принятия решений в условиях различных мнений субъектов взаимодействия. Соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников. Осуществлять контроль и оценку эффективности взаимодействия и представления интересов ОО.</p>

		<p>ровоззрения обучающихся. Акции, дискуссии, разработка проектов антикоррупционной направленности и другие формы работы по формированию антикоррупционного мировоззрения обучающихся.</p>	
<p>5 Информационная политика образовательной организации как механизм формирования имиджа образовательной организации.</p>	<p>Практическое занятие 2 ч. Стажировка 2 ч.</p>	<p>Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» и ст. 29 ФЗ-273 «Об образовании в Российской Федерации» о требованиях к информационной составляющей управления образовательной организацией.</p> <p>Информационная политика как организационный механизм реализации информационной открытости ОО.</p> <p>Формирование открытых и общедоступных информационных ресурсов, на которых размещается информация о деятельности ОО – условие деятельности современной ОО.</p> <p>Регламент работы с информацией в ОО. Распределение внутренних информационных потоков и совокупность стратегий взаимодействия ОО и социума.</p> <p>Ведущие элементы информационно-коммуникационной инфраструктуры ОО: официальный сайт и информационная система как компоненты имиджа ОО.</p> <p>ПРИКАЗ от 14 августа 2020 года N 831 Об утверждении Требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и формату представления информации. Страницы ОО в социальной сети как компонент имиджа ОО. Развитие корпоративной информационной культуры ОО.</p>	<p>Анализировать деятельность ОО, изменения, происходящие во внутренней и внешней среде, основные показатели (индикаторы) и результаты реализации программы ее развития, управленческие риски. Осуществлять социальное партнерство, установленное действующим законодательством.</p> <p>Организовывать устные и письменные коммуникации с субъектами внешнего окружения, включая органы государственной власти, в т.ч. надзорные органы, органы местного самоуправления, субъектов рынка труда, социальных партнеров, другие ОО (в т.ч. зарубежные).</p> <p>Применять современные информационно-коммуникационные технологии в управлении.</p> <p>Осуществлять контроль и оценку эффективности взаимодействия и представления интересов ОО.</p>
<p>6 Обеспечение качества самообследования как условие позитивного имиджа образовательной организации</p>	<p>Практическое занятие 2 ч. Стажировка 2 ч.</p>	<p>Самообследование как одна из форм комплексного самоанализа деятельности ОО.</p> <p>Этапы самообследования: планирование и подготовка работ по самообследованию;</p> <p>организацию и проведение самообследования; обобщение полученных результатов и на их основе формирование отчёта; рассмотрение отчета органом управления ОО. Нормативная база процедуры самообследования. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (статьи 28, 29); Постановление Правительства РФ от 5 августа 2013</p>	<p>Анализировать деятельность ОО, изменения, происходящие во внутренней и внешней среде, основные показатели (индикаторы) и результаты реализации программы ее развития, управленческие риски.</p> <p>Производить оценку реализации стратегии развития ОО, определять ее миссию, роль в социуме, уровень социального партнерства и степень интегрированности в</p>

		<p>г. № 662 «Об осуществлении мониторинга системы образования» (с изменениями и дополнениями от 21.03.2019, 25.05.2019); Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.06.2013 № 462 «Об утверждении порядка проведения самообследования образовательной организацией»; Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.12.2013 г. № 1324 «Об утверждении показателей деятельности образовательной организации, подлежащей самообследованию» (с изменениями, внесенными приказом Минобрнауки России от 15.02.2017 г. № 136). Подготовка, содержание и оформление отчета о результатах самообследования ОО. Описание разделов отчета о результатах самообследования ОО. Структура и оформление отчета о результатах самообследования ОО. Результаты самообследования – информационная основа для принятия управленческих решений и выбора приоритетных направлений развития. Качественная оценка состояния и результатов деятельности ОО на основе динамического анализа. Анализ показателей деятельности организации, подлежащей самообследованию. Оценка соответствия структуры отчета о результатах самообследования. Критерии оценки качества отчёта: целостность; полнота информации и точность, убедительность аргументации; ясность и обоснованность выводов; связность и цельность текста отчета. Обеспечение качества самообследования – одно из условий позитивного имиджа ОО.</p>	<p>местное сообщество. Формировать и представлять регулярную публичную отчетность о состоянии и перспективах развития ОО Оценивать реальные и потенциальные возможности работников, стимулировать их профессиональное развитие и карьерный рост, мотивировать к участию в развитии ОО. Организовывать и мотивировать деятельность участников образовательных отношений, принятия решений в условиях различных мнений субъектов взаимодействия. Осуществлять контроль и оценку эффективности взаимодействия и представления интересов ОО.</p>
<p>7 Качество организации и результатов образовательной деятельности, комфортность образовательной среды как компоненты имиджа образовательной организации</p>	<p>Практическое занятие 2 ч. Стажировка 2 ч.</p>	<p>Качество образовательной деятельности -- важнейший репутационный фактор имиджа ОО в социокультурной среде. Современные подходы к оценке качества образования и контролю образовательной деятельности. Общие критерии оценки качества образовательной деятельности ОО и факторы, оказывающие влияние на качество образования: качество кадров, работающих в ОО; качество реализуемых образовательных программ; уровень мотивации и вовлечённости обучающихся в образовательную деятельность; развитость инфраструктур внутренней и внешней среды; качество управления ОО; качество</p>	<p>Анализировать деятельность ОО, изменения, происходящие во внутренней и внешней среде, основные показатели (индикаторы) и результаты реализации программы ее развития, управленческие риски. Производить оценку реализации стратегии развития ОО, определять ее миссию, роль в социуме, уровень социального партнерства и степень интегрированности в</p>

		<p>организации образовательной деятельности.</p> <p>Система ВСОКО и НСОКО.</p> <p>Группы показателей оценки качества образовательной деятельности: открытости и доступности информации; комфортности условий; доброжелательности, вежливости, компетентности работников; удовлетворённости качеством образовательной деятельности.</p> <p>Управление развитием ОО, обеспечивающие повышение качества образования и эффективности деятельности ОО</p> <p>Задачи внутреннего мониторинга качества образования: информационное обеспечение процесса принятия обоснованных управленческих решений по проблемам совершенствования образования; принятие мер по повышению эффективности и уровня образовательной деятельности; предоставление достоверной информации о качестве образования; совершенствование системы управления образовательной деятельностью на основе мониторинга; выявление факторов, влияющих на качество образования. .</p> <p>Мотивация и стимулирование работников ОО к участию в развитии ОО, обеспечивающие повышение качества образования и эффективности деятельности ОО.</p> <p>Развитие системы привлечения внешних экспертов для оценки качества образовательной деятельности.</p>	<p>местное сообщество.</p> <p>Определять подходы и методы управления развитием ОО, обеспечивающие повышение качества образования и эффективности деятельности ОО.</p> <p>Оценивать реальные и потенциальные возможности работников, стимулировать их профессиональное развитие и карьерный рост, мотивировать к участию в развитии ОО.</p> <p>Организовывать и мотивировать деятельность участников образовательных отношений, принятия решений в условиях различных мнений субъектов взаимодействия.</p>
<p>8</p> <p>Образ руководителя, образ педагогического коллектива, образ обучающегося как компоненты имиджа образовательной организации. Корпоративная культура и репутация.</p>	<p>Практическое занятие</p> <p>2 ч.</p> <p>Стажировка</p> <p>2 ч.</p>	<p>Диапазон субъектных имиджевых характеристик ОО.</p> <p>Назначение и функции имиджа руководителя ОО: соответствие действий руководителя ожиданиями подчиненных; положительный имидж руководителя как мотивирующий фактор развития работников; разработка и внедрение норм корпоративной культуры. Динамическая модель имиджа руководителя (основные качества руководителя, влияющие на формирование его имиджа) природные качества; социальные качества; личностные качества; профессиональные качества; визуальные качества; поведенческие качества. Взаимозависимость имиджа руководителя и социального имиджа организации.</p> <p>Образ педагогического коллектива как единого целого. Стереотип восприятия образа педагога в сознании обучающихся, коллег, ближнего и отдалённого соци-</p>	<p>Осуществлять социальное партнерство, установленное действующим законодательством.</p> <p>Применять проектные методы организации управленческой деятельности.</p> <p>Организовывать и мотивировать деятельность участников образовательных отношений, принятия решений в условиях различных мнений субъектов взаимодействия.</p> <p>Организовывать устные и письменные коммуникации с субъектами внешнего окружения, включая органы государственной власти, в т.ч. надзорные органы, органы местного</p>

		<p>ального окружения. Образ педагога как совокупность деловых и личностных качеств в условиях корпоративной культуры.</p> <p>Образ обучающегося как комплекс личностных характеристик, целенаправленно формируемых в ОО, в соответствии с корпоративной культурой ОО.</p> <p>Проблема взаимосвязи понятий «репутация» и «имидж». Факторы корпоративной репутации. Измерение корпоративной репутации. Три вида критериев оценки репутации: 1. Общая репутация. 2. Отдельные параметры репутации. 3. Реперные значения репутации.</p> <p>Позиционирование участников образовательных отношений как носителей корпоративной культуры ОО во внешней среде.</p>	<p>самоуправления, субъектов рынка труда, социальных партнеров, другие ОО (в т.ч. зарубежные). Соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников. Осуществлять контроль и оценку эффективности взаимодействия и представления интересов ОО.</p>
<p>9 Коммуникационная стратегия образовательной организации как фактор имиджа. Формирование стиля организации, бренд и атрибуты внешней идентификации.</p>	<p>Практическое занятие 2 ч. Стажировка 2 ч.</p>	<p>Коммуникационная стратегия как перспективная стратегия развития коммуникаций ОО с целевыми аудиториями. Условия эффективности процесса взаимодействия ОО (или ее представителей, например в лице Управляющего совета) с социумом. целенаправленность, последовательность, планомерность. Концепция позиционирования ОО как часть коммуникационной стратегии. Обеспечение информационной поддержки функционирования и развития, позитивного имиджа ОО, Две стороны коммуникационной стратегии: информационное воздействие на целевые и иные аудитории; получение встречной информации, обратной связи о реакции на предоставляемую информацию. Три составляющие коммуникационной стратегии: рыночная; креативная; медийная.</p> <p>Сетевое взаимодействие ОО как часть коммуникационной стратегии. Развитие направлений коммуникации в условиях сетевого взаимодействия в соответствии с позицией ОО в сети.</p> <p>Социальное партнёрство ОО: разработка перспективных направлений и взаимовыгодное решение задач ОО.</p> <p>Значение формирования стиля ОО в конкурентной образовательной среде. Бренд и атрибуты внешней идентификации как элементы коммуникационной стратегии. Лабильность и постоянство элементов коммуникационной стратегии в условиях развития ОО.</p>	<p>Анализировать деятельность ОО, изменения, происходящие во внутренней и внешней среде, основные показатели (индикаторы) и результаты реализации программы ее развития, управленческие риски. Государственно-общественное управление ОО. Применять проектные методы организации управленческой деятельности.</p> <p>Организовывать и мотивировать деятельность участников образовательных отношений, принятия решений в условиях различных мнений субъектов взаимодействия. Соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников. Применять современные информационно-коммуникационные технологии в управлении. Осуществлять контроль и оценку эффективности взаимодействия и представления интересов ОО.</p>

