**Проект "Использование современных PR - технологий для формирования благоприятного имиджа дошкольного учреждения. Газета дошкольного учреждения "СВЕТЛЯЧОК".**

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**I.Тип проекта:**

**По доминирующей деятельности:** творческий.

**По содержанию:** информационно-педагогический.

**По числу участников проекта:**  фронтальный.

**По времени проведения:** долгосрочный (начат 2014)

**По характеру контактов:** в рамках МДОУ, родители, дети, сайт ДОУ.

**II. Проблема:**

Начиная с 2012 года в рамках проекта «Юный журналист» подготовительной группы «Пчелка» под руководством Комаровой О.В. и Васиной Г.И. тематическая настенная газета, тогда ещё без фирменного названия, выходила «по праздникам». Газета привлекала внимание и взрослых и детей. Но постепенно ее формат перестал удовлетворять как педагогов, так и родителей. Поэтому с 1 сентября 2013 года решено было выпускать газету под названием "СВЕТЛЯЧОК" раз в месяц, как в компактном печатном формата А4 виде, так и электронном виде на сайте нашего детского сада.

Также этому поспособствовало то, что с 1 января 2014 года все дошкольные образовательные учреждения России перешли на новый Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования. Руководство нашего детского сада, о**сновываясь на его требованиях** по взаимодействию детского сада с родителями, где одним из принципов дошкольного образования является сотрудничество с семьёй, а одним из требований к психолого-педагогическим условиям является требование обеспечения психолого-педагогической поддержки семьи и повышения компетентности родителей (законных представителей) в вопросах развития и образования, охраны и укрепления здоровья детей, посчитало выпуск газеты целесообразным и эффективным методом информирования родителей.

Газета нашего детского сада прогнозируется как источник обратной связи **—**обмен опытом и диалогом между родителями. Предполагаем, что способствует формированию нового менталитета родителей как воспитателей, и изменит саму сущность их взаимодействия сначала с детским садом, а потом и со школой, а так же будет являться важным фактором  формирования благоприятного мнения о дошкольном учреждении.

**Актуальность проблемы:**

Слово “пиар”` происходит от английского PR — сокращения выражения “public relation”, которое переводится как “связи с общественностью”.  
Использование PR – технологий в дошкольном образовании  —  это, прежде всего, умение рассказать о себе языком, понятным главному потребителю услуг — родителю, а так же умение  создать условия для того, чтобы нужная информация дошла до родителя. Здесь не должно быть выражений, перегруженных специальными терминами и сложными научными оборотами. Все должно быть предельно ясно и понятно.  
Семейное воспитание всегда играло ведущую  роль в становлении личности маленького человека. Но, в, то, же время, на развитие ребёнка оказывает влияние и та среда, в которой он находится, а именно, дошкольное образовательное учреждение, где маленький человек находится двенадцать  часов в сутки, пять дней в неделю. В детском саду вся жизнь ребёнка подчинена целой системе правил и требований. Так же,  как и каждая семья, детский сад имеет сложившуюся систему ценностей и традиций. Иногда они не только не совпадают, но и полностью противоположны им. В связи с этим возникает острая необходимость в налаживании тесного контакта между детским садом и семьёй.

PR – технология  – это один из элементов маркетинга, способствующий открытости, установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией, участниками педагогического процесса и общественностью.  
Выход детских садов на рынок образовательных услуг требует грамотного пиара, то есть четко организованной работы с общественностью и потребителями дошкольного образования. Одним из путей решения данной проблемы мы видим в создании информационного издания для родителей ДОУ в виде газеты.

Выбор такой формы объясняется:

‑ уверенностью в его эффективности,    
‑ открывающейся возможностью для сближения родителей и педагогов вокруг интересов и потребностей самой семьи,  
‑ сближения на основе информированности, вовлеченности членов семьи в жизнь ребенка в детском саду,   
‑ взаимной ответственности родителей и педагогов за принятие решений, способных улучшить качество образовательных услуг.

**III. Цель и задачи проекта:** повышение качества государственных и муниципальных услуг, в том числе  образовательных, внедрение PR-технологии в систему работы ДОУ  направленной  на формирование позитивного имиджа учреждения,  посредством выпуска газеты дошкольного образовательного учреждения «СВЕТЛЯЧОК».

 При этом решаются следующие задачи:

* включение новых  информационно - коммуникативных  форм  сотрудничества с семьями воспитанников;
* предоставление родителям и общественности  более полной картины  жизни детей в детском саду;
* создание благоприятного имиджа дошкольной организации;
* активизация желания участников педпроцесса в участии в жизни детского сада;
* распространение положительного  опыта работы с  детьми  дошкольного  возраста;
* психолого **-**педагогическое просвещение родителей.

**IV. Этапы реализации проекта:**

**I этап – подготовительный**

1. Анализ текущей работы.
2. Создание логотипа, фирменного знака газеты.
3. Формирование структуры издания.
4. Предварительная информационно – консультативная работа с педагогами, специалистами, родителями.
5. Анкетирование родителей.

**II этап – основной.**

1. Подготовка рабочего материала для выпуска издания в сотрудничестве с педагогами, родителями, детьми — юными корреспондентами.
2. Корректировка информационного и наглядного (фото и иллюстрирование) материалов редактором.
3. Конструктивная работа и издание над выпусками газеты.

**III этап — заключительный.**

1. Размещение печатного варианта выпуска в родительских уголках и электронного - на сайте ДОУ.
2. Анкетирование родителей по результатам проделанной работы.

**IV этап - аналитический.**

1. Анализ эффективности этапа проделанной работы.
2. Выводы. Выявление наиболее актуальных вопросов на текущий момент.

**V. Результат проекта:**

В результате реализации проекта дошкольное образовательное учреждение, несомненно, будет обладать рядом преимуществ:

- учреждение будет наиболее привлекательно для родителей, заинтересованных в получении качественных образовательных услуг, готовых к конструктивному взаимодействию с педагогами, небезразличных к достижениям детей и осознающих ценность образования;

- повысится  заинтересовать сотрудников ДОУ (реально работающих и устраивающихся в ДОУ), сформируется понимание того, что они работают в уникальном детском саду, отличающемся от большинства. Это значительно способствует стабильности коллектива и развитию благоприятного социально-психологического климата;

- продемонстрируется социальному окружению (в том числе и инспектирующим органам, экспертным комиссиям, оценивающим качество работы учреждения) высокое качество оказываемых услуг, социальная значимость и ценность работы детского сада.

**Оценка результатов проекта:** Очевидно, что по окончании реализации проекта, деятельность ДОУ по созданию благоприятного имиджа и поиску новых форм работы с родителями и общественностью не прекратится. Дальнейшая деятельность будет зависеть от  результатов мониторинга сотрудников, родителей и детей, а так же от тех показателей, которые покажут какое-либо изменение в отношении к детскому саду. Но и тот опыт насыщенной деятельности по формированию позитивного имиджа детского сада и повышению его рейтинга, который будет приобретен в течение реализации проекта, конечно же, будет использоваться в дальнейшей работе ДОУ.

**VI. Презентация проекта**

**ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

Современные реформы, проводимые в наши дни  в области образования в России, находят свое отражение и в  сфере деятельности дошкольных образовательных учреждений. Вместе с ростом заработной платы, растут требования к педагогам и, как следствие, повышается качество образования. Детский сад постепенно превращается в открытую образовательную систему. Педагогический процесс дошкольного учреждения становится более свободным, гибким, дифференцированным, направленным, прежде всего на интересы ребенка, с одной стороны, с другой - педагоги ориентируются на сотрудничество и взаимодействие с родителями и ближайшими социальными институтами. В рамках конкурентоспособности появилась необходимость целенаправленного формирования имиджа образовательного учреждения. Основной принцип работы над имиджем в ДОУ, это использование имеющихся ресурсов. Многие руководители детских садов считают, что использование технологий PR для создания имиджа требуют больших материальных вложений. И они не могут себе этого позволить в силу обстоятельств и многих причин. На самом же деле, это конечно не так. Имидж есть у каждого ДОУ, и каждое ДОУ использует в работе над ним PR – технологии, просто не все над этим задумываются. Родительские собрания, утренники, выставки, опросы общественного мнения, публикации – все это PR – технологии, которые при грамотном использовании укрепляют имидж ДОУ.

Как известно детский сад – первый несемейный социальный институт, первое воспитательное учреждение, с которым вступают в контакт родители (законные представители)  и где начинается их систематическое педагогическое просвещение. От совместной работы родителей (законных представителей)  и педагогов зависит дальнейшее развитие ребёнка. И именно от качества работы дошкольного учреждения, зависит уровень педагогической культуры родителей (законных представителей) , а, следовательно, и уровень семейного воспитания детей.  Данная работа в детском саду происходит в различных формах: собрания, консультации, папки - передвижки, объявления, оформление тематических стендов, индивидуальная работа. В основном инициатива исходит от педагогов и постоянно применяя в своей практике эти формы, мы стали замечать, что они не производят того эффекта, на который мы рассчитывали, не приносят желаемого результата – родители (законные представители)  малоактивны, не интересуются жизнью детского сада. И эта проблема стоит во многих дошкольных учреждениях. Стоит она очень остро и в связи с новыми требованиями  ФГОС, в которых работе с родителями (законными представителями)    и общественными институтами отводится большая роль.

Выпуск газеты - достаточно трудоемкая работа, требующая большого количества времени и определенной подготовки. В этот процесс вовлечены все участники педагогического процесса: администрация детского сада, воспитатели, специалисты.

В рамках реализации данного проекта организована работа с детьми старших и подготовительных групп по обучению основам журналистики (проект «Юный журналист» Приложение 1) и иллюстрированию газеты (проект «Юные художники – иллюстраторы газеты «СВЕТЛЯЧОК» » Приложение 2).