

**Описание инновационного продукта,
участвующего в районном конкурсе педагогических достижений
Красногвардейского района Санкт-Петербурга
номинация «Лучший инновационный продукт»**

2018-2019 уч.г.

Полное наименование образовательной организации: Государственное бюджетное учреждение дополнительного образования Дворец детского (юношеского) творчества Красногвардейского района Санкт-Петербурга «На Ленской»

Инновационный статус образовательной организации: Региональная экспериментальная площадка «Разработка эффективных средств коммуникации между участниками образовательного процесса» с 01.01.2016 г. по 31.12.2018 г., Распоряжение Комитета по образованию от 29.06.2015 N 3140-р.

Автор/авторский коллектив: Тихова М.А., заместитель директора по опытно-экспериментальной работе; Серебрякова Е.В., педагог дополнительного образования.

Телефон: 8 (812) 246-04-61

Электронная почта: lensk-uvr@mail.ru

Наименование инновационного продукта: Образовательный брендинг: инструменты для современного педагога

Форма инновационного продукта:

Учебное пособие	
Методическое пособие	
Учебно-методическое пособие	
Методические материалы, рекомендации	+
Учебно-методический комплект (комплекс)	
Программа	
Технология	
Модель	
Сайт	
Программное обеспечение	
Диагностические, контрольно-измерительные материалы	
Иное (указать, что)	

Тематика инновационного продукта*:

Развитие профессионального образования	
Развитие дошкольного образования	
Развитие общего образования	
Развитие дополнительного и неформального образования и социализации детей	
Выявление и поддержка одаренных детей и молодежи	
Реализация моделей получения качественного дошкольного, общего и дополнительного образования детьми-инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья	
Развитие кадрового потенциала системы дошкольного, общего и дополнительного образования детей	+

Развитие системы оценки качества образования и информационной прозрачности системы образования	
Вовлечение молодежи в социальную практику	

Номинация:

Управление образовательной организацией	+
Образовательная деятельность	

Ссылка на описание инновационного продукта:

Ссылка на инновационный продукт:

Конструктор позитивного имиджа

<https://drive.google.com/file/d/1LczVmHHQCZFXh3kJYMBRgovOmg9gCjka/view?usp=sharing>

Методические рекомендации по созданию рекламно-информационных фильмов в образовательных учреждениях

<https://drive.google.com/open?id=1jNMHMrf1-l6sfIt3nmul1p5TAJko4KLx>

Презентация для педагогов «Рекламная листовка: сделай сам» <http://na-lenskoy.ru/innovaciya>

Общее описание инновационного продукта:

- **Ключевые положения, глоссарий.**

В новых институциональных и экономических условиях в связи с растущей рыночной конкуренцией образовательным организациям необходимо эффективно использовать маркетинговые инструменты в управлении, одним из которых является брендинг.

Сегодня руководители образовательных организаций, понимая значимость продвижения своего учреждения, уделяют значительное внимание таким элементам брендинга как: формирование фирменного стиля (разработка символики организации: логотипа, слогана и т.д.), изготовление сувенирной и рекламной продукции, поддержание положительной репутации учреждения, представительство учреждения в Интернете. Однако, исполнителями управленческой стратегии продвижения в организации часто становятся педагоги, которые не имеют опыта и специфических знаний в этой сфере. А значит, либо сопротивляются возложению на них новых обязанностей, либо выполняют работу ненадлежащего качества.

В то же время, профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» прописывает в трудовых действиях педагога «Набор на обучение по дополнительной общеразвивающей программе», а также предполагает наличие связанных с этим умений и знаний. Например, таких как, умение «Готовить информационные материалы о возможностях и содержании дополнительной общеобразовательной программы и представлять ее при проведении мероприятий по привлечению учащихся» или «Понимать мотивы поведения учащихся, их образовательные потребности и запросы (для детей – и их родителей (законных представителей))», а также знать «Основные правила и технические приемы создания информационно-рекламных материалов о возможностях и содержании дополнительных общеобразовательных программ на бумажных и электронных носителях».

Таким образом, очевидно, что в современных условиях все большему числу педагогов придётся осваивать основы маркетинговых коммуникаций в следствии необходимости рекламировать свое объединение, программу и способствовать формированию положительного имиджа учреждения.

Дворец «На Ленской» согласно проекту ОЭР по разработке эффективных средств коммуникации между участниками образовательного процесса три года апробировал в том числе и маркетинговые коммуникации в образовании. Результатом обобщения опыта работы стали не только конечные продукты площадки, но и ряд практикоориентированных инструментов для педагогов.

Так, в инновационный продукт «Образовательный брендинг» мы включили следующие инструменты для современного педагога:

- Методические рекомендации по созданию рекламно-информационных фильмов в образовательных учреждениях;
- Презентация для педагогов «Рекламная листовка: сделай сам»;
- Конструктор позитивного имиджа.

Презентация для педагогов «Рекламная листовка: сделай сам» содержит:

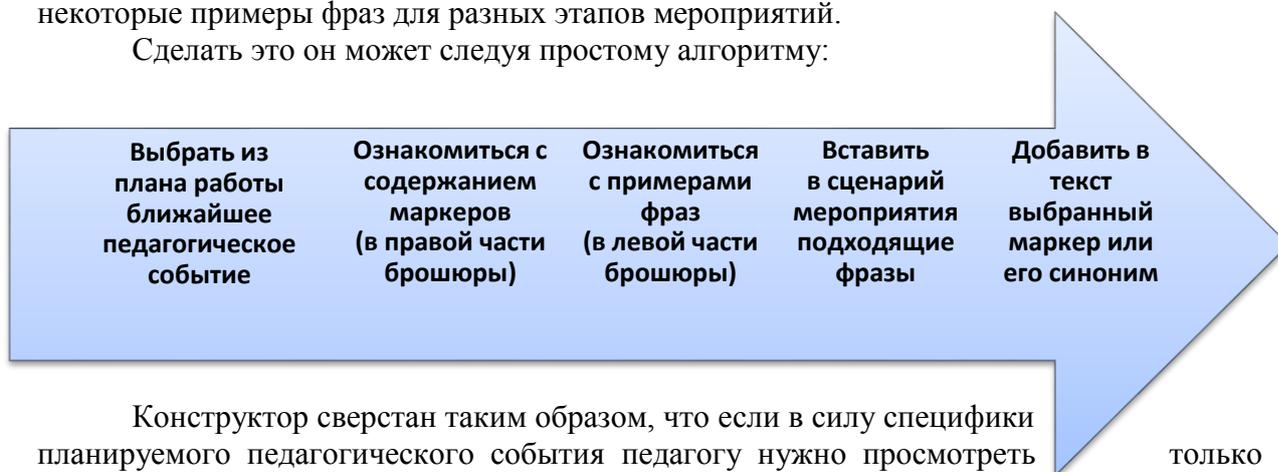
- ✓ Пошаговую инструкцию с иллюстрациями создания рекламной листовки в популярных у педагогов редакторах Word, Power Point.
- ✓ Перечень бесплатных полиграфических online сервисов для создания буклетов и листовок с активными ссылками.
- ✓ Полезные советы по оформлению и наполнению рекламы.
- ✓ Примеры рекламных листовок педагогов ДДЮТ «На Ленской».

Методические рекомендации по созданию рекламно-информационных фильмов в образовательных учреждениях предназначены руководителям образовательных организаций, педагогам, методистам, всем педагогическим работникам, готовым ответить на вызовы времени и вступить на путь продвижения своих образовательных услуг через рекламные видеофильмы. Пособие структурировано в форме ответов на вопросы, которые могут возникнуть у педагога. В нем систематизированы основные тезисы, направляющие педагога от замысла до реализации фильма.

Конструктор позитивного имиджа - это пакет лексических конструкций для формирования установок положительного образа учреждения. Пособие призвано помочь любому педагогическому работнику в формировании положительного имиджа своей организации при проведении традиционных публичных событий таких как: праздничные и методические мероприятия, открытые занятия для родителей, написание статей для сайта и т.д.

Конструктор представляет собой таблицу, содержащую языковые конструкции синонимичного ряда семи основных маркеров позитивного имиджа учреждения и некоторые примеры фраз для разных этапов мероприятий.

Сделать это он может следуя простому алгоритму:



Конструктор сверстан таким образом, что если в силу специфики планируемого педагогического события педагогу нужно просмотреть список языковых конструкций, не отвлекаясь на шаблоны фраз по мероприятиям, то он может сделать это, перелистывая страницы по линии сгиба. ТОЛЬКО

В инновационном продукте используются следующие основные понятия:

Брендинг - это создание, развитие и поддержка постоянной добровольной связи со стратегически важной группой потребителей, с помощью стабильного и надежного набора отличий, предполагающего неизменно высокое качество и удовлетворение.

Бренд является сочетанием впечатления, которое он производит на потребителей, и результатом их опыта в его использовании.

Бренд образовательной организации – это ожидаемое качество оказываемых образовательных услуг, формирующееся в сознании потребителя, а также способность потенциального потребителя узнать образовательную организацию среди других.

Рекламная листовка — разновидность печатной рекламы, малоформатное, относительно недорогое печатное рекламное издание.

Рекламный ролик — это художественное или анимационное видео, главная цель которого — привлечь потенциальных заказчиков, инициировать интерес к услуге.

Имидж – сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа сильно эмоционально окрашенный образ чего-либо или кого-либо.

Имидж образовательного учреждения – образ организации, созданный в результате целенаправленного непрерывного процесса формирования, согласования и интегрирования представлений педагогов, учащихся, родителей, представителей окружающего социума.

- **Обоснование инновационного характера предлагаемого продукта, включая аналоговый анализ, содержащий перечень материалов (продуктов), аналогичных представляемому инновационному продукту (например, по названию, смыслу, ключевым словам, содержанию и т.п.), сопоставление найденных аналогов с предлагаемым инновационным продуктом, выводы (с указанием отличий инновационного продукта от аналогов).**

Поскольку представленный инновационный продукт содержит несколько инструментов, есть смысл проведения аналогового анализа по каждому из них.

Конструктор позитивного имиджа.

Методическая продукция по тематике «Формирование положительного имиджа учреждения» представлена в основном статьями, которые транслируют значительный объем теоретического материала, формируют представление о понятии и подходах к формированию имиджа, иногда содержат практические выкладки и советы на уровне администратора и управленца. Конструктор же является практическим инструментом для исполнителя

Идея использования заранее подобранного синонимичного ряда в конструкторе схожа с идеей фраз-шаблонов для исследовательской работы, представленных на сайте Сачавой О.С., заместителя директора СОШ №21 Василеостровского района или идеей учителя русского языка и литературы ГБОУ СОШ №118 Пыхтиной Т.В. представленной в статье «Лексические средства исследовательской работы». Однако в Конструкторе подобран синонимичный ряд маркеров положительного имиджа.

Авторский дизайн пособия, позволяет педагогу использовать как весь текст пособия, так и только синонимичный ряд (листая страницы по линии сгиба) для экономии времени.

Методические рекомендации по созданию рекламно-информационных фильмов в образовательных учреждениях.

Интернет изобилует статьями о том, как снимать рекламные видеоролики. Чаше всего, это мотивационные статьи, имеющие своей целью не столько разъяснить основные этапы производства рекламного ролика, сколько привлечь внимание к компаниям и частным

лицам, оказывающим такие услуги. Информация в этих постах не системна, где-то недостаточна, где-то избыточна, и не позволяет новичку пройти весь путь создания рекламного видеоролика.

Существуют также серьезные учебные пособия с большим объемом материала и ориентированные на съемку рекламы товаров народного потребления. Например, «Практикум по видеорекламе».

Создание рекламных фильмов педагогами имеет ряд специфических особенностей, не позволяющих образовательным организациям просто копировать опыт бизнеса. Методические рекомендации Дворца основаны на опыте работы в этом направлении педагогов учреждения. Они отражают как специфику процесса создания ролика педагогами, так и специфику самого видеоролика.

Презентация для педагогов «Рекламная листовка: сделай сам»

Аналоговая продукция представляет собой статьи на популярных сайтах типографий или маркетинговых компаний, а также большие учебные пособия, например Т.А. Чабанюк «Теория и практика рекламы». Во всех случаях информация ориентирована представителей бизнеса или студентов маркетинговых отделений.

Большинство статей представляют полезные советы по созданию листовок или правила их разработки. Пошаговые инструкции и описывают работу в сложных графических редакторах, малознакомых педагогам.

Презентация «Рекламная листовка: сделай сам» сочетает в себе современный взгляд на оформление и содержание печатной рекламы и простые, хорошо знакомые педагогу редакторы Word, Power Point, для ее создания.

Система гиперссылок, позволяет педагогу экономить время и просматривать лишь те разделы, которые ему интересны. После окончания каждого раздела он может вернуться к содержанию презентации.

В презентации представлено большое число примеров рекламных листовок, созданных педагогами ДДЮТ с их фотографиями и должностями, таким образом, пособие призвано продемонстрировать доступность данного вида работ для любого педагога независимо от возраста и преподаваемого предмета.

В целом, все инструменты инновационного продукта «Образовательный брендинг» отличает:

- ✓ *Практикоориентированность.* Пособия нацелены на помощь педагогам в выполнении не специфичных для них видов деятельности.
- ✓ *Лаконичность изложения.* Мир ускоряется, люди не хотят тратить время и силы на разбор материала большого объема. В наших брошюрах информация представлена в виде инструкций, алгоритмов, схем и советов.
- ✓ *Учет специфики сферы образования.* Все пособия разработаны специально для педагогов и опираются на опыт педагогических работников ДДЮТ «На Ленской» в данном виде деятельности.
- ✓ *Ориентация на «обычного педагога»,* специалиста без опыта работы в маркетинговой сфере. В пособиях используется простой язык, использование маркетинговых терминов минимизировано.

- **Обоснование значимости инновационного продукта для решения актуальных задач развития системы образования в соответствии с целями выбранного раздела Программы.**

Одной из задач проекта «Петербургская школа 2020» является непрерывное развитие потенциала современного учителя. Данный инновационный продукт ориентирован на повышение уровня компетентности педагога в мероприятиях, направленных на набор и

привлечение учащихся по программе. Он способствует скорейшему формированию у педагогов навыков современной презентации.

Системное и целенаправленное использование предложенных инструментов педагогами образовательных учреждений приведет к формированию положительного имиджа ряда образовательных учреждений среди родительской общественности Санкт-Петербурга, а значит, будет способствовать и улучшению репутации сферы образования Санкт-Петербурга в целом.

- **Обоснование актуальности результатов использования инновационного продукта для развития системы образования (образовательных, педагогических, социальных, экономических и др.).**

Актуальность результатов использования инновационного продукта обусловлена:

- необходимостью освоения педагогами новых для них маркетинговых навыков, прописанных в профессиональном стандарте педагога дополнительного образования;
- недостаточной информацией по адаптации маркетинговых технологий к образовательной организации;
- ограниченностью инструментов, которые используют педагоги по продвижению своих программ и самого учреждения.

Включение продукта в систему работы образовательного учреждения будет способствовать:

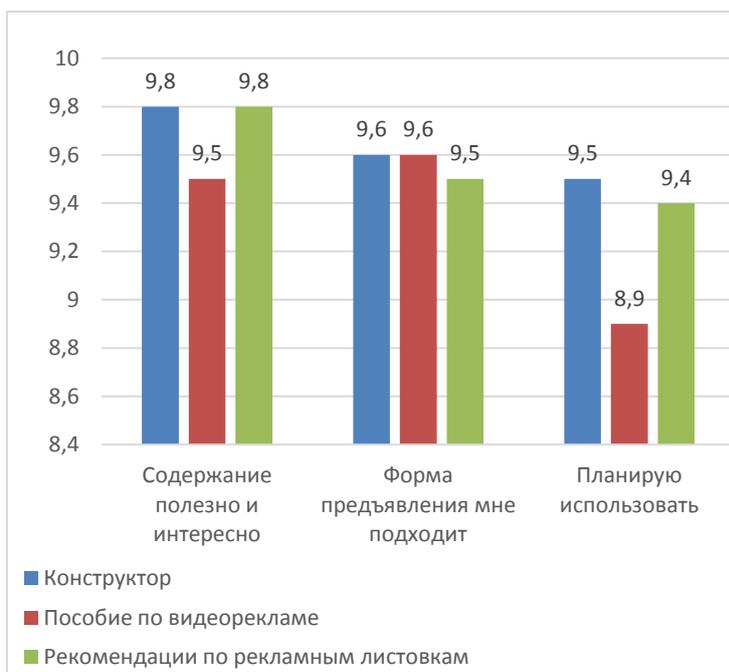
- ✚ *Для администрации* – оптимизации набора учащихся в период рекламной кампании.
- ✚ *Для педагогов* – развитию навыков современной презентации.
- ✚ *Для родителей* – информированности о возможностях дополнительного образования в организации.
- ✚ *Для детей* – возможности принятия осознанного решения о посещении объединений на основе привычных и понятных для них форм предъявления информации.

- **Обоснование готовности инновационного продукта к внедрению в системе образования.**

Данный инновационный продукт готов к внедрению в систему образования Санкт-Петербурга.

Он прошел апробацию в рамках реализации инновационной площадки Дворца «На Ленской» в работе семинаров, мастер-классов, круглых столов с приглашением молодых специалистов из других образовательных организаций. Прошел общественно-профессиональную экспертизу на следующих мероприятиях:

- ✓ Городской слет педагогов дополнительного образования;
- ✓ Районная научно-практическая конференция «Инновационная деятельность педагогов - залог обновления системы образования»;
- ✓ Открытый постояннодействующий обучающий семинар для педагогов «Коммуникативные практики в современном образовании».



Педагоги после знакомства с конструктором позитивного имиджа и методическими рекомендациями по созданию рекламно-информационных фильмов в образовательных учреждениях заполняли анкеты обратной связи, где давали как развернутые ответы, так и оценивали по 10-балльной шкале ряд позиций.

Анализ анкет обратной связи показал высокий уровень удовлетворенности педагогов предложенными инструментами.

Кроме того, использование предложенных инструментов не требует создания специфических материально-технических условий для своего внедрения.

• **Обоснование рисков внедрения инновационного продукта в системе образования.**

Риски	Пути решения
1. Педагоги не захотят рекламировать свои услуги или целенаправленно формировать положительный образ учреждения.	Знакомство педагогов с требованиями профессионального стандарта, где в трудовых действиях, необходимых умениях и знаниях есть указания на деятельность педагога по набору и продвижению своих программ. Обновление должностной инструкции педагога дополнительного образования. Кроме того, постоянный рост конкуренции приводит педагогов к осознанию необходимости продвижения своих программ. Мотивация и утверждение наставников на работу с молодыми специалистами - задача административного уровня. В каждом случае должна быть использована индивидуальная стратегия повышения мотивации конкретного работника в соответствии с принятой в организации системой. Наиболее эффективным является сочетание внутренней (объявление благодарностей, вручение грамот) и внешней (бонусная система эффективного контракта) мотивации.
2. Педагоги решат, что их работа по формированию положительного имиджа своего учреждения ограничивается использованием языковых конструкций из Конструктора.	Продукт способен помочь педагогу в освоении нового для них вида деятельности. Однако он не исключает ту деятельность, которую уже успешно использовал педагог для формирования положительного имиджа. Например, внешний вид, грамотная речь, педагогический такт и т.д.

3. Дефицит времени у педагогов на освоение новых видов деятельности.	Продукт призван снизить временные затраты педагога при подготовке рекламных и информационных материалов. Презентационные семинары и мастер классы демонстрируют педагогам простоту работы с пособием и реальное сокращение временных затрат.
4. Неуверенность педагогов в своих силах в этом виде деятельности.	В учреждении разработан ресурс, где представлены примеры рекламной продукции педагогов ДДЮТ «На Ленской» и фото авторов. Таким образом, педагогам понятно, что данная задача по силам и возрастным педагогам, и педагогам не связанным с техническим творчеством.

Представляя заявку на конкурс, гарантируем, что авторы инновационного продукта:

- согласны с условиями участия в данном конкурсе;
- не претендуют на конфиденциальность представленных в заявке конкурсных материалов и допускают редакторскую правку перед публикацией материалов;
- принимают на себя обязательства, что представленная в заявке информация не нарушает прав интеллектуальной собственности третьих лиц.

подпись автора/ов
инновационного продукта

М.А. Тихова

подпись автора/ов
инновационного продукта

Е.В. Серебрякова

Директор
ГБУ ДО ДДЮТ «На Ленской»

Семина И.А.

МП

«15» октября 2018