

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА»

Художественно-графический факультет

Кафедра педагогики и образовательного менеджмента

Допущена к защите

«20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой

Ракова Н.А. Ракова

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ
ИМИДЖА СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ (НА
ПРИМЕРЕ УО «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА»

ПОЛОЦКИЙ КОЛЛЕДЖ ВГУ ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА

Специальность I – 08 80 02 «Образовательный менеджмент»

Островская Ирина Егоровна,

магистрант дневной формы

получения образования

Научный руководитель:

Макрицкий Михаил Васильевич

кандидат педагогических наук,

доцент

Витебск, 2021

РЕФЕРАТ

Работа 88 с., 53 источника, 6 приложений

Ключевые понятия: ИМИДЖ, ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА, ПЛАНИРОВАНИЕ, ИЗУЧЕНИЕ, МЕНЕДЖМЕНТ, УПРАВЛЕНИЕ, РУКОВОДСТВО УЧРЕЖДЕНИЕМ ОБРАЗОВАНИЯ, МИССИЯ.

Актуальность темы исследования: личностное и социальное развитие, самосовершенствование, поиск резервов и путей для выхода из кризиса как для одного человека, так и для учреждения образования, социальная ответственность в любых условиях.

В исследовании применялись следующие методы исследования: теоретический (анализ психологической, педагогической, маркетинговой, социологической и методической литературы по исследуемой проблеме; моделирующий (моделирование гипотез исследования); эмпирический (психолого-педагогический эксперимент); методы сбора социологической информации (опрос, наблюдение, анализ документов и др.)

Объект исследования: процесс формирования имиджа колледжа.

Предмет исследования: модель воспитательной работы колледжа как способ формирования положительного имиджа учреждения образования.

Цель исследования: теоретически обосновать и проверить возможность использования средств воспитательной работы с учащимися для формирования привлекательного для абитуриентов имиджа колледжа.

В результате исследования изучены и систематизированы теоретические подходы к понятию «имидж», изучены теоретические основы формирования имиджа колледжа. Проанализирована эффективность различных форм и видов воспитательной работы для формирования положительного имиджа учреждения образования.

Практическая значимость: результаты исследования дают возможность на основе научно-обоснованных рекомендаций сформировать систему принципов планирования и содержания воспитательной работы. Выбор форм, приёмов и методов такой работы с потенциальными абитуриентами и учащимися колледжа для

формирования положительного имиджа учреждения образования, что в свою очередь позволяет обеспечить конкурентные преимущества в условиях развития рынка образовательных услуг.

Оглавление

Введение.....	5
1. Теоретические основы формирования имиджа колледжа при помощи воспитательной работы проводимой в учебном заведении	10
1.1 Теоретические подходы к определению понятия имидж	10
1.2 Пути и механизмы формирования имиджа учреждения образования.	15
1.3 Воспитательная работа как средство формирования имиджа учреждения образования.	19
Глава 2. Экспериментальная работа по реализации модели формирования имиджа образовательной организации средствами воспитательной работы .	23
2.1 Изучение имиджа учреждения образования.....	23
2.2.Разработка программы воспитательной работы для формирования имиджа колледжа.	32
2.3.Повторная диагностика сформированности имиджа учреждения образования	51
Заключение.....	57
Список использованных источников	60
Приложение	66

Введение

На современном этапе конкурентная борьба за абитуриента между учреждениями образования всех ступеней становится очень активной. В условиях ограниченности ресурса поступающих в учреждения образования становится очевидным, что мелочей в такой работе нет. Абитуриенты тщательно подбирают себе учебное заведение, при большом спектре предложений это не удивительно. Критериев для оценки привлекательности много, как и большое количество источников информации и это не только официальные документы, сайты, но и личное мнение разных людей, сталкивавшихся с тем или учреждением образования, или учившихся в нём. Именно от мнения многих людей зависит привлекательность поступления. Следовательно, работа над созданием «репутации» крайне важна, не удивительно, что стала актуальна «реклама», мнение об востребованности и престижности обучения в данном учреждении образования, его «имидж». Положительный образ должен активно пропагандироваться в средствах массовой информации, формировать положительный образ, как в общественном, так и в индивидуальном сознании.

Создание положительного образа учреждения образования имеет много направлений работы, однако воспитательная работа с учащимися, по моему мнению, является одной из самых важных

Актуальность темы исследования. Исследование влияния воспитательной работы на формирование положительного имиджа колледжа вызвано рядом обстоятельств:

1. Исторический опыт показывает, что учреждения образования и их воспитательная деятельность всегда занимали значимое место в системе социального развития, оказывая заметное влияние на общественно-политическую жизнь в стране, особенно во время кризисных ситуаций в экономике и политике. "Воспитание само по себе, - как считают исследователи, - является жизненно важной функцией. Без него нет общества. Оно выполняет одновременно культурные, общественные, экономические и этические функции. Оно обеспечивает преемственность, передает знания, ноу-хау и выработанные нормы... Оно

воспроизводит и развивает потенциал, который позволяет обществу двигаться вперед, прогрессировать, обновляться, меняться, в том числе и в области экономики" [9, с. 23].

2. Особую сложность в отношении развития учреждений среднего специального образования составляют демографические показатели. Белстат приводит следующие данные: за период с 2010/2011 до 2020/2021 учебный год численность обучающихся в средних специальных учебных заведениях сократилась с 167,6 тыс. учащихся до 110,4 тыс. учащихся [30]. Это положение объясняется и общим сокращением населения республики. При этом количество ссузов (за счёт перехода некоторых профтехнических учреждений образования в разряд средних специальных) увеличилось с 214 за 2010/2011 учебный год до 223 на текущий период [30].

3. Положительный облик ссуза в свою очередь помогает получать более выгодные «ресурсы» для своего развития, это и более квалифицированный коллектив, благоприятный доступ к финансированию, средствам массовой информации.

Теоретико-методической основой исследования явились: теоретические основы имеджелогии (Е.Н. Богданов, В.Г. Зазыкин, А.А. Калюжный, А.Ю. Панасюк, Е.А. Петрова, Е.Б. Перелыгина, И.А. Федотов, В.М. Шепель; теоретические основы психологии воздействия (Г.А. Ковалев, Ю.П. Качанов, Г.К. Лазанов, В.Ф. Петренко, Е.А. Файдыш);

Более подробное изучение формирования имиджа колледжа находится пока в нашей стране на стадии изучения.

Новизна исследования состоит в следующем: изучаются и обобщаются теоретические основания формулировки понятия «имидж учреждения образования»; проанализированы основные составляющие элементы имиджа, особенности психологического отражения такого имиджа в представлениях различных социальных групп, особенно важно это понимания для характеристики целевой аудитории, способной оказать влияние на характер и качество вступительной компании колледжа.

Практическая значимость: результаты исследования дают возможность на основе научно-обоснованных рекомендаций сформировать систему принципов планирования и содержания воспитательной работы. Выбор форм, приёмов и методов такой работы с потенциальными абитуриентами и учащимися колледжа для формирования положительного имиджа учреждения образования, что в свою очередь позволяет обеспечить конкурентные преимущества в условиях развития рынка образовательных услуг.

Ключевым понятием исследований в данной области является понятие имиджа учреждения образования. Трактовки данного понятия представлены появились не так давно во многих исследовательских работах..

Однако, данная тема находится на этапе теоретического и практического осмысления, отсюда следует активный интерес к вопросу и рост количества публикаций на тему в последнее время.

Возникает необходимость осмысления и уточнения понятия имидж колледжа, теоретическое осмысление психологических условий его формирования.

Большинство исследований раскрывающих психологические аспекты формирования имиджа рассматривают средства целенаправленного формирования положительного облика. Однако, проблема практической разработки комплекса мер обеспечивающих создание психологических условий, формирования имиджа колледжа средствами воспитательной работы остается не изученной, что определяет актуальность исследования на научно-методическом уровне.

Таким образом, анализ научных исследований и практики деятельности образовательных учреждений выявил существенные противоречия между: объективной необходимостью функционирования образовательной организации в условиях конкурентной среды на рынке образовательных услуг и недостаточной разработкой практических аспектов формирования имиджа.

Гипотеза: воспитательная работа в учреждении образования является незаменимой в формировании имиджа ссуза. Положительный облик теперь уже необходимое, обязательное требование для осуществления любого дела, без этого не возможен стабильный доход и существование организации, фирмы, учреждения

любой формы собственности.

Объект исследования: процесс формирования имиджа колледжа.

Предмет исследования: модель воспитательной работы колледжа как способ формирования положительного имиджа учреждения образования.

Цель исследования: теоретически обосновать и проверить возможность использования средств воспитательной работы с учащимися для формирования привлекательного для абитуриентов имиджа колледжа.

В соответствии с целью и гипотезой следует решить следующие **задачи исследования:**

1. Изучить и систематизировать теоретические подходы к понятию «имидж».
2. Изучить и обобщить теоретические основы формирования имиджа колледжа.
3. Проанализировать эффективность различных форм и видов воспитательной работы для формирования положительного имиджа учреждения образования.

В исследовании применялись следующие методы исследования: теоретический (анализ психологической, педагогической, маркетинговой, социологической и методической литературы по исследуемой проблеме; моделирующий (моделирование гипотез исследования); эмпирический (психолого-педагогический эксперимент); методы сбора социологической информации (опрос, наблюдение, анализ документов и др.).

Основные этапы исследования. В осуществлении исследования можно выделить три этапа.

- Первый этап – теоретико-поисковый.

Изучение и анализ психологической и научно-методической литературы с целью установления степени научной разработанности исследуемой проблемы. Составление программы исследования, определение исходных параметров, методологии и методов, понятийного аппарата. Определение диагностических методик. Изучение опыта работы учреждений образования по формированию

имиджа средствами воспитательной работы.

- Второй этап - опытно-экспериментальный.

Первичная диагностика имиджа колледжа. Констатация фактов и выявление проблем. Разработка, апробация и корректировка модели планирования и осуществления воспитательной работы и ее влияние на имидж учреждения образования. Обработка, проверка и систематизация полученных результатов (проведение формирующего и контрольного этапов эксперимента).

- Третий этап – подведение итогов исследования.

Повторная диагностика имиджа колледжа. Теоретическое осмысление результатов исследовательской работы. Анализ, систематизация, обобщение материалов. Оформление итогов, формулировка выводов.

Практическая значимость исследования состоит в следующем: результаты исследования дают возможность на основе научно-обоснованных рекомендаций сформировать систему планирования и анализа воспитательной работы в колледже.

Список использованных источников

1. Актуальные направления воспитания личности в системе профессионально-технического и среднего специального образования: метод. рекомендации/О.С. Попова и др.; под ред. О.С. Поповой, Т.А. Сезень. - Минск: РИПО, 2011.- 159с.
2. Алиева Л.В., В.А. Караковский о приоритете «базовой модели школы воспитания» в системе основного образования детей // Отечественная и зарубежная педагогика. 2017. Т. 2, № 1 (36), с. 48-56.
3. Бахвалова, Л.В. Приемы педагогической техники в работе преподавателя профессиональной школы 3-е изд., стер. . – Минск: РИПО, 2020. – 148 с.
4. Бернс, Р. Развитие “Я-концепции” и воспитание.- Москва: Прогресс, 1986. [Электронный ресурс]: режим доступа <http://childpsy.ru/lib/books/id/8283.php>, (дата обращения 27. 01. 2021).
5. Бесова, М.А. Методика воспитательной работы: учебно-методические материалы/ М.А. Бесова, Т П. Чикиндина. – Могилёв: УО «МГУ им. А.А. Кулешова», 2012. – 108 с.
6. Бинецкий, А.Э. Паблик рилейшнз: защита интересов и репутации бизнеса [Электронный ресурс]: режим доступа <https://altairbook.com/books/1441708-pablik-rileyshnz-zashchita-interesov-i-reputacii-biznesa.html>. - Дата доступа 27. 01. 2021.
7. Бойделл, Т. Как улучшить управление организацией: Пособие для руководителя. – М.: АО «ИНФА – М» - АОЗТ «Премьер», 1995. – 204с.
8. Ботавина Р.Н. Этика менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
9. Брасс, А.А. Менеджмент/ А.А. Брасс. – Минск: Современ. шк., 2006. – 348 с.: ил.
10. Бухаров Д.В. Имидж образовательного учреждения // Человек и образование № 2 (19) 2009 г. – с. 165-166.

11. Волкова, В.В. Имидж образовательного учреждения в контексте проблемы конкурентоспособности вузов / В.В. Волкова // Вестник МГЭИ / под ред. В.В. Волковой. - 2007. - Вып. 1. - С. 23-26.
12. Волкова В. В. Имиджелогия: Учебно-методическое пособие. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2005. – 168 с.
13. Гаришина Т.Р. Основы делового имиджа: учеб. пособие / Т.Р. Гаришина. – М.: Московская финансово промышленная академия, 2010. – 64 с.
14. Геворкян, Е.Н. Макроэкономические тенденции развития рынка образовательных ресурсов автореф. дис. ...канд. экон. наук: 08.01.00 / Е.Н. Геворкян Саратовский гос. соц.- экон. университет. – Саратов., 2003. – 36 с.
15. Глущенко, Т.Б. Имидж образовательного учреждения / Т.Б. Глущенко // Проблемы разработки и адаптации информационных систем и технологий : межвузовский сборник научных статей / под общ. ред. О.Б. Назаровой. - Магнитогорск: МаГУ, 2008. - С. 147-153.
16. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А . Д. Ковалева — М.: «КАНОН - пресс-Ц», «Каучуково поле», 2000. — 304 с.
17. Демченко, Е. В. Формирование имиджа образовательного учреждения / Е. В. Демченко // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сборник научных трудов / [под общ. ред. И.Л. Акулича] ; Белорус. гос. экон. ун-т [и др.]. - Минск : А.Н. Варакин, 2017. - С. 93-96.
18. Ендовицкий, Д.А. Маркетинговый анализ потребительских предпочтений /Д.А. Ендовицкий, О. Олейникова // Высшее образование в России. - 2008. - № 4. - С. 74-80.
19. Зуева, Е.И. Подходы к формированию имиджа образовательного учреждения [Электронный ресурс] / Е.И. Зуева // Образование и наука в третьем тысячелетии : сборник статей к четвертой международной научно теоретической конференции Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya-trebovanie-sovremennosti/viewer> (дата обращения 05.02.2021).

20. Ильинский, И.М. СНВ: стратегия в связи с «демографической ямой» [Электронный ресурс] / И.М. Ильинский // Тезисы выступления ректора МосГУ.- Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2010/4/Ilinskiy/1_2010_4.pdf. Дата доступа 02.03.2021.
21. Имидж современного учителя в представлении старшеклассников Петрова Е. А., Акимова Н. Н., Романова А. В. // Образование и наука. Том 22, No 2. 2020. с. 98-100.
22. Калюжный, А.А. Психология формирования имиджа учителя [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.klex.ru/b9j>. – Дата доступа 02.03.2021.
23. Краткий словарь современных понятий и терминов.-3-е изд., дораб. И доп./Н.Т. Бунимович, Г.Г. Жаркова, Т.М. Корнилова и др. Сост., общ.ред. В.А.Макаренко.- М.: Республика.- 2000.- 670 С.
24. Кузин, Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. - М.: Ось 89, 2002 – 512 с.
25. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг образовательных услуг : учебное пособие для магистров. - М. : Юрайт, 2012. - 330 с.
26. Кульневич С. В., Лакоценина Т. П. Воспитательная работа в современной школе. Воспитание: от формирования к развитию: Учебно-методическое пособие для учителей, студентов средних и высших педагогических учебных заведений, слушателей ИПК. - Москва - Ростов-н/Д: Творческий центр «Учитель», 2000. - 192 с.
27. Кустова, С.А. Родители – коллеги и союзники классного руководителя [Электронный ресурс] / С.А. Кустова // 1сентября, 28.06.2010. – Режим доступа: <https://urok.1sept.ru/articles/580862>. Дата доступа: 05.03. 2021.
28. Лазаренко, И.Р. Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество [Электронный ресурс]: И.Р. Лазаренко // Педагог. - 2000. - № 9. - Режим доступа https://old.altspu.ru/Journal/pedagog/pedagog_9/stat8.html. - Дата доступа 24. 12. 2020.

29. Мещерякова Е.В. Психология управления [Электронный ресурс]: / Е.В. Мещерякова. – Мн.: Высш. шк., 2005. – 237 с. - Режим доступа https://old.altspu.ru/Journal/pedagog/pedagog_9/stat8.html. - Дата доступа 23. 01. 2021.
30. Почепцов Г.Г. Имиджелогия / Почепцов Г.Г. – 6-е изд., стер. – М.: СмартБук, 2009, 575 с.
31. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 24.01.2021.
32. Организация воспитательно - профилактической работы с учащимися учреждений, обеспечивающих получение профессионально-технического и среднего специального образования: сб. метод. материалов/ И.В. Багнюк [и др.]; под ред. О.В. Поповой, Т.А. Сезень, - Минск: РИПО, 2007. – 178 с.
33. Осипова, М.П. Педагогическое взаимодействие с семьей: пособие для педагогов учреждений общего среднего образования / М. П. Осипова, Е. Д. Осипов. Минск : ИВЦ Минфина, 2015. – 192 с.
34. Панасюк. А.Ю. Формирование имиджа. - М.: Омега - Л, 2008. - 265 с.
35. Панкрухин, А.П. Маркетинг образовательных услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/index.htm> . – Дата доступа 15.01.2021.
36. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: Учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 223 с.
37. Петрова, Е.А. Имиджелогия: проблемное поле и направления исследования / Е.А. Петрова // РК в образовании. - 2004. - № 1. - С. 44-49.
38. Пискунова М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании.- 1999.- № 5.- С. 45 – 48.
39. Планирование и организация изучения качества воспитательного процесса в учреждениях профессионального образования: метод, рекомендации/авт.-сост.: Т.А. Сезень и др.; под. ред. О.С. Поповой, С.Р. Бутрим. - Минск: РИПО, 2011.- 257с.

40. Повышение педагогического мастерства куратора учебной группы: Сборник методических материалов /Ю.В. Емельяненко [и др.]; под ред. О. С. Поповой, Ю. В. Емельяненко. - 7-е изд., стер. – Минск: - РИПО, 2020. – 123 с.
41. Попова О.С. Психологическое сопровождение учащихся в процессе профессионального образования: монография/ О.С. Попова. – Минск: РИПО, 2010. 212 с.
42. Прохорова О.Г. Управление образовательной организацией: воспитательная деятельность / О.Г. Прохорова. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2009. – 217 с.
43. Савченков, А. В. Методика воспитательной работы: учебно-методическое пособие/ А.В. Савченков. – Челябинск, Изд-во Цицеро, 2015.-110с.
44. Тележников, В.И. Менеджмент / В.И. Тележников; под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.П. Белицкого. – Минск: БГЭУ, 2008. – 509 с.
45. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Ушакова. - Т.3. М.. - 1996. - 712 с.
46. Филлипов А.В. Тысяча состояний души: краткий психолого-филологический словарь / А.В. Филлипов, Н.Н. Романова, Т.В. Летягова. - М.: Флинта, 2011. -217 с.
47. Шейнов В.П. Пиар «белый» и «чёрный»: технология скрытного управления людьми / В.П. Шейнов. – Москва: АСТ, Минск: Харвест, 2010. – 672 с.
48. Шепель, В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. - М.: ЛИНКА-ПРЕСС, 1997. - 238 с.
49. Шкуратова И.П. Исполнение социальных ролей как механизм создания имиджа личности // Имиджелогия – 2005: феноменология, теория, практика. М.:РИЦ АИМ, 2005, с.64-67.
50. Шумская, Л. И. Основы воспитательной работы с учащейся молодежью./ Л.И. Шумская, Ж.Е. Завадская/- Минск, Універсітэцкае, 2000. – 190 с.
51. Щуркова, Н.Е. Классное руководство: рабочие диагностики. - Москва: Педагогическое общество России, 2001. - 96с.

52. Чапаева, М. В. Проектирование имиджа: учебное пособие / М. В. Чапаева. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2013. 139 с

53. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности : учебное пособие /А. Ядов. - 5-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2011. - 567 с. - (Университетский учебник).