**“Имидж ШКОЛЫ – основа успешной педагогической деятельности”. 2023/2024 УЧ. ГОД**

**Выступление: Трубаева Елена Михайловна, заместитель директора по ВР**

**Педсовет**

**“Имидж школы – основа успешной педагогической деятельности”**

**Дата проведения:** *01марта 2024 года*  
**Время проведения:** *2 часа*  
**Форма проведения:** *творческая лаборатория*  
**Цель:** *формирование основных направлений деятельности педагогического коллектива по формированию позитивного имиджа школы как учреждения образования нового типа*

**Задачи:**  
*1. Определить составляющие имиджа школы, наметить мероприятия по дальнейшему формированию положительного имиджа школы;  
2. Проанализировать имидж школы в регионе на данном этапе;  
3. Обобщить имеющийся в школе опыт по созданию привлекательной и комфортной среды для организации образовательного процесса, всестороннего развития учащихся;  
4. Разработать функциональную модель имиджа школы*  
**План проведения педсовета:**  
1. *Доклад “Имидж школы: понятие и его содержательное наполнение” (Трубаева Е.М.)*  
2. *Анализ результатов анкетирования педагогов “Имидж школы” (Раджабова З.Г., педагог- психолог)*  
3. *Рефлексивный диалог “Эффективный урок – школьный брэнд”*

*– Калейдоскоп лучших уроков педагогов школы (Гамидова С.Д., Джумаева С.И., Мурадалиева М.К.- зам директора по УВР).*  
4. *Работа в группах. “Определение путей формирования позитивного имиджа школы”. Выработка “Модели имиджа школы”, обсуждение “Школьный бренд: сегодняшний день и перспективы”*  
6. *Подведение итогов, выработка и утверждение постановления педсовета, рефлексия.*  
**Ход педсовета:**  
***1. Трубаева Елена Михайловна: “Имидж школы: понятие и его содержательное наполнение”***  
С каждым годом возрастает конкуренция между учреждениями образования расположенными в одном городе, районе. Не секрет, что родители, выбирающие школу для своего ребенка, сначала ориентируются на слухи. Слухи порождаются мнениями и оценками других людей, причем, всегда субъективными. Следовательно, от того, какое мнение сложится у нескольких людей (а бывает и одного, но авторитетного человека), столкнувшихся со школой, зависит ее репутация на многие годы.  
Стремление конкурировать с общеобразовательными школами только на основе высокого процента поступления выпускников в ВУЗы и количеству победителей олимпиад не совсем оправдано. Не все родители ориентируются только на результат обучения, многие, прежде всего, уделяют внимание комфорту, наличию системы дополнительного образования, разнообразного досуга детей, учитывают желание ребенка учиться именно в этой школе, именно у этого учителя.  
Необходимость формирования имиджа школы определяется следующими причинами:  
**– во-первых, сложная демографическая ситуация усиливает конкуренцию среди образовательных учреждений города в борьбе за набор учащихся и сохранение контингента;  
– во-вторых, сильный позитивный имидж облегчает доступ школы к лучшим ресурсам из возможных: финансовым, информационным, человеческим и т.д.;  
– в-третьих, имея сформированный позитивный имидж, учреждение при прочих равных условиях становится более привлекательным для педагогов, так как представляет педагогам возможность получать удовлетворенность своим трудом и профессиональное развитие;  
– в-четвертых, устойчивый позитивный имидж дает эффект приобретения образовательным учреждением определенной силы, в том смысле, что создает запас доверия ко всему происходящему в стенах учреждения.**Именно тот имидж, который складывается в глазах общественности об образовательном учреждении и его педагогическом и ученическом коллективах, существенно влияет и на приток родителей и учащихся и на развитие социального партнерства.  
Сформированный позитивный имидж школы позволит решить ряд задач:  
– **повысить привлекательность школы, в первую очередь, для родителей, учащихся и педагогов;  
– повысить эффективность мероприятий по информированию населения относительно новых образовательных услуг,  
– облегчить процесс введения новых образовательных услуг,  
– повысить уровень организационной культуры,  
– способствовать улучшению социально-психологического микроклимата в коллективе.**Современный словарь трактует понятие **“имидж” (от** лат. imago – “изображение, образ”) как **целенаправленно** формируемый образ (какого-либо лица, предмета), призванный оказать **эмоционально-психологическое воздействие** на кого-либо в целях популяризации, рекламы.  
Обратим внимание на несколько ключевых слов:  
– “целенаправленно” – то есть, имидж – это то, что можно планировать и создавать;  
– “эмоционально-психологическое воздействие” – то есть, он “работает” с чувствами, а не только с логикой;  
– “воздействие на кого-либо” – то есть, необходимо увидеть тех субъектов, ради которых вся эта работа и затевается.  
Конечным результатом, то есть, целью формирования имиджа, является повышение конкурентоспособности образовательного учреждения. А конкурентоспособность достигается сформированным отношением к школе.  
Формирование имиджа – это процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ.  
Очень важно определиться с выбором: для кого и для чего формируется этот образ? Может быть для районной системы образования с целью утверждения ценности, социальной значимости, элитарности гимназического образования? Для жителей города с целью рекламирования образовательных услуг, которые предлагает гимназия, привлечения потенциальных их пользователей? Для возможных социальных партнеров с целью получения различного рода инвестиций? Для отдела образования с целью оказать влияние на оценку деятельности гимназии, формирования репутации ее в районе? Для учебно-методических учреждений с целью обобщения и популяризации перспективной педагогической практики, позиционирования гимназии как одного из успешных учреждений образования района, которое обеспечивает качественное образование для каждого ребенка через различные формы педагогического воздействия на развитие и становление социально успешной личности? Для средств массовой информации с целью сотрудничества в области информационного обеспечения образовательного процесса, с целью рекламы? Для учеников, которые могли бы через всю свою жизнь с честью нести образовательный бренд школы №1? Безусловно, для этого, последнего, но оно включает в себя все предыдущее.  
Таким образом, в качестве целевой аудитории при формировании имиджа школы можно выделить следующие компоненты:  
– **Ученики  
– Родители  
– Средства массовой информации  
– Социальные партнеры**  
Именно ученики- те субъекты, ради которых стоит выстраивать свой имидж. А ведь выпускники являются чуть ли не главными “пиарщиками” образовательного учреждения. Память о школьных годах хранится долго, и, если тот образ, который сложился у ребят по окончании учебного заведения, малопривлекателен, – можно быть уверенными, что отдать в гимназию своих детей они вряд ли кому-то посоветуют. К тому же, именно наши ученики, еще учась в школе, служат ее своеобразной “визитной карточкой”: то, что они рассказывают о своих школьных буднях и праздниках, или то, как они себя ведут в общественных местах, напрямую демонстрирует определенные стандарты, принятые в нашем учебном заведении.  
**Пожалуй, родители – это самые авторитетные субъекты**, способные не только дать реальную оценку нашей работе, но и откорректировать общественное мнение и мнение своих детей о нас. Именно поэтому родители являются главной целевой группой, на которую необходимо ориентироваться в имиджевой работе.  
**СМИ** являются своеобразными посредниками между школой и обществом: именно благодаря своевременному информированию о наших достижениях, мы сможем сформировать позитивное мнение о себе в глазах окружающих. Для формирования позитивного имиджа крайне важно не только качество распространяющейся информации, но и ее, как это ни странно, количество.  
К составляющим имиджа учреждения образования относятся:  
– ***имидж персонала учебного заведения (педагогов):*** мнение о квалификации и профессиональных качествах педагогов и сотрудников; мнение о личностных качествах, особенно педагогов и воспитателей; мнение о стиле поведения и внешнем облике; мнение о возрастном и половом составе педагогического коллектива;  
– ***имидж потребителей товара (образ выпускника)***: выпускник в глазах общественности является лицом учебного заведением, критерием и одновременно показателем результата его деятельности. Поэтому, такие характеристики личности выпускника как общий образовательный уровень, профессиональные умения, набор дополнительных полезных умений и навыков, конкурентные качества – предприимчивость, деловитость, высокая степень адаптации к изменяющимся требованиям общества, гражданская позиция, являются важными критериями деятельности образовательного учреждения;  
– ***представление об уровне комфортности среды ОУ***: характер отношений между учащимися, педагогами и учащимися, психологический климат и забота администрации об оказании актуальной психологической помощи отдельным учащимся (работа классного руководителя, психолога, социального педагога); внимание учебного заведения к личности учащегося, его нравственному, духовному, эмоциональному, физическому развитию (наличие скоординированной работы и сложившихся традиций по этим направлениям);  
– ***представление о стиле учебного заведения***: роль и место ОУ на образовательном рынке; собственная образовательная политика (направления обучения, подбор персонала, отбор учащихся, система внеурочных занятий, предоставление образовательных услуг); качество и содержание связей учебного заведения с внешними объектами; общая атмосфера учебного заведения (уровень культуры персонала и учащихся, психологический климат в местах прямых контактов – канцелярии; дизайн зданий и помещений; визуальные атрибуты самобытности);  
– ***внешняя атрибутика***: в структуру имиджа образовательного учреждения включаются и элементы, относящиеся к числу имиджевой символики – название, герб, гимн, флаг, традиции, ритуалы, форма одежды, а также использующиеся для рекламных целей – логотип, слоган, девиз и в целом фирменный стиль. Они окрашивают и вносят в образ учебного заведения дополнительные (желаемые) смыслы ритуалов, проецирующих индивидуальность учебного заведения.  
**Качество имиджа** – это не только психологический аванс, но и вполне внятные материальные инвестиции, которые школа может получить в перспективе. Именно тот образ, который складывается в глазах общественности об образовательном учреждении, его руководителе и учителях, существенно влияет и на приток родителей, и на получение высоких наград, и на развитие социального партнерства.  
С понятием имиджа тесно связана и **репутация** школы, которая складывается из нескольких составляющих и, которая удерживается в массовом сознании долгие годы. Отличие имиджа от репутации заключается именно в том, что репутация является итогом построения имиджа.

**Формирование имиджа** – это процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов. Понять, какой именно образ наиболее предпочтителен для нашей школы, поможет проблемно-ориентированный анализ деятельности нашего учебного заведения на сегодняшний день. В результате анализа можно разработать основные направления формирования позитивного имиджа школы, которые помогают определить цель и задачи её развития, желательное будущее, образ нашего учреждения.  
***2. Анализ результатов анкетирования педагогов “Имидж школы” (Раджабова З.Г.)***  
В рамках подготовки к педсовету “Имидж школы – основа успешной педагогической деятельности” был проведен опрос мнения педагогов школы(27 чел.) по вопросам:  
**1) Каковы, на Ваш взгляд, сильные стороны имиджа нашей школы?**  
***Учителя (27 чел.):***  
**2) Каковы, на Ваш взгляд, слабые стороны имиджа нашей школы?**  
***Учителя (27 чел.):***  
**3) Что, по-вашему, можно отнести к школьному бренду (именно нашей школы)?**  
***Учителя (27 чел.):***  
**4) Что, по-вашему, является главным в формировании положительного имиджа нашей школы?**  
***Учителя (27 чел.):***  
**5) Если бы Вы были руководителем, какие бы Вы предприняли действия по укреплению имиджа нашей школы в городе и районе?**  
  
***Учителя (27 чел.):***  
Для сравнения самые популярные ответы приведены в таблице:

 Таким образом, можно сделать следующие выводы, что сильной стороной имиджа нашей школы является **высокий уровень знаний учащихся**, который достигается благодаря высококвалифицированным учителям и является хорошим фундаментом для поступления в ВУЗы нашей страны.  
**Слабые стороны имиджа нашей школы** – недостаточная материальная база, что сказывается на оборудовании кабинетов, спортивного и актового залов, раздевалок, на обеспечении современным компьютерным оборудованием.  
К школьному бренду нашей школы можно отнести традиции школы, символика.  
Главным в формировании положительного имиджа нашей школы является высокий уровень знаний обучающихся, достижения школьников и высокий процент поступления выпускников в ВУЗы.  
Для укрепления имиджа нашей школы следует активнее пропагандировать школу в СМИ, на школьном сайте.  
***3. Рефлексивный диалог “Эффективный урок – школьный брэнд”***  
Школьным брендом должен стать каждый урок. Урок каждого учителя. Он не должен быть обязательно эффектным, но в высокой степени эффективным, а значит – результативным. Урок, который формирует, развивает и воспитывает, развивает и усовершенствует учебные компетенции, который поднимает каждого ученика к зрелости и социальной успешности.   
Об эффективности урока, о том, каким должен быть современный урок не раз шла речь на заседаниях педагогических советов, методических формирований нашей школы. Поэтому с уверенностью можно сказать, что теоретическими и методологическими основами современного и эффективного урока наши педагоги владеют в полном объеме. В нашем коллективе есть немало педагогов, которые независимо от педагогического стажа, квалификационной категории, преподаваемого предмета на высоком профессиональном уровне проводят открытые уроки в рамках методических недель**, в рамках проведения городских и республиканских семинаров.**

**Слово Гамидовой С.Д.**

Посещая такие уроки, получаешь истинное удовольствие от того, что учитель работает с полной отдачей все 45 минут, а значит, все 45 минут с полной отдачей работают и дети. Может быть, на этих уроках нет ничего необычного, суперсовременного, но это настоящие уроки, потому что, главное на этих уроках ребенок и знания. На этих уроках не увидишь учителя, просидевшего за учительским столом все 45 минут, учителя с полным безразличием выслушивающего ответы учеников, учителя, у которого выражение лица не может скрыть вопроса “Ну когда же, наконец, прозвенит звонок?”, учителя, который при объяснении нового материала не пытается увидеть глаза ребят, а равнодушно смотрит в окно. На этих уроках учитель не позволяет себе неуважительное отношение к ученику, а уж тем более унижение и оскорбление в адрес ученика, на этих уроках учитель предстает как личность, как человек, как профессионал!!!

Видеоинтервью “Каким должен быть урок в гимназии?”

**А каким же должен быть урок в школе с позиции самих учащихся? С этим вопросом мы обратились к ребятам среднего и старшего звена. И сейчас предлагаем вашему вниманию видеоинтервью “Каким должен быть урок в школе?”**

Из ответов наших учащихся можно сделать вывод: урок в ШКОЛЕ должен быть интересным, познавательным, занимательным, результативным, должна быть комфортная рабочая обстановка, взаимоуважение, в каждом уроке должна быть какая-то изюминка, должна быть эмоциональная разрядка, применение разнообразных форм и средств обучения. Все это каждому педагогу хорошо знакомо как критерии современного, эффективного урока. Таким образом, наши ученики хорошо понимают, что на уроке скучном, неинтересном, неэмоциональном, на котором можно ничего не делать, на котором нет взаимодействия педагога и детей, нет взаимопонимания, нельзя получить хорошие знания, нельзя развиваться как личности.

***4. Рефлексивный диалог “Личность учителя и формирование имиджа школы”***  
**Знаковой личностью школы является, конечно, же учитель. Его образ, духовное богатство и красота, эрудиция, профессиональное мастерство, искусство педагогического воздействие на развитие и становление социально успешной личности определяют качество гимназического образования. В соответствии с этим возрастает роль новых современных форм методической работы, которые обеспечивают непрерывность повышения квалификации педагогов. И здесь должны быть не только чисто методические формы работы (семинары, методические недели, заседания кафедр и МО), но и мероприятия общекультурного содержания, которые способствуют обогащению эмоционально-духовной сферы личности педагога. Учитель должен быть интересен для себя и своих учеников.**  
Имидж учителя чрезвычайно важен, так как он прямо или косвенно воздействует на учебную деятельность, на развитие личности и воспитание каждого ребенка и имеет большое значение для полноценности образовательного процесса. Ученики замечают в учителе буквально все: как он одет, как разговаривает, как ведет себя, какое у него настроение. Образ педагога должен воодушевлять. Учителю нужно стремиться быть интересной личностью, поскольку этот фактор определяет интерес к предмету. Имидж учителей создает имидж и учреждения образования в целом, он является мощным рекламным фактором и важнейшим фактором в формировании позитивного имиджа учреждения образования.  
Если говорить о нашем педагогическом коллективе, то, как сильные стороны можно выделить:  
– Высокий уровень профессиональной подготовки педагогов (100% педагогов имеют высшее образование);  
– Высокий уровень квалификации педагогов (54% педагогов имеют высшую и первую квалификационные категории);  
– Богатый педагогический опыт большинства членов коллектива (по стажу картина следующая: 62 % педагогов имеют педагогический стаж свыше 15 лет, средний педагогический стаж – 18 лет);  
– Средний возраст членов коллектива – 40 лет, т.е. большинство членов коллектива находятся в наиболее трудоспособном возрасте;  
– Большинство педагогов творчески и ответственно подходят к организации образовательного процесса, имеют стабильные позитивные результаты своей профессиональной деятельности;  
– Молодые специалисты, начинающие работу в гимназии, в своем большинстве являются хорошо подготовленными в теоретическом и методическом плане специалистами, ответственными, добросовестными и творческими педагогами;  
  
– **Формирование позитивного стиля взаимоотношений в коллективе;  
– Повышение уровня трудовой и исполнительской дисциплины;  
– Улучшение психологического климата в коллективе;  
– Совершенствование системы морального и материального стимулирования творчески работающих педагогов;  
– Популяризация передового опыта педагогов гимназии на уровне района, области и республики;  
– Организация инновационной деятельности;  
– Команда педагогов как единомышленников;**

**5. Усиление воспитательной функции образования**

Изменения, происходящие в обществе, определяют новые требования к образованию. Успешная самореализация личности, ее социализация в обществе, активная адаптация на рынке труда являются важнейшими задачами школы.

Усиление воспитательной функции образования (формирование гражданственности, трудолюбия, нравственности, уважения к правам и свободам человека, любви к Родине, семье, окружающей природе) рассматривается как одно из базовых направлений государственной политики в области образования.

Анализ современных условий жизнедеятельности обучающегося позволил выделить следующие проблемы в воспитании:

* Информационное социальное пространство, не имеющее четких внешних и внутренних границ.

Существование и усиление конфликта между характером присвоения ребенком знаний и ценностей в школе (системность, последовательность, традиционность, культуросообразность и т. д.) и вне школы (клиповость, хаотичность, размывание границ между культурой и антикультурой и т. д.).

* Недостаточное внимание родителей (законных представителей) обучающихся к проблемам их обучения и воспитания, нежелание определенной части родителей сотрудничать с педагогическим коллективом школы, поддерживать действия педагогов в отношении их детей. Школа и семья – это союзники, а не конкуренты. Они должны идти навстречу друг другу. Семья – воспитывает и учит. Школа – учит и воспитывает. Школе нужно понимать, что сегодня ребенок, педагог и родитель – это три субъекта, закреплённых в ФЗ Об Образовании», которые имеют равные права.
* Отсутствие системы обмена опытом в сфере гражданского воспитания обучающихся (изоляция детей от проблем, которыми живут взрослые, искажает их социализацию, нарушает процессы их взросления).
* Рост количества учащихся, состоящих на учёте в КДН (употребление алкоголя, самовольные уходы из дома, хулиганство, употребление наркотических средств, психотропных и одурманивающих веществ).

Существование этих и других проблем определенным образом затрудняет достижение желаемого уровня эффективности учебно-воспитательной деятельности школы. Для этого требуется разработка системы мер по формированию воспитательной компоненты.

* Как строить работу? Очень важно, чтобы всё имело пользу на выходе.
* 1. Не должно быть формального подхода ник чему, ни к кому!

Потому что мы прикасаемся к самому святому, к детям. И здесь не должно быть пауз, потому что воспитание- это непрерывный процесс.

Сегодня классный руководитель имеет больше возможностей общения с детьми: классный час, Разговоры о важном, Профориентационный час и часы внеурочной деятельности.

* выстраивание эффективной коммуникации через диалог, дискуссию, интерактивные задания для развития критического мышления, визуализированный контент, викторину, конкурс и т.д.)

Воспитание в школе – это не особая педагогическая деятельность, реализуемая в рамках отдельного учебного курса или мероприятия. Это вся школа, открытая для жизни и открывающая перед обучающимися настоящую Россию в ее историческом и духовном величии, широте социальных, культурных, экономических возможностей.

Сегодня, видя, как развивается внутренняя политика нашего государства, мы понимаем, насколько важно нам с вами передать каждому маленькому человечку понимание того. В какой стране он живёт, насколько могучая наша большая Россия, в какой уникальной, самой лучшей республике мы родились и живём. У нас есть своя самобытная культура, нас Всевышний наградил этой красивой природой: у нас есть горы, у нас есть море, у нас есть и намус, у нас есть и традиции. У нас есть много чего хорошего, на чём можно и нужно воспитывать наших детей.

Что мы должны делать?

Мы должны сделать всё возможное, чтобы наших детей никто, никуда не увёл, чтобы наши дети любили ту страну, в которой родились, чтобы они ценили те возможности, которые им даёт государство, чтобы они понимали с детства, что это всё, что тебя вокруг окружает- это всё надо любить, и эта любовь к тебе вернётся.

Воспитательный потенциал бренда образовательной организации раскрывается в процессе развития у обучающихся корпоративной («школьной») идентичности, формирования у детей доверия, уважения и привязанности к педагогам и к детско-взрослой общности. На примере нашей детской общественной образовательной организации, как бренд увеличивает силу воспитательного воздействия.

***Слово советнику по воспитанию Александре Евгеньевне о деятельности детского общественного объединения, которая сегодня является брендом нашей образовательной организации.***

**4. Выработка “Модели формирования позитивного имиджа школы”**  
Если речь идет об имидже как образе, то имеются в виду составляющие его модули. О них мы уже вели разговор. На данном этапе педагогического совета необходимо четко определить содержание каждого модуля, проанализировать его сильные и слабые стороны в нашей школе, а также определить направления деятельности нашего коллектива по реализации намеченного. Т. е. в ходе коллективной работы нам необходимо выработать функциональную модель формирования и развития позитивного имиджа нашей школы.  
И работать я предлагаю следующим образом: исходя из анализа деятельности школы, исходя из результатов анкетирования педагогов и родителей, мы будем предлагать какие модули должны составлять имидж нашей школы, что они в себя уже включают и что в них еще необходимо включить в будущем.  
**1.Модуль “Фирменный стиль”** *(на экран)*  
\* Герб школы,  
\* Гимн школы,  
\* Флаг школы,  
\* Визитка школы,  
***Необходимо:***  
\* Девиз школы  
\* Единая форма или элементы формы обучающихся,  
\* Значок (бейдж)

(обсуждение в группах и дополнение модуля)

**2.Модуль “Информационная среда школы”** *(на экран)*  
\* Школьный сайт,  
\* Школьная пресса,  
\* Летопись школы,  
\* Классные уголки,  
***Необходимо:***  
\* Во всех кабинетах оформить классные уголки в едином стиле с использованием символики школы,  
\* В школьной газете “Открытый урок” ввести рубрики: “Вести из класса”, “Проба пера”, “Интервью номера”, “Есть мнение”, “Связь поколений”; “Советы специалиста”;  
\* Организация “форума” на сайте;

(обсуждение в группах и дополнение модуля)

**3.Модуль “Образовательный процесс”** *(на экран)*  
\* Эффективный урок,  
\* Физико-математическое, химико-биологическое и филологическое направления на старшей ступени,  
\* Широкая сеть факультативных внеурочных занятий,  
\* Работа с одаренными и способными учащимися,  
\* Организация учебно-исследовательской работы с учащимися,  
\* Олимпиадное движение  
\* ***Необходимо:***  
\* Техническое оснащение учебных кабинетов,  
\* Современные средства обучения,  
\* Эффективное психолого-педагогическое сопровождение учащихся,

(обсуждение в группах и дополнение модуля)

**4.Модуль “Школьный бренд”** *(на экран)*  
\* Традиции школы,  
\* Театральный коллектив,  
\* Научное общество”  
\* Исследовательское общество младших школьников  
\* Патриотический клуб «Наследники Победы»,  
\* Детское общественное движение «Первые»,  
\* Совет школьников,

***Необходимо:***  
\* Расширить сеть школьных сообществ по интересам,  
\* Организовать работу Школы по подготовке к поступлению в школу,

(обсуждение в группах и дополнение модуля)

**5.Модуль “Педагоги школы”***(на экран)*  
\* Высокий уровень профессиональной подготовки педагогов,  
\* Высокий уровень квалификации педагогов,  
\* Богатый педагогический опыт большинства членов коллектива,  
\* Большинство педагогов творчески и ответственно подходят к организации образовательного процесса,  
\* Грамотные, креативные молодые специалисты,  
\* Система методической работы с педагогами,  
\* Рейтинговая оценка профессиональной деятельности педагогов,  
***Необходимо:***  
\* Кодекс чести учителя МБОУ «СОШ №1»,  
\* Формирование позитивного стиля взаимоотношений в коллективе,  
\* Повышение уровня трудовой и исполнительской дисциплины;  
\* Улучшение психологического климата в коллективе,  
\* Совершенствование системы морального и материального стимулирования творчески работающих педагогов,  
\* Популяризация передового опыта педагогов школы на уровне города, республики и российской Федерации,  
\* Организация инновационной деятельности,

(обсуждение в группах и дополнение модуля)

**6.Модуль “Ученики”** *(на экран)*  
\* Кодекс чести учеников,  
\* Высокий уровень знаний учащихся школы,  
\* Высокий уровень учебной мотивации у большинства учащихся,  
\* Достижения учащихся,  
\* Активное участие во внеурочных занятиях, мероприятиях,  
\* Здоровый образ жизни;  
***Необходимо:***  
\* Повышение уровня нравственной культуры,  
\* Улучшение психологического климата в классных коллективах,

(обсуждение в группах и дополнение модуля)

**7. Модуль “Партнерство”***(на экран)*  
\* Взаимодействие с родителями учащихся,  
\* Взаимодействие с городским отделом образования и общественными организациями,  
\*Сотрудничество со средствами массовой информации,  
\* Взаимодействие с другими учреждениями образования,  
\* Сотрудничество с объектами социокультурной среды школы,  
***Необходимо:***  
\* Активное вовлечение родителей в организацию образовательного процесса,  
\* Использование активных форм организации психолого-педагогического просвещения родителей,  
\* Организация эффективного сотрудничества с ВУЗами,  
\* Формирование позитивного стиля взаимоотношений с городским отделом образования,  
\* Привлечение спонсоров,  
\* Использование различных форм мероприятий по пропагандированию деятельности школы (пресс-конференции, публичные доклады, презентации, выставки, благотворительные акции, конференции, круглые столы, творческие отчеты)

(обсуждение в группах и дополнение модуля)

**Проект постановления педагогического совета:**  
1. Утвердить “Модель формирования и развития позитивного имиджа МБОУ «СОШ №1”;  
2. Разработать план мероприятий по реализации модели формирования и развития позитивного имиджа школы на 2024-2025 годы (ответственные: администрация, до сентября 2024 года);  
3. РАЗРАБОТАТЬ “Кодекса чести учителя МБОУ «СОШ №1»”;  
4. Разработать “Модель личности выпускника МБОУ «СОШ №1 ”;  
– Спасибо за сотрудничество!