

**Теоретико-практический  
семинар 29.11.2021**

**Гимназия Мэркэуць**

**«Эффективная школа.  
Имидж современного учителя.»**

**Подготовила: Житарь Марина  
Директор гимназии Мэркэуць**

# Этапы работы семинара-практикума



## 1. «Индукция» («наведение») «Давайте познакомимся».

создание эмоционального настроения, включение области чувств учителя,

- создание личного отношения к предмету обсуждения.

- Индуктор — слово, фраза, предмет, звук, рисунок и т. д. — всё, что может вызвать ассоциации, воспоминания, ощущения.

## 2. «Самоинструкция» — индивидуальное создание гипотезы, текста, рисунка, проекта.

## 3. «Социоконструкция» — построение этих элементов группой.

## 4. «Социализация» — всё, что сделано индивидуально, в паре, в группе, должно быть обнародовано, обсуждено, все мнения услышаны, все гипотезы рассмотрены.

## 5. «Афиширование» — вывешивание «произведений» — работ учителей и Мастера (текстов, рисунков, схем, проектов, решений) в аудитории и ознакомление с ними — все ходят, читают, обсуждают, зачитывают вслух.

## 6. «Разрыв» — внутреннее осознание участником мастерской неполноты или несоответствия своего старого знания новому, внутренний эмоциональный конфликт, подвигающий к углублению в проблему, к поиску ответов.

## 7. «Рефлексия» — отражение чувств, ощущений, возникших у учащихся в ходе мастерской.

*Мы знакомы с вами не один год.* Но сегодня я предлагаю вам познакомиться друг с другом необычным способом. Назовите свое имя так, как оно для вас наиболее приятно. Далее, скажите, пожалуйста, на какой возраст вы себя ощущаете и почему. Затем, назовите предмет, на который похоже сейчас ваше настроение.»

Как приятно нам было узнать друг о друге немного побольше.



Кто на себя глядит, свой видит лик.  
Кто видит лик свой – цену себе знает.  
Кто знает цену – строг к себе бывает.  
Кто строг к себе, тот истинно велик.

У.Шекспир

- Современные условия, в которых мы живем и трудимся, принципиально отличаются от тех, какие были раньше. А в новых условиях нам следует вести себя и жить по-другому, соразмерно иным моделям поведения.
- **Каждый из нас создает определённый образ – имидж. Что же это такое?**
- Имидж – совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом.
- «Имидж» - это слово, которое появилось в нашем языке в конце 80-х годов. В переводе с английского оно значит «образ». Причем под образом нужно понимать не только визуальный, зрительный (вид, облик), но и образ мышления, действий, поступков.



# «Самоинструкция»



- Так, психолог П.Берд пишет, что имидж – это «полная картинка о вас», которую вы представляете другим. Она включает то, как вы выглядите, говорите, одеваетесь, действуете; ваши умения, вашу осанку, позу и язык тела; ваши аксессуары, ваше окружение.
- В обыденном понимании слово имидж употребляется по отношению к человеку в двух смыслах: как внешний вид человека и как его репутация. На самом деле эти две грани образа слиты. Мы наблюдаем внешний вид, а оцениваем репутацию! Можно сказать, что имидж – это образ, включающий внутренние и внешние характеристики. Внешний облик. Старинная пословица гласит: “ Встречают по одежке, а провожают по уму”. Первые 20 секунд педагога внимательно оглядывают: обувь, прическу, отмечают манеру держаться, оценивают осанку, смотрят на лицо. Следующие 20 секунд оценивают умение говорить и слушать, затем определяют коммуникабельность и следят за жестами.
- Необходимо выработать свой стиль в одежде, поскольку мода переменчива, а стиль остаётся. Специалисты в области моды советуют носить то, что действительно украшает, то, в чём вы выглядите элегантно. **Элегантность** – это проявление хорошего вкуса. Одежда является своеобразной визитной карточкой.
- В одежде педагога не допускаются:
- слишком откровенные (декольтированные и обтягивающие фигуру) платья, блузки, юбки, брюки;
- мини и макси, открытый живот; слишком узкие или широкие брюки.



- Определение цветовой гаммы имиджа зависит от физиологического типа человека и видов выполняемых профессиональных задач. Для специалиста, работающего в учебном заведении желательно использовать стойкую цветовую гамму, создающую позитивные эмоции и не вызывающую излишнего возбуждения детей. Одежда, прическа, жесты, походка, мимика должны соответствовать той социальной роли, которую выполняет педагог.
- Чтобы успешно преодолеть данный этап, необходимо проанализировать особенности характера, темперамента, индивидуально-личностные характеристики, эмоционально-волевые качества интеллектуальные способности. Внутренний облик человека должен гармонично сочетаться с внешними проявлениями в одежде, манере поведения и т.д.
- На учителя смотрят внимательно... Образ учителя сохраняется в памяти в самых ярких внешних характеристиках. Примером тому могут служить воспоминания различных писателей и публицистов.

**Педагог, который занимается созданием собственного имиджа, не только лучше выглядит, но и лучше себя чувствует, более уверен, а в итоге и успешнее работает!**

«Я не помню его имени и отчества. Фамилию тоже не помню. А вот лицо, хотя и мало приметное, не забыл до сих пор...», - писал В. Астафьев.

Или в воспоминаниях М. Шагинян читаем: «Помню, был у нас армянин, учитель истории. Он был очень некрасив с виду, косматый, обросший, сутулый». Эти и многие другие воспоминания людей показывают, что образ учителя сохраняется в памяти в деталях его внешнего облика.

- Вербальные и невербальные средства общения – важные составляющие имиджа. Что и как мы говорим, умеем ли словом настроить человека на себя, какие жесты и позы при этом мы демонстрируем, что происходит с нашей мимикой, как мы сидим, стоим и ходим – всё это влияет на восприятие нас другими людьми.
- Педагог, взаимодействуя с учениками, должен соблюдать основные профессиональные требования к общению: быть приветливым, быстро запоминать имена учеников, показывать значимость каждого в классном коллективе.
- Речь педагога должна быть: грамотной; правильной; без употребления слов - паразитов; эмоционально насыщенной .



# ОБРАЗ педагога в глазах учеников

## Анкета «Идеальный педагог»

- 1. При первой встрече с педагогом, на что обращаете внимание?  
• \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- 2. Возраст идеального педагога должен быть? \_\_\_\_\_ лет.
- \_\_\_\_\_
- 3. Идеальный педагог должен обладать такими чертами характера, как \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- 4. Должен ли идеальный педагог заниматься спортом? \_\_\_\_\_
- 5. Какие увлечения (помимо работы) должны быть у педагога?  
(выдели нужное):
- Спорт;
- Кулинария;
- Танцы;
- Чтение книг;
- Современное кино;
- Владение компьютерной техникой;
- Шитьё, вязание (рукоделие);
- Что-то другое (укажи) \_\_\_\_\_.



# Chestionar „Profesor ideal”.

- 6. Считаете ли Вы, что педагог должен одеваться по последней моде? \_\_\_\_\_.
- 
- 7. В какой одежде вы бы хотели видеть педагога?
- (выдели нужное):
- Юбка, платье;
- Брюки;
- Джинсы;
- 8. Важно ли для Вас, какое настроение у педагога? \_\_\_\_\_

**РЕЗУЛЬТАТЫ : БЫЛО ОПРОШЕНО 57 УЧЕНИКОВ 3-9 КЛАССОВ**

**СОГЛАСНО ПОДВЕДЕННЫМ ИТОГАМ МОЖНО СДЕЛАТЬ ВЫВОД:  
ПОРТРЕТ УЧИТЕЛЯ ГИМНАЗИИ МЭРКЭУЦЬ**

Учащиеся гимназии предпочтение отдают *внешнему виду учителя, который должен быть добрым, отзывчивым, СПРАВЕДЛИВЫМ. занимающимся спортом, увлекающимся ЧТЕНИЕМ КНИГ, кулинарией ,а также быть всегда в хорошем настроении и одетым в брюки , блузон, и совсем не обязательно по моде. Возраст описанного учителя, по мнению БОЛЬШИНСТВА учеников ,должен быть от 25-40 лет.*



# Мать всех битв — начальная школа.

Эммануэль Макрон



Одна из грубейших ошибок считать, что педагогика является наукой о ребенке, а

# НЕ О ЧЕЛОВЕКЕ



# «Социоконструкция»

Для педагога – профессионала очень важен эффективный взаимовыгодный контакт с окружающим социумом. Определяющим фактором становится высокая самооценка и уверенность в себе, вера в доброжелательность окружающих, социальная и личная ответственность (понимание, что причина всего положительного и отрицательного в его жизни – он сам). Желание меняться и рисковать, гармонично сочетающееся со здоровым чувством самосохранения. Для педагога построение правильного гармоничного образа более важная задача, чем для специалистов других профессий, связанных с людьми. Поэтому, одно из составляющих имиджа педагога является комфортное ощущение себя в коллективе. Чтобы это узнать мы сейчас проведем небольшой опрос – **Анкетирование «Трудовая мотивация»**



# Игра «Единая команда»



- На улице вы неожиданно встречаете вашу коллегу, которая официально находится на больничном. Именно ее вы вынуждены «заменить». Но Вы находите ее в полном здравии. Что вы предпримете?
- *Защитные механизмы , эффект релаксации стереотипы восприятия и т.п.)*



# «Социализация»



# ПОМНИТЕ! Имидж образовательного учреждения определяется имиджем педагогов, работающих в нём.

- Внутренний образ – это, прежде всего культура учителя, личное обаяние, человеческая привлекательность, эмоциональность, интеллигентность, впечатление здорового и счастливого человека, позитивное настроение, уверенность в себе, оптимизм, развитое чувство юмора, активность, индивидуальный стиль деятельности и общения, ответственность и многие другие составляющие.
- Педагог, который занимается созданием собственного имиджа, не только лучше выглядит, но и лучше себя чувствует, более уверен, а в итоге и успешнее работает!
- «Влюбленный в детей и увлеченный своей работой педагог интуитивно и сознательно выбирает те модели поведения, которые наиболее адекватны к достоинству детей и их актуальным потребностям. Имидж такого педагога безупречен», — пишет В.М. Шепель.



# «Афиширование»

- Обсуждение , чтение, анализ заполненных анкет.
- Проблема внешнего представления школы существовала всегда, но в современных условиях она проявляется более отчетливо.
- К тому же **положительный имидж**, как правило, способствует повышению престижа, а следовательно, авторитета и влияния. Позитивный имидж является также важным фактором высокого рейтинга, что очень важно в насыщенной разнообразной информацией деятельности.
- формировать **положительный имидж** гимназии как необходимое условие поддержания конкуренции и увеличения числа обучающихся.



Проблема внешнего представления школы существовала всегда, но в современных условиях она проявляется более отчетливо.

Во-первых, это связано с процессами становления и развития различных типов и видов школ, и Во-вторых, обуславливается сокращением численности учащихся.

В-третьих, цель, содержание, результаты инновационных процессов, отдельных педагогических новшеств не всегда понятны родителям, а их ожидания, сформированные на основе общего представления об учебном заведении, не всегда соотносятся с тем, что они и их дети реально получают.

К тому же **положительный имидж**, как правило, способствует повышению престижа, а следовательно, авторитета и влияния. Позитивный имидж является также важным фактором высокого рейтинга, что очень важно в насыщенной разнообразной информацией деятельности.



# АНАЛИЗ ВНУТРЕННИХ И ВНЕШНИХ УСЛОВИЙ гимназии Мэркэуць (анализ SWOT)



- **Наши сильные стороны (Strengths):** -Стабильно устойчивое качество обученности учащихся , разнообразие форм обучения и воспитания. -Большой стаж квалифицированных учителей;60% с 2-й дидакт.степенью,возможность преподавания на двух языках.
- -Хорошее территориальное расположение школы (парк,стадион,центр села). - Положительная репутация( дисциплина и комфортные условия пребывания ребенка в школе.=Малокомплектность нашего учебного учреждения позволяет поддерживать связь с каждым участникомобразовательного процесса, своевременные предпринимать меры по «тревожным вопросам»-Школа обладает хорошей материально-технической базой для реализации образовательных программ.Постоянное участие педагогов на курсах по повышению квалификации ,а также связанных с реформами ,новшествами образовательного процесса.-Продвижение и пропагандирование национальных ценностей в ходе постоянного проведения и активного участия воспитательных,культурных мероприятий.-Предоставление услуг поддержки учащимся в соответствии с образовательными потребностями.

# Наша школа



- **Наши слабые стороны (Weaknesses):**- Низкая дисциплина определенной доли педагогического состава школы (16%) в вопросах ведения документации, обеспечения своевременной электронной (дистантной) связи с учащимися и родителями.-Сокращение педагогического состава, что приводит к перегрузке.-Демографическая проблема-маленькие классы.-Спорадическое участие родителей / законных представителей в школьных мероприятиях.- Введение нормативов финансирования, зависящего от количества учащихся ведет к нездоровой конкуренции между образовательными учреждениями ,сокращению штатов.-Слабый интерес участников образовательного процесса к проблемам и нуждам школы (местного органа управления,общественности в





# Какие мы?

**Возможности (Opportunities):**-Внедрение дистанционных форм обучения, совершенствование учебных комплексов для сохранения учебного заведения как потенциальной ценности.-Привлечение и участие в инвестиционных проектах для развития и достижений школы.

Реорганизация ,создание здоровье сберегающей среды школы; совершенствование работы в электронной системе (учитель-ученик-родитель).-Совершенствование системы дополнительного образования.- Дополнительное финансовое поощрение малокомплектных школ со стороны районного консилиума,государства.

**Угрозы(Threats)**- Снижение рождаемости. - Разработка новых законопроектов в сфере образования.-Недостаточное финансирование.-Ухудшение посещаемости школы, безответственность родителей.-Слабая мотивация достижений учителя. Проблемы с нехваткой педагогических и непедagogических кадров.

# Продвижение имиджа гимназии Мэркэуць



- **Планирование:**
- На этом этапе происходит разработка конкретных мероприятий, связанных с формированием имиджа. Условно их можно разделить на внутренние и внешние.  
*Внутренние:* повышение организационной (корпоративной) культуры. Сюда входит создание школьной символики, разработка дресс-кода (стандартов одежды), изменение качества взаимоотношений всех участников образовательного процесса, обучение этике деловых отношений и т.д. Важно помнить, что открытость и демократичность школы напрямую зависит от того, насколько привлекательно выглядит то, что вы собираетесь «открывать» для других.  
*Внешние:* трансляция целей и деятельности школы для внешних «потребителей» - родителей, социальных партнеров, СМИ. Это создание и регулярное пополнение сайта школы, акции, письменные и устные контакты, включая информирование через буклеты, памятки, листовки, рассылка благодарственных писем, участие в проектах, исследованиях, волонтерской деятельности - то есть во всех мероприятиях, имеющих широкий общественный резонанс

# Реализация

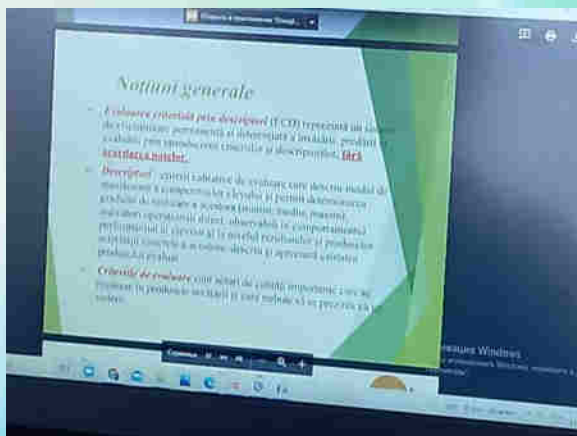


- Определение целевой аудитории.
- Планируя имиджевую работу, понимаем какую *целевую аудиторию* хотелось бы привлечь в союзники. Это в основном : ученики, родители, коллектив работников гимназии, социальные партнеры, СМИ. Следует отметить, что характер информации для разных целевых групп должен быть разным. Определившись в основных потребностях каждой целевой группы (что для нее самое важное в вашей деятельности?) необходимо ориентироваться именно на них.



# Проверка эффективности

- На этом этапе следует провести анализ соответствия полученного имиджа с желаемым результатом. Обязательным условием здесь является доведение итогов мониторинга до всех участников подобной деятельности. Между прочим, сама заинтересованность образовательного учреждения в обретении хорошей репутации, производит приятное впечатление на окружающих.
- Таким образом, конечным результатом, т.е., **целью формирования имиджа, является повышение конкурентоспособности образовательного учреждения.** А конкурентоспособность достигается сформированным отношением. Если то отношение, которое имеется у желаемых союзников, полностью устраивает, - можно считать, что цели достигнуты.



# «Рефлексия»



- Участники бросают друг другу в произвольном порядке мяч со словами:
- «Я учусь у тебя...» (называется приём, метод общения). Задача принявшего мяч, прежде всего, подтвердить высказанную мысль: «Да, у меня можно научиться...» или «Да, я могу научить...». Затем он бросает мячик другому участнику.



# Выводы



- Разрабатывая стратегию развития образовательного учреждения на основе SWOT-анализа, необходимо стремиться к тому, чтобы перевести "слабые стороны" и "возможности" в раздел "сильные стороны" и постараться по возможности скомпенсировать "угрозы", на которые образовательное учреждение не в состоянии повлиять, а может только каким-то образом к ним приспособиться. Преимущества и недостатки учебного заведения необходимо оценивать с позиции учащихся и их родителей, поскольку именно они являются потребителями образовательных услуг.
- **Сильный педагогический коллектив будет преимуществом только в том случае, если есть нужные результаты – успешно пройденные экзамены, а также созданы все условия для школы, дружелюбной ребенку.**



# ПРИТЧА «Три сита»

Один человек спросил у Сократа:

— Знаешь, что мне сказал о тебе твой друг?

— Подожди, — остановил его Сократ, — просей сначала то, что собираешься сказать, через три сита.

— Три сита?

— Прежде чем что-нибудь говорить, нужно это трижды просеять. Сначала через сито правды. Ты уверен, что это правда?

— Нет, я просто слышал это.

— Значит, ты не знаешь, это правда или нет. Тогда просеем через второе сито — сито доброты. Ты хочешь сказать о моем друге что-то хорошее?

— Нет, напротив.

— Значит, — продолжал Сократ, — ты собираешься сказать о нем что-то плохое, но даже не уверен в том, что это правда. Попробуем третье сито — сито пользы. Так ли уж необходимо мне услышать то, что ты хочешь рассказать?

— Нет, в этом нет необходимости.

— Итак, — заключил Сократ, — в том, что ты хочешь сказать, нет ни правды, ни доброты, ни пользы. Зачем тогда говорить? —

- 
- 
- Хочется пожелать вам, уважаемые педагоги, чтобы вы имели самый высокий имидж. Ведь мы работаем для того, чтобы нам было комфортно и удобно, а для этого мы должны быть педагогами с высокой буквы. **Успехов вам, коллеги!**
  - "Будьте заняты. Это самое дешевое лекарство на земле — и одно из самых эффективных."  
Дейл Карнеги



# Жизнь-главное чудо света...

