



## 2. Содержание проекта

| Цель проекта                                  | Обеспечение качества реализации основной образовательной программы дошкольного образования ДОО. Развитие приоритетных направлений деятельности ДОО. Формирование бренда ДОО. |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| Показатели проекта и их значения по годам     | Показатель   | Тип показателя<br>(основной,<br>аналитический) | Базовое значение на<br>начало реализации<br>проекта<br>2022 | Период, 3 года<br>2025  |
|   | 1. Количество МДОУ, реализующих одно приоритетное направление деятельности   | основной                                       | 32  | Все действующие ОО, реализующие программы дошкольного образования |
|   | 2. Количество МДОУ, реализующих два и более приоритетных направлений деятельности МДОУ   | основной                                       | 15  | 55  |
|   | 3. Количество участников, вовлеченных в проект   |  | МДОУ – 237,<br>МОУ (д/о) - 22                               | Все действующие ОО, реализующие программы дошкольного образования |
|   | 4. Количество участников проекта, сформировавших модуль части основной образовательной программы МДОУ (далее ООП) в соответствии с приоритетным направлением                 | основной                                       | 21  | Все действующие ОО, реализующие программы дошкольного образования |
|   | 5. Количество городских объединений МДОУ по приоритетным направлениям  | основной                                       | 0   | 15  |
|   | 6. Количество базовых МДОУ по приоритетным направлениям  | основной                                       | 0   | 15  |
|   | 7. Количество участников проекта, прошедших процедуру брендирования  | основной                                       | 0   | 35  |
|   | 8. Доля участников проекта, получивших бренд   | аналитический                                  | 0   | 0,15  |
| Результаты и требования к результатам проекта | 1. Сформированы модули в части основной образовательной программы ДОО, формируемой участниками образовательных отношений, по приоритетному направлению деятельности.         |  |   |   |

|   |  |
|---|--|
|   | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Сформирован перечень приоритетных направлений, выбранных всеми МДОУ города.</li> <li>3. Сформированы городские объединения МДОУ по приоритетным направлениям.</li> <li>4. Определены базовые площадки МДОУ во всех городских объединениях по приоритетным направлениям.</li> <li>5. Создана система наставничества (научного руководства) в городских объединениях.</li> <li>6. Организована практика профессиональных стажировок на базовых площадках МДОУ по приоритетным направлениям</li> <li>7. Сформирована система социального партнерства с организациями образовательной и научной сферы, способными объединить свои ресурсы для повышения результативности проекта.</li> <li>8. Создана мобильная система выявления, обобщения и распространения эффективного опыта управленческой и педагогической работы в образовательных организациях (интернет- площадка «Информационная карта»).</li> <li>9. Разработан интерактивный цифровой ресурс «От обычного к уникальности», обеспечивающий информационную, научно-педагогическую, методическую и экспертную поддержку педагогических и руководящих работников.</li> <li>10. Сформирован репозиторий лучших педагогических и управленческих практик по приоритетным направлениям.</li> <li>11. Сформирована процедура брендинга: выявлены ценности и миссия МДОУ с узнаваемым брендом, разработана концепция.</li> </ol>  |
| <p>Модель функционирования результатов и достижения показателей проекта</p> | <p>Разработка модели формирования муниципальной системы городских объединений МДОУ (кластеров) по приоритетным направлениям деятельности основана на необходимости осуществления системно-деятельностного подхода к организации и проведению диагностик профессиональных ресурсов образовательных организаций, претендующих на собственный бренд.</p> <p>Реализация проекта предполагает работу в следующих направлениях:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научно – методическое сопровождение деятельности МДОУ по повышению качества реализации основной образовательной программы в части, формируемой участниками образовательных отношений;</li> <li>- обеспечение информационной и консультативной помощи городским объединениям МДОУ по приоритетным направлениям деятельности;</li> <li>- определение уникальных особенностей каждого МДОУ и профессиональных возможностей претендентов на бренд.</li> </ul> <p>В рамках проекта применяются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитико- диагностический подход, т.е. выявление уникальных особенностей каждого МДОУ и профессиональных возможностей претендентов на бренд;</li> <li>- информационно- коммуникационный подход, т.е. обеспечение активного взаимодействия МДОУ в рамках городских объединений по типу кластеров, где входящие в них участники могут получить научно-методическое сопровождение инновационных проектов, различные виды стажировок, а также онлайн-сервисы;</li> </ul> |

- развивающий подход, т.е. в рамках обучающего этапа участники проекта реализуют программы развития;

- мотивационный подход, т.е. формирование внутренней готовности руководителей и педагогов к осознанному профессиональному выбору и построению уникального профессионального пути (бренда).

С целью регламентации работы с городскими объединениями МДОУ по приоритетным направлениям деятельности (кластерами) утверждается положение и порядок формирования и использования объединенных ресурсов (информационных, кадровых и т.п.).

В целях научно-методического сопровождения деятельности городских объединений МДОУ по приоритетным направлениям деятельности (кластеров) привлекаются научные кадры и городские профессиональные сообщества (ГПСП).

С целью информационного сопровождения используются сайты МБУ ДПО ЦРО, ГПСП и МДОУ (базовые площадки).

В целях регламентации деятельности по брендингованию утверждается положение (порядок) утверждения брендов МДОУ на уровне муниципальной системы.

С целью присвоения бренда образовательная организация заявляет о своей уникальности на основании явно выраженного преимущества в той или иной деятельности. Таким образом появляется отличие от других МДОУ; фирменный стиль помогает формировать доверие, узнаваемость и повышает авторитет МДОУ в родительской, общественной и профессиональной среде.

### 3. Ключевые риски и возможности

| № п/п              | Наименование риска/возможности   | Мероприятия по предупреждению риска/ реализации возможности                 |
|--------------------|--|---|
| <b>Риски</b>       |  |   |
| 1.                 | Отказ партнеров от сотрудничества  | – согласование и утверждение списка участников проекта с заказчиком проекта |
| 2.                 | Низкий уровень активности заявителей на присвоение бренда                        | – система информационно-мотивационного сопровождения проекта                |
| <b>Возможности</b> |  |   |
| 1.                 | Популяризация проекта  | – размещение информации на сайтах, выступления на методическом часе онлайн  |
| 2.                 | Новые информационные технологии, электронные ресурсы                             | – активное использование сайтов МБУ ДПО ЦРО, ГПСЦ, МДОУ                     |
| 3.                 | Создание конкурентоспособности ДОО с целью привлечения контингента воспитанников | – брендинг ДОО  |

### Описание проекта

|   |  |
|---|--|
| Связь с государственными программами Российской Федерации и Челябинской области | Государственная программа Российской Федерации "Развитие образования" С изменениями и дополнениями от: 22 февраля, 30 марта, 26 апреля, 11 сентября, 4 октября 2018 г., 22 января, 29 марта 2019 г. на 2018-2025 годы.<br>Государственная программа Челябинской области "Развитие образования в Челябинской области" на 2018-2025 годы.  |
| Взаимосвязь с другими проектами и программами                                   | Государственная программа Челябинской области «Развитие профессионального образования в Челябинской области» на 2018-2025 годы   |
| Формальные основания для инициации  | 1. Документы федерального уровня:<br>2. Указ Президента России от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».<br>3. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция); URL: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/</a> .<br>4. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 (ред. от 07.03.2018) «О занятости населения в Российской Федерации». Статья 9. Право граждан на консультацию, профессиональную ориентацию, содействие в переезде и переселении в другую местность для трудоустройства, психологическую поддержку, профессиональное обучение и |



дополнительное профессиональное образование, получение информации в органах службы занятости); URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_60/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/).

5. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 г. №1662-р (ред. от 10.02.2017) «Об утверждении Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»; URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_82134/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/).
6. Приказ Минобрнауки России от 17.10.2013 г. № 1155 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования»; URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_154637/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154637/).

*Документы регионального уровня:*

7. Постановление Правительства Челябинской области от 29.10.2014 г. №522-П «О государственной программе Челябинской области «Поддержка и развитие дошкольного образования в Челябинской области» на 2015 - 2025 годы»
8. Постановление Правительства Челябинской области от 29.12.2017 года № 756-П «О государственной программе Челябинской области «Развитие профессионального образования в Челябинской области» на 2018-2025 годы» (с изменениями на 22 мая 2018 года); URL: <http://docs.cntd.ru/document/446623256>.
9. Приказ Министерства образования и науки Челябинской области от 29.01.2021 г. № 01/249 «Об утверждении модели методической работы в системе образования Челябинской области на 2021-2022 годы»
10. Письмо Минобрнауки Челябинской области №9130 от 27 августа 2021 года О направлении информации об анализе результатов мониторинга качества дошкольного образования в 2021 году и адресные рекомендации по результатам анализа для ознакомления и дальнейшей работы <https://minobr74.ru/edu/preschool/actual>
11. Приказ Минобрнауки Челябинской области № 01/1498-1 на основании приказа №01/1498 от 25.05.2021 от 01 июня 2021 г. «Дорожная карта разработанная на основании приказа Министерства образования и науки Челябинской области № 01/1498 от 25.05.2021» <https://minobr74.ru/documents/doc/12134>
12. Приказ Минобрнауки Челябинской области от 06.04.2022 №01/695 «Об утверждении дорожной карты по повышению качества дошкольного образования на 2022-2024 годы»

*Документы муниципального уровня*

13. Приказ Комитета по делам образования города Челябинска от 10.09.2021 № 898-у Об утверждении модели методической экосистемы муниципального образования города Челябинска
14. Приказ Комитета по делам образования города Челябинска от 29.03.2021 г. № 525 «Об утверждении дорожной карты реализации модели методической работы в системе

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | <p>образования города Челябинска на 2021-2022 гг»</p> <p>15. Приказ Комитета по делам образования города Челябинска от 22.03.2021 г. № 478 «Об утверждении дорожной карты реализации региональной целевой модели наставничества в Челябинской области в муниципальных общеобразовательных организациях города Челябинска в 2021-2022 гг»</p> <p>16. Приказ Комитета по делам образования города Челябинска от 18.05.2022 №1104/1-у «Об утверждении дорожной карты по повышению качества дошкольного образования на 2022-2024 годы»</p> |
| Дополнительная информация | <p>17. Письмо Комитета по делам образования города Челябинска от 21.06.2022 № 04/5102 «Анализ результатов деятельности ДОУ в 2021-2022 гг.»</p> <p>18. Приказ МБУ ДПО ЦРО от 25.07.2022 № 43-ОД «Об утверждении итогов деятельности городских профессиональных сообществ педагогов и руководителей ДОО»</p>  |

Руководитель проекта



С.В.Мачинская

## ОБОСНОВАНИЕ проекта

### «От обычного к уникальности»

#### 1. Обоснование необходимости реализации проекта

Главной задачей государственной образовательной политики Российской Федерации в условиях модернизации системы образования является обеспечение современного качества образования, в том числе и дошкольного. Образовательную деятельность дошкольного образовательного учреждения регламентирует Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования, определяя требования к структуре основной образовательной программы, условиям и результатам её реализации. Следовательно, объектами управления и оценки качества образовательной деятельности дошкольного образовательного учреждения является непосредственно образовательная программа и условия её реализации. При этом, Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования оставляет образовательной организации свободное пространство для создания своего собственного «внутреннего» стандарта, учитывающего региональную и этнокультурную специфику, а также раскрывающего уникальность образовательной организации и особенности контингента обучающихся.

Вариативность дошкольного образования, появление новых видов дошкольных учреждений и организационных форм дошкольного образования, развитие сектора автономных некоммерческих организаций дошкольного образования и рост требовательности родителей к качеству дошкольного образования -- актуализируют задачу повышения конкурентоспособности учреждений, обуславливают интерес ученых и практиков к проблеме формирования корпоративной культуры и имиджа дошкольного учреждения. Имидж дошкольного образовательного учреждения -- эмоционально окрашенный образ учреждения, формируемый в общественном или индивидуальном сознании на основании заявлений и практических дел представителей дошкольного учреждения, призванный оказывать определенное психологическое влияние на конкретные группы социума -- родителей воспитанников, партнеров, спонсоров, вышестоящие организации, инспектирующие органы и пр. Позитивный, оригинальный, отвечающий требованиям времени имидж повышает конкурентоспособность дошкольного учреждения в образовательном пространстве.

В настоящее время проблемы репутации, общественного мнения о конкретном образовательном учреждении, и, следовательно, проблемы формирования и управления привлекательным образом детского сада становятся значимыми, получают все более широкий резонанс в сфере образования, в средствах массовой информации, на уровне межличностного общения педагогов, детей и их родителей. Интерес к ним обусловлен комплексом причин, и одна из них в том, что реформирование образовательной системы России повлекло за собой увеличение субъектов, заинтересованных в правильном и действенном формировании миссии организации, ее образа, общественного мнения. К ним в полной мере можно отнести и сферу образования.

Современный детский сад, отвечающий задачам современных социокультурных условий, не создается простым копированием других типов образовательных организаций, за счет повторения их форм и методов работы, так как каждый детский сад уникален, в смысле особенностей его условий: кадровых, материальных, географический и т.п. Новый тип дошкольной образовательной организации (ДОО), адекватный изменившейся ситуации, должен стоять на определенной научной платформе, выстраивать свою работу по заданным направлениям, подбирать людей под свои задачи, и, с этой точки зрения, «выращивать» свою образовательную среду и создавать



собственный менталитет, имидж, бренд.

Коллектив, создающий современный детский сад, должен отчетливо представлять, зачем и как он должен работать и насколько уникальным будет продукт его деятельности, чтобы понимать и оценивать значение своего нелегкого педагогического труда.

Совершенно очевидно, что начинать необходимо с серьезной научной концепции, учитывая внутренние особенности образовательного пространства, социокультурные нормы сознания и деятельности, определяющие тип современного человека, культурно-исторические нормы передачи образцов сознания и деятельности, законы возрастного развития детей.

Невозможно проектировать и создавать образовательное пространство без того, чтобы не опираться на накопленный серьезный опыт, реальные способы и средства передачи образцов от взрослого к ребенку, и, наконец, нельзя не считаться с существующими моделями образования и не учитывать современный международный опыт создания образовательных систем – существующих за рубежом наиболее авторитетных образовательных организаций, занимающих свое заслуженное место в системе образовательных институтов (важно, в частности, понять роль и значение этого опыта в организации образовательного пространства ДОО).

Качество же самой концепции определяется тем, насколько глубоко в ней указаны общие ограничения начинающегося дела, и каким путем само это дело может строиться. Главное же условие – степень понимания сути дела теми, кто его будет выполнять, осознание целей и задач исполнителями соответствующего проекта, то есть учеными, педагогами, воспитателями, родителями.

Под авторской концепцией понимается теоретически разработанный, отличный от принятого способ осуществления образовательной и воспитательной деятельности, позволяющий получить более высокие по сравнению с массовой практикой результаты.

Уникальный детский сад (основанный на авторских разработках, использовании отдельных педагогических технологий, новых методов и средств обучения и т. п.) ориентирован на культивирование и выращивание собственных разработок или освоение уже готовых педагогических технологий. Проблемы его деятельности связаны с отсутствием четких критериев, позволяющих судить о том, какие разработки и технологии могут быть использованы в новой ДОО, а какие нет, отсутствием целостности и системности в проработке содержательных основ создания бренда.

Концепция бренда подразумевает определение основных целей ДОО и ее миссии, построение нужного образа в сознании потребителей (родителей и детей), создание стиля коммуникации. Позиционирование ДОО начинается с концепции бренда. Концепция бренда направлена на формирование запоминающегося образа ДОО. Это крайне важно для построения прочных взаимоотношений с родителями, общественностью, профессиональным сообществом. Основа концепции бренда состоит из нескольких элементов. Именно они определяют главный месседж, а также образы, с которыми должна ассоциироваться ДОО.

Миссия. Отражает философию бренда. Сложность создания миссии заключается в том, что она должна оставаться актуальной после достижения краткосрочных и долгосрочных целей. Это своего рода курс бренда, которому он следует.

Название бренда. Когда есть миссия, можно приступать к неймингу. Важно, чтобы название было оригинальным, легко запоминалось и произносилось.

Слоган. Способствует построению нужного образа в сознании родителей, общественности, профессионального сообщества, формированию правильного ассоциативного ряда и отражает суть бренда в нескольких словах.

Визуальный стиль. Когда у ДОО есть миссия, название и слоган, у нее появляются те черты и характеристики, которые она хочет транслировать целевой аудитории. Визуальный стиль — это логотип, шрифты, колористика и другие элементы, необходимые для использования в социальных сетях, СМИ, мессенджерах и др.

Концепция бренда помогает сформировать образ ДОО, продумать ее атрибуты и организовать работу по позиционированию ДОО.

Она не ограничивается созданием нейминга и визуальных элементов. Концепция бренда — это трудоемкий процесс, который требует проведения исследований потребностей, анализа собранной информации, стратегического планирования и т.д.

## 2. Методика расчета показателей проекта

| № п/п | Наименование показателя   | Единица измерения | Временные характеристики показателя | Алгоритм формирования (формула) | Базовые показатели (используемые в формуле) | Метод сбора информации, индекс формы отчетности | Охват единиц совокупности | Ответственный за сбор данных |
|-------|---|-------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---|---|---------------------------|------------------------------|
| 1.    | Количество участников, вовлеченных в проект   | ДОО.              | ежегодно                            | $K_0$                           | Формируется на 1.10.2022                    | 1 - периодическая отчетность                    | сплошное                  | МБУ ДПО ЦРО                  |
| 2.    | Количество участников проекта, определивших одно приоритетное направление деятельности МДОУ   | ДОО               | ежегодно                            | $K_0$                           | Формируется на 1.10.2022                    | 1 - периодическая отчетность                    | сплошное                  | МБУ ДПО ЦРО                  |
| 3.    | Количество участников проекта, определивших два и более приоритетных направлений деятельности МДОУ  | ДОО               | ежегодно                            | $K_0$                           | Формируется на 1.10.2022                    | 1 - периодическая отчетность                    | сплошное                  | МБУ ДПО ЦРО                  |
| 4.    | Количество участников проекта, сформировавших модуль части основной образовательной программы МДОУ (далее ООП) в соответствии с приоритетным направлением | ДОО.              | ежегодно                            | $K_0$                           | Формируется на 1.10.2022                    | 1 - периодическая отчетность                    | сплошное                  | МБУ ДПО ЦРО                  |
| 5.    | Количество городских объединений МДОУ по приоритетным   | ГО.               | ежегодно                            | $K_0$                           | Формируется на 1.10.2023                    | 1 - периодическая отчетность                    | сплошное                  | МБУ ДПО ЦРО                  |

|    | направлениям   |      |          |   |                          |                              |          |             |
|----|--|------|----------|---|--------------------------|------------------------------|----------|-------------|
| 6. | Количество базовых МДОУ по приоритетным направлениям             | ДОО. | ежегодно | $K_0$   | Формируется на 1.10.2023 | 1 - периодическая отчетность | сплошное | МБУ ДПО ЦРО |
| 7. | Количество участников проекта, прошедших процедуру брендирования | ДОО  | ежегодно | $P7 = \frac{K_1}{K_0}$ , где $K_1$ – количество утвержденных, резервистов, из общего числа участников проекта $K_0$ | 2025                     | 1 - периодическая отчетность | сплошное | МБУ ДПО ЦРО |
| 8. | Доля участников проекта, получивших бренд                        | %    | ежегодно | $P8 = \frac{K_1}{K_0}$ , где $K_1$ – количество утвержденных, резервистов, из общего числа участников проекта $K_0$ | 2025                     | 1 - периодическая отчетность | сплошное | МБУ ДПО ЦРО |