

СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО		
в съответствие с изискванията на ISO 9001:2015		
ID ICO_079 BG	ДГ"Ран Босилек"	
Версия 01/ 30.09.2016	ПЛАН	Код в СУК: ОД_
Изменение от дата: първичен	„Имиджова и ПР-политика“	Лист: 1/4

УТВЪРДИЛ
ДИРЕКТОРЪТ

/Съ.Войчева/



План за изграждане на имиджова и ПР-политика В ДГ"Ран Босилек"

ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА

Връзките с обществеността в образованието са система от дейности, насочени към реализиране на сътрудничество и взаимноизгодни отношения между образователната институция и представителите на различни обществени групи, към провокиране и задържане на интереса към образователната институция и към осигуряване на обществен комфорт за образователната институция, чрез предаване на информация по различни канали преди всичко на безплатна основа. Крайната цел на такива комуникации са различните изгоди, които ще получи образователната институция.

ПОЛЗАТА ОТ УЧИЛИЩЕН ПР

Осигуряването на публичност и реализирането на взаимно социално влияние е един от най-значимите резултати от използването на връзките с обществеността. Важно следствие от прилагането на дейностите по връзки с обществеността в образователната институция е конкурентоспособността им на образователния пазар чрез подпомагане на училищните ръководства при създаването на нова пазарна или образователна политика, чрез реализиране на ефективна комуникация между образователната институция и нейната публика. Чрез осъществяването на дейности и конкретни форми на връзки с обществеността в образованието лесно могат да се наблюдават емоционалните реакции, социалните позиции и поведението вътре и извън образователната институция. По този начин се предотвратяват и дори е възможно да не се допускат конфликти, провокирани от публични интереси и персонални настроения.

Прозрачното и отговорно управление изисква постоянна комуникация с медиите, неправителствените организации и различните обществени групи. Никой няма да узнае за постиженията на детската градина, ако то самото не разкаже за тях, ако не ги направи публично достояние съзнателно и целенасочено. Недостатъчната комуникация с обществеността води до неосведоменост, която поражда апатия или неразбиране, а оттам и конфликти. Ако гражданите не знаят какво прави ДГ "Ран Босилек", едва ли ще подкрепят усилията и.

Чрез умело провеждана имиджова и ПР-политика детската градина може:

- да създава образа си пред другите структури на обществото и най-вече пред публиките, с които е свързано;
- да поражда интерес към нов тип услуги (програми, проекти, цялостни трансформации на начина си на работа и т.н.);
- да запазва популярността на действащи и известни на пазара на образователни услуги свои продукти;
- да измени образа си, който се е формирал вследствие на някаква конкретна ситуация, от неефективна предишна комуникация или от лошо предишно управление и действия в рамките на самата организация;
- да отговаря на въпроси на вътрешните и външните публики;
- да повиши организационната си култура като цяло;
- да осъществява лобиране в различни институции и организации и т.н.;
- да трансформира нагласите от към:

враждебност	симпатия
предубеденост	приемане
апатия	интерес
незнание	познание

Най-общо дейността на имиджова и ПР-политика детската градина ще е насочена в три направления:

1. Разясняване на задачите и целите на училището;
2. Поддържане на добро обществено мнение;

3. Корекция на погрешното впечатление в публичното пространство. Връзките с обществеността в образованието като специфичен маркетингов подход изискват системност, последователност и строга организация по отношение на тяхното използване.

ОБРАЗОВАТЕЛНАТА ИНСТИТУЦИЯ И НЕЙНИТЕ ПУБЛИКИ

Всяка образователна институция има свой образ в различните социални групи, с които има допир в дейността си. Това са т.нар. вътрешни и външни публики.

Вътрешна публика е всеки служител в детската градина, от огняра до директора и най-вече децата, които са отличен инструмент за връзка и манипулиране на външната публика. Всеки един от тях е изключително важен за организацията, както от гледна точка на осъществяването на основните ѝ цели и интереси, така и за изграждането на подходящ образ на организацията. Всеки, който работи в детската градина - с визията си, с поведението си, с отношението си гради нейния образ.

Външните публики - за детската градина неговите външни публики практически включват цялото общество, защото всеки е бил дете, ученик и е опознал системата отвътре, което впоследствие му дава основания да се счита за заинтересован като родител и/или член на гражданското общество. От комуникацията със служителите, от правилното представяне на целите, от ясното формулиране на инструкциите, от неформалното общуване в компанията зависи и внушението, което работещите в детската градина ще отправят към различните външни публики.

От общуването между вътрешните и външните публики се изгражда *общественото мнение*, което е динамична, променяща се съвкупност от мнения, становища, идеи.

РЕАЛИЗАЦИЯ НА ИМИДЖОВА И ПР-ПОЛИТИКА ДЕТСКАТА ГРАДИНА

Важни елементи на имиджова и ПР-политика са:

- формулиране на целите;
- анализ на отношението на публиката;
- изучаване на данните от анализа;
- използване на средства за разпространение на информация.

На основата на стратегическия план се разработват конкретните имиджови и ПР-политики, чиито основни функции са:

- осигуряване на добри връзки с обществеността, като се разпространява точна и навременна информация за политиките на детската градина, програми, процедури, постижения, решения, критични ситуации и спорни моменти;
- постоянна двупосочна позитивно ориентирана комуникация с вътрешни и най-вече с външни публики;
- връзки с медиите – съобщения за всички местни вестници, телевизии и радио, за да се получи медийно отразяване на новини от извършените дейности;
- разработване на бюджет за ПР и рекламни кампании и публикации;
- планиране на комуникации, разработване на програми за кризисна комуникация за достигане до различните публики, събиране на факти и правилна комуникация с медиите в условията на криза;
- оповестяване на постиженията на децата и учители;

ОБРАЗОВАТЕЛНАТА ИНСТИТУЦИЯ И МЕДИИТЕ

Директора и педагогическите специалисти, приели отговорността за връзка с обществеността, имат задача да ръководят и организират контактите и с журналистите – една от основните функции на училищния ПР. Те координират и управляват комуникационните потоци в две посоки: от организацията към медиите и от медиите

към организацията. От нуждите и възможностите на детската градина зависи дали ще има един отговорник или цяла комисия за работа с медиите, но е изключително важно да има някой в образователната институция, който да координира комуникациите на образователната институция.

Независимо дали образователната институция може да си позволи един служител или екип, отговарящ за връзките с обществеността, неговите задължения ще включват:

- поддържане на медиен интерес към образователната институция.
- бърза реакция при проявен интерес от страна на медиите към образователната институция. – отговори на въпроси; подаване на искана информация;
- осигуряване на визуални материали; съдействие за контакти с представители на образователната институция.;
- изпращане на послания към медиите – в зависимост от характера на съобщението се преценява по какъв начин и към какви медии да бъде отправено;
- организиране на брифинги и пресконференции, договаряне на интервюта и участия в предавания по електронните медии;
- излъчване на изявления и опровержения;
- непрекъснат анализ на информационната среда;
- следене и оценка на всички излъчвани и публикувани материали за образователната институция

Причини за общуване на ръководството на образователната институция с медиите:

- възможност да “поправим” общественото мнение за дейността на образователната институция.;
- възможност да променим отношението на обществото;
- възможност да мотивираме служителите в образователната институция.;
- възможност за самоизява.