Эссе на тему: **«Роль методиста в продвижении услуг муниципального учреждения дополнительного образования».**

**(Автор: Тяпкина Анна Павловна)**

В последние годы развитию социального партнёрства, внешних связей уделяется достаточно много внимания, т. к. это влияет на учебно-воспитательный процесс, интеграцию видов деятельности, на социализацию детей и подростков.

Для развития и продвижения услуг, предлагаемых «ЦВР», одним из пунктов является формирование социального партнерства.

Социальное партнёрство в определённой степени способствует формированию и развитию социальных компетенций учащихся, создаёт условия для социальных проб личности, способствует поиску новых способов, форм социального взаимодействия детей с миром взрослых.

Дополнительное образование не может ограничиваться рамками образовательного учреждения. Важными аспектами дополнительного образования являются: работа с семьей, оказание образовательных услуг, учет интересов детей и родителей при составлении образовательных программ усиление работы по месту жительства, тесное взаимодействие с семей, ближайшим социумом.

Внешние связи, партнерство устанавливают и развивают следующие службы ЦВР: администрация ЦВР, методическая служба, педагогический коллектив, обучающиеся.

Партнёрство, внешние связи реализуются через основные формы:

* договоры
* соглашения,
* консультации,
* мастер-классы,
* семинары,
* совместные проекты,
* планирование деятельности,
* разработка положений,
* проведение мероприятий (конкурсы, фестивали, акции, праздники, соревнования),
* организация приглашений и встреч,
* методическая, практическая и творческая помощь,
* совместная работа в комиссиях и жюри,
* привлечение к государственно-общественному управлению образовательной организации,
* совместное использование ресурсного потенциала,
* благотворительность, шефство и т.д.

СМИ оказывают помощь в рекламной кампании «ЦВР», что существенно повышает его имидж. В газетах освещаются массовые мероприятия Центра, на сайте показываются сюжеты о выставках, мероприятиях, конкурсах проводимых учреждением.

В ЦВР выстроена работа по взаимодействию с социальными партнерами: с учреждениями культуры, школами города, музеем города библиотеками, спортивными школами.

В результате взаимодействия Центра с другими учреждениями города на базах школ работают кружки; проходит подготовка школьных команд для участия в городских и районных конкурсах по художественной и технической направленностям, совместные мероприятия (концерты на «8 марта» для ветеранов педагогического труда города, новогодние представления, игровые программы и конкурсы для городских оздоровительных лагерей образовательных учреждений и т. д.); организация летних оздоровительных лагерей, питания в школьных столовых в каникулярный период и т. д. Центр использует учебные кабинеты, спортивные залы и площадки на основании договоров о совместной деятельности школ.

Примерный план работы по социальному партнерству «ЦВР»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип учреждения | Направления взаимодействия | Сроки |
| Дошкольные образовательные учреждения | Подготовка детей к школе, осуществление преемственности в образовании | в течение года |
| Средние специальные учебные заведения | Расширения образовательного пространства, организация профильного обучения и предпрофильной подготовки, подготовка к выбору профессионального пути, обогащение ресурсного обеспечения | в течение года |
| Спортивные школы | Обогащение кадрового потенциала за счет привлечения специалистов ДЮСШ, формирование навыков здорового образа жизни | в течение года |
| Музеи | Гражданско-патриотическое воспитание, развитие социально-культурной компетенции обучающихся, расширение знаний по истории родного города | в течение года |
| Учреждения культуры | Обогащение воспитательной среды, организация досуга, развитие социально-культурной компетенции, формирование нравственного опыта, сознания и культуры чувств обучающихся | в течение года |
| Епархиальное управление | Духовно-нравственное воспитание | в течение года |
| Общественные организации | Расширения образовательного пространства, развитие социально-культурной компетенции обучающихся, реализация социально-значимых инициатив, антинаркотическое образование, социальная адаптация, подготовка к жизненному выбору. | в течение года |
| Служба занятости | Подготовка к выбору жизненного и профессионального пути | в течение года |
| Спортивно-оздоровительные учреждения | Формирование здорового образа жизни, занятость обучающихся в дни каникул, обеспечение благоприятных условий для здорового развития детей | в течение года |
| Службы профилактики правонарушений и безнадзорности, противодействия употреблению алкоголя, наркотических и токсических веществ, социально-психологической помощи,  профилактики дорожно – транспортного травматизма | Профилактика безнадзорности и правонарушений обучающихся, профилактика дорожно – транспортного травматизма, защита прав детей, антинаркотическое воспитание, социальная адаптация, подготовка к жизненному выбору, социально-педагогическая поддержка «проблемных» обучающихся и семей | в течение года |
| СМИ | Помощь в рекламной кампании «ЦВР», повышение его имиджа. В газетах освещаются массовые мероприятия Центра, на сайте показываются сюжеты о выставках, мероприятиях, конкурсах, проводимых учреждением. | в течение года |

Для успешного продвижения услуг «ЦВР» необходимо провести **маркетинговое исследование**.

Возникновение и развитие рынка образовательных услуг, формирование эффективной образовательной системы поставили перед «ЦВР» ряд проблем, обусловленных необходимостью его адаптации к конкретным условиям рыночных отношений. Неоспоримым маркетинговым преимуществом образовательного учреждения в глазах потребителей является профессиональная компетентность педагогов.

Очень важно повышение профессиональной компетенции педагогического состава «ЦВР», пересмотр кадровой политики с точки зрения маркетингового подхода способствует благоприятной для учреждения тенденции роста качества оказываемых образовательных услуг.

Обобщенным показателем профессиональной компетентности педагога является совокупность систематизированных знаний, умений, навыков, взглядов, убеждений, определяющих способность педагога к эффективному решению педагогических задач.

«ЦВР» должно предлагать образование, соответствующее пожеланиям и потребностям потенциальных клиентов учреждения дополнительного образования детей. Следовательно, жизненно важно, чтобы учреждение чутко отзывалось на постоянно меняющиеся их пожелания и интересы. Учреждение, которому не удается заметить изменения во внешнем окружении, рискует утратить позиции на рынке услуг.

Если сегодня проанализировать результаты опроса родителей, выявляется запрос по расширения диапазона и качества образовательных услуг для старшеклассников. В сфере воспитания ожидания родителей связаны с развитием у детей нравственных качеств (организованности, трудолюбия, культуры общения, самостоятельности, ответственности).

Анализ потребностей, с которыми дети пришли в коллективы, показал, что у них ярко выражено: желание узнать что-то новое, интересное, провести свободное время с пользой, узнать о том, что не изучают в школе, надежда найти новых друзей, самоутвердиться и на то, что занятия в коллективе помогут в будущем приобрести интересную профессию.

Изучение мнения педагогов о проблемах и перспективах развития учреждения также влияет на формирование социального заказа. Педагоги считают, что только обновление материально-технической базы позволит успешно реализовывать в образовательной практике современные технологии. Также педагоги считают, что расширение партнерских отношений с учреждениями образования и культуры будет способствовать развитию новых форм дополнительного образования и повышению его качества.

Можно выявить ряд следующих проблем при продвижении услуг «ЦВР»

**проблемы**:

* отсутствие образовательных программ нового типа (модульных, сквозных, разноуровневых, сетевых, с применением дистанционного обучения, интегрированных образовательных программ на основе преемственности содержания основного и дополнительного образования),
* недостаточное количество профессионально-ориентированных программ,
* старение кадров,
* недостаточный уровень профессиональной компетентности педагогов для перехода учреждения в режим инновационного развития,
* отсутствие нормативно-правовой базы, регламентирующей сотрудничество с образовательными учреждениями;
* отсутствие интегрированных образовательных программ с образовательными учреждениями – социальными партнерами,
* недостаточность диапазона и качества образовательных услуг для старшеклассников,
* недостаток финансирования для повышения компетентности педагогических работников и модернизации материально-технической базы Центра.

**Поэтому основными направлениями деятельности методической службы «ЦВР»** продиктованы современной ситуацией в образовании:

1. Совершенствование педагогической деятельности (оказание организационно- методической и технической помощи педагогу в обучении и воспитании детей).
2. Обновление программного обеспечения образовательного процесса (изменение содержания дополнительного образования).
3. Внедрение в практику учреждения научных исследований и достижений передового педагогического опыта, пристальное внимание к научной и теоретической компетентности педагога.
4. Организация работы по повышению квалификации педагогических работников учреждения дополнительного образования.
5. Руководство методической работой творческих групп педагогов.
6. Ознакомление педагогических работников с достижениями педагогической науки и практики.
7. Изучение уровня профессиональной подготовки педагогов, их профессиональных потребностей и проблем.
8. Оказание помощи образовательным учреждениям (школам, детским садам, клубам по месту жительства и др.) в организации дополнительного образования.
9. Проведение различных семинаров, совещаний, конференций, конкурсов, диспутов и т.п.

Деятельность методической службы также должна быть направлена на разработку и внедрение нового содержания образования, на совершенствование деятельности педагога, повышение его профессионального мастерства.

Я считаю, что методическая работа, работа методиста и педагогического коллектива напрямую связаны и влияют на продвижение услуг, предлагаемых любым учреждением дополнительного образования. Так как качество образовательных услуг во многом зависят именно от них.