

ИННОВАЦИОННЫЕ ПЛОЩАДКИ

*В.А. Ивлиева***ИМИДЖ ВСЕРОССИЙСКОГО ДЕТСКОГО ЦЕНТРА «ОРЛЕНОК»**

говоря об имидже Всероссийского детского центра «Орленок», можно предположить, что на сегодняшний момент он находится в конце второго этапа формирования имиджа. О наступлении «золотого века» говорить еще рано, а об устойчивом месте в определенной нише рынка можно сказать с полной уверенностью. Причем на втором этапе «второго поколения». Ибо лет 20 назад Центр достигал кульминации, но 90-е годы сказались на «Орленке» не в лучшую сторону. Новому руководству пришлось поднимать «Орленок» на ноги практически с нуля. Начало нового века показывает, что Центр начал активно процветать.

Сегодня деятельность каждого отдела «Орленка» направлена на то, чтобы о Центре заговорили, причем заговорили с хорошей стороны. Создаются новые отделы (из вновь созданных - управление по работе с персоналом, дирекция морских программ), идет строгий подбор сотрудников. Говорится о создании новых направлений. Разрабатываются новые методики. Открыты Представительства в г. Москве, Краснодаре, Новороссийске. «Орленок» активно продолжает взаимодействовать с регионами. Путевки в Центр пользуются большим спросом. Сюда приезжают специалисты, чтобы перенять опыт, поделиться своим. Активно используется товарный знак, логотип Всероссийского детского центра «Орленок». «Орленок» принимает активное участие в общественной жизни страны: участвует в Форумах, слетах, в различных международных и российских выставках, форумах, ярмарках. Ведется работа с центральными и краевыми средствами массовой информации. Налажена постоянная связь (прямая и обратная) с клиентами — рассылка поздравлений с праздниками, Днями Рождениями. «Орленок» и его деятельность рекламируется на страницах ведущих рекламных журналов и газет. Обновляется рекламная продукция. Создано собственное телевидение «Орленок-ТВ» (сюжеты которого выходят в эфир на краевых и центральных телеканалах), выпускается еженедельная газета для сотрудников «Всем вместе». Мальчишки и девочки под руководством профессионала выпускают собственную газету «Салют, Орленок!». Создан свой сайт www.orlyonok.ru.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что «Орленок» выходит на новый уровень. Это подтверждает и приезд в сентябре 2003 года Президента России В.В. Путина.

Внутренний имидж также активно поддерживается. Ведется кадровая политика внутри коллектива. Существует база данных реальных и потенциальных клиентов. Есть общий стиль организации, который со временем, как мы считаем, нужно немного доработать. Существует отличительная форма, знаки. Традиции и законы, мифы и легенды, которые отличают только «Орленок», язык организации (сотрудников «Орленка» можно легко отличить по одной единственной фразе «Добрый день!»). Чтобы молодой педагог постепенно вошел в понимание своей деятельности (другими словами, чтобы «влился в струю») ведется подготовка в школе педагогических работников.

Как и в любой организации, и в «Орленке» не обходится без проблем. Для привлечения молодых кадров необходимо решить жилищный вопрос. Многие орлятские традиции устарели или сошли «на нет». Необходимо внедрить новые традиции и укрепить их для поддержания корпоративного духа.

Для создания положительного имиджа «Орленка» важно и само отношение к нему сотрудников. Нужно понимать всем сотрудникам Центра, что за имидж организации отвечает каждый. Манера поведения, умение общаться, одеваться, то есть обладать всеми

основами деловой этики.

Немаловажную роль играет благоприятная атмосфера внутри коллектива. В противном случае, непонимание приведет к негативному образу сначала на внутреннем уровне, потом на внешнем. Необходимо понимать, что личное отношение к человеку и работу нужно ставить на разные позиции.

Говорить об имидже федерального Центра можно много. Мы отметили только несколько позиций, на наш взгляд являющиеся одними из основных.

© Ивлиева В.А., 2005

А.С. Завражнов

ОПТИМИЗАЦИЯ ВНУТРИКОМАНДНОЙ РАБОТЫ И ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОТНОШЕНИЙ В УЧРЕЖДЕНИЯХ СИСТЕМЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

«Оптимизация управления школой» — выбор (если есть готовые варианты) или конструирование (если их нет) такой системы мер, которая, будучи примененной в условиях конкретной школы, так преобразовала бы структуру и процесс управления, чтобы достигались не любые, не просто лучшие чем прежде, а максимально возможные конечные результаты деятельности школы при рациональных (в пределе — при нормативных и даже минимально необходимых) затратах времени на управленческую деятельность» (*«Словарь по управлению» Н.Новгород, 1997*).

ля действующих руководителей, стремящихся совершенствовать свою деятельность, на первый план выступают проблемы, обусловленные необходимостью взаимодействовать с другими людьми, а не с неумением осуществлять основные функции управления. Вопрос «Как управлять?» редуцируется в их сознании чаще всего в вопрос, как заставить других действовать таким образом, который представляется им рациональным в данных обстоятельствах.

Взаимодействие с другими членами организации, будь то исполнители или коллеги того же должностного уровня, по своей сути является средством процесса управления [1].

Понятия «управленческая группа», «управленческий коллектив», «управленческая команда» в учебных пособиях (в частности в используемой нами в данной статье работе Т.С. Кабаченко «Психология управления») разведены не четко. Поэтому «группа» используется как понятие общее. Основным параметром «коллектива», наряду с традиционными, предполагается зависимость отношений в нем от общественной значимости групповой деятельности. И, поскольку, речь пойдет о «внутриорганизационной управленческой деятельности», определяющим становится термин «команда», т. е. группа, которая решает задачи субъекта ее формирования (руководителя, организации, учреждения), и в которой каждый участник является специалистом по образованию, профессионализму, опытом и должности на своем участке управленческой деятельности.

Однако *некоторые* положения теории управления не всегда совпадают с практическими ситуациями. В частности, речь идет о новом (и имеющем тенденцию к развитию) типе учреждений дополнительного образования детей. «Новизна» этих учреждений, разумеется, относительна. Больше подошел бы термин «специфичность», поскольку учреждениями дополнительного образования они являются по содержанию деятельности, а по организационно-правовому статусу — это дополнительные структуры во «взрослых» и «семейных» пансионатах, базах отдыха и оздоровления. Как правило, они не имеют