

СОГЛАСОВАНО:  
Начальник Управления образования Администрации ЛГО  
\_\_\_\_\_ Л.Е. Степанова

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор МБДОУ «Детский сад № 11»  
\_\_\_\_\_ И.Л. Васильевых  
Приказ № 7 от 29.01.2024 г.

**Паспорт проекта «Оптимизация процесса разработки и продвижения бренда детского сада»**

**Вовлечённые лица в рамки проекта**

**Заказчик проекта:** директор  
**Границы проекта:** 15 января – 16 сентября  
**Руководитель проекта:** директор  
**Команда проекта:** заместитель директора по МР, старшие воспитатели, социальный педагог (прошла КПК по брендингу), педагоги.

**Основание выбора проекта**

1. Большая конкуренция среди детских садов города в связи с уменьшением количества детей и наличием свободных мест.
2. Необходимость в повышении конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.
3. Трудоемкость процесса разработки и формирования бренда.
4. Большие временные затраты на разработку и формирования бренда детского сада.
5. Высокие издержки на создание и первоначальное продвижение;

**Ключевой риск:** снижение количества воспитанников

**Цели и плановый эффект**

**Цель:** сокращение временных затрат и минимизация материальных издержек на разработку и формирование бренда детского сада, выгодно и значимо отличающего детский сад от других ДОО.

**Задачи:**

1. Изучить опыт разработки бренда другими ОО.
2. Проанализировать процесс разработки и формирования бренда с точки зрения временных затрат;
3. Составить оптимальный план мероприятий по разработке и формированию бренда.

| Наименование цели                 | Текущий показатель | Целевой показатель |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|
| Разработка бренда                 | 3 мес.             | 1 мес.             |
| Формирование бренда               | 1 год              | 8 мес.             |
| Минимизация материальных издержек | 100%               | 50%                |

**Эффекты:**

- ✓ Сокращение временных затрат и минимизация материальных издержек на разработку бренда на 50%
- ✓ Увеличение притока воспитанников на 30%
- ✓ Стабильная посещаемость 85% (установка учредителя)

**Ключевые события и сроки**

1. Начало проекта – 15 января 2024.
2. Анализ текущей ситуации, картирование процесса 15.01.2024-21.02.2024.
3. Выявление проблем, определение первопричин, формирование предложений по их решению, оценка рисков реализации – 22.01.2024 - 26.01.2024.
4. Разработка карты целевого состояния процесса 16.02-20.02.24.
5. Разработка «дорожной карты» реализации проекта 29.01. – 31.01.2024
6. Kick-off – защита «дорожной карты» проекта – 01.02.24.
7. Реализация предложений – 02.02.24 - 23.08.24.
8. Мониторинг результатов – к 01.09.24.
9. Закрытие проекта – 16.09.24.

## План мероприятий

| Проблемы                                         | Задачи                                                                                                | Сроки          | Мероприятия                                                                                             | Ответственный                                 | Ожидаемый результат/продукт                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Отсутствие опыта по созданию бренда.          | 1.1. Изучение процесса создания и развития бренда.                                                    | 01-15 февраля  | Обучение специалиста на КПК по брендингу ОО                                                             | Заместитель директора по МР<br>Татаурова Л.Н. | Обученный специалист                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                  |                                                                                                       | 01.-20 февраля | Изучение и анализ опыта других ОО.                                                                      | Администрация                                 | Приобретение и систематизация знаний о брендинге                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2. Высокие временные затраты на создание бренда. | 2.1. Составить план действий по разработке и формированию бренда с чётким распределением обязанностей | 20-29 февраля  | Проведение опросов педагогов и родителей. с использованием социальных сетей. Анализ миссии организации. | Администрация, педагоги                       | Определение приоритетных направлений деятельности детского сада                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                  |                                                                                                       | 1-5 марта      | Определение желаемого состояния бренда (качеств, конкурентных преимуществ)                              | Директор.<br>Основная рабочая группа          | Приказ о создании рабочей группы<br>Разработанная концепция бренда детского сада (чек-лист):<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• идея бренда</li> <li>• название</li> <li>• слоган;</li> <li>• герой, ставший лицом детского сада;</li> <li>• логотип, эмблема;</li> <li>• фирменный стиль – цвета.</li> <li>• графика, визуальные элементы:</li> </ul> - оформление сайта,<br>- оформление странички официальной группы Вк,<br>- бланки грамот, благодарственных писем,<br>- оформление |

|  |  |             |                                                                                                                     |                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|--|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |             |                                                                                                                     |                                       | <p>информационных стендов, вывесок,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• фирменный стиль в одежде для детей и взрослых:</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- одежда для официальных мероприятий</li> <li>- одежда для спортивных мероприятий</li> <li>- одежда для творческих выступлений</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• корпоративная коммуникация:</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общесадовские события;</li> <li>- мероприятия для работников;</li> <li>- мероприятия для детей</li> <li>- правила поведения и корпоративная культура;</li> </ul> |
|  |  | 5-6 марта   | Распределение заинтересованных сотрудников на творческие группы                                                     | Директор, заместитель директора по МР | <p>Приказ по созданию Творческих групп по направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• графика, визуальные элементы</li> <li>• фирменный стиль в одежде</li> <li>• корпоративная коммуникация</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  |  | 6-7 марта   | Составление персонифицированного технического задания с указанием конкретных задач для участников творческих групп. | Директор, заместитель директора по МР | Персонифицированное техническое задание для участников творческих групп.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|  |  | 10-27 марта | Выполнение технического задания участниками творческих групп                                                        | Участники ТГ                          | Создание творческих и дизайнерских продуктов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                                                                           |                                                                                                                     |                         |                                                                                                                                         |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                           | 2.2. Внедрение бренда                                                                                               | 27 марта                | Выступление руководителя ТГ на педагогическом совете, презентация идей и разработок, их обсуждение. Проведение электронного голосования | Заместитель директора по МР, руководители ТГ.             | Выбор и утверждение предложенных вариантов творческих продуктов:<br>- графическое и визуальное оформление сайта, страницы в ВК, стендов, бланков грамот и благодарственных писем;<br>- цвет и модели корпоративной формы для мероприятий различной направленности;<br>- идеи по формированию корпоративной культуры. |
| 3.Кадровый дефицит (отсутствие ставок, художника, кастелянши, системного администратора). | 3.1. Выявить потенциал сотрудников для выполнения дополнительных обязанностей.<br>3.2. Продумать систему поощрения. | 01.04.2024 - 31.08.2024 | Возложение дополнительных обязанностей на сотрудников, их материальное поощрение за счёт премиальных и стимулирующих выплат.            | Директор. Комиссия по распределению стимулирующих выплат. | Материальное воплощение утверждённых творческих продуктов:<br>- корпоративная форма<br>- стенды<br>- оформление помещений                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                         |                                                       |                         |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                            |                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 4.Высокие материальные издержки на создание и первоначальное продвижение (отсутствие статей в бюджете на создание и продвижение бренда) | 4.1. Привлечь дополнительные источники финансирования | 01.04.2024 - 31.08.2024 | Привлечение внебюджетных средств за счёт доп. образовательных услуг и спонсорской помощи. Премияльные выплаты сотрудникам, выполняющим работу, не связанную с должностной инструкцией (пошив, корпоративной формы, оформление помещений). | Директор. Заместитель директора по АХР. Главный бухгалтер. | Сокращение материальных издержек за счёт привлечения дополнительных источников. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|

ЕЖИ:

- отсутствие опыта по разработке и внедрению бренда,
- высокие временные затраты на разработку бренда ввиду большого количества составляющих характеристик, которые включает в себя понятие «бренд»,
- отсутствие бюджетных средств на создание и внедрение бренда,
- кадровый дефицит (отсутствие ставок: художника, кастелянши, системного администратора и т.п.).