

Муниципальное бюджетное общеобразовательное
учреждение города Новосибирска
«Гимназия № 3 в Академгородке»



СТАНДАРТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Система менеджмента качества

Маркетинг и связь с потребителями

Утвержден и введен в действие
приказом № 1 от 27.06.2013 г.
Введён впервые

Содержание

Предисловие.....	3
1. Область применения	4
2. Нормативные ссылки.....	4
3. Термины, определения и сокращения.....	4
4. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	5
5. Классификация потребителей для системы образования	7
6. Ориентация на потребителя как один из принципов СМК	8
7. Влияние на общество	10
8. Ответственность	11
9. Критерии результативности процесса	13
10. Библиография	14
<i>Приложение 1</i>	15
<i>Приложение 2</i>	16
<i>Приложение 3</i>	18
Лист регистрации изменений	19
Лист подписей для согласования.....	20

Предисловие

1. **Разработан и внесен группой** качества МБОУ гимназии № 3 в Академгородке.
2. **Утвержден и введен в действие** приказом директора № 1 от 27.06.2013 г.
3. **Введен впервые.**
4. **Пересмотр** стандарта организации – по мере необходимости.
5. Разработка, согласование, утверждение, издание (тиражирование), обновление (изменение или пересмотр) и отмена настоящего стандарта производится разработчиками СТО.
6. Настоящий стандарт является интеллектуальной собственностью МБОУ гимназии № 3 в Академгородке.

СТАНДАРТ ОРГАНИЗАЦИИ
Системы менеджмента качества
МАРКЕТИНГ И СВЯЗЬ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Дата введения 27.06.2013

1. Область применения

1.1. Настоящий стандарт определяет подходы к установлению требований потребителей и анализу этих требований, методы изучения удовлетворенности потребителей образовательной услуги, эффективные меры по поддержанию связей с потребителями, к организации маркетинговой деятельности.

1.2. Данный стандарт устанавливает требования к процессу управления организацией включающий разработку СМК, внедрение, документирование и поддержание ее в рабочем состоянии, а также ответственность высшего руководства.

1.3. Положения настоящего стандарта распространяются на деятельность всех структурных подразделений муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения города Новосибирска «Гимназия № 3 в Академгородке»

1.4. Пересмотр СТО по мере необходимости.

2. Нормативные ссылки

- Федеральный закон «Об образовании в РФ».
- ISO 9000-2008 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.
- ISO 9001-2008 Системы менеджмента качества. Требования.

3. Термины, определения и сокращения

Высшее руководство – лицо или группа лиц, осуществляющих руководство и управление организацией на высшем уровне.

Информация – это данные о процессе или событии приведенные в систему, исходя из поставленных целей и задач. Целью контроля является сбор *информации* о состоянии управляемого объекта и об изменениях, которые происходят с ним в результате управленческого воздействия.

Маркетинг – это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и групп по средствам создания и предложения, обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими.

Обозначения и сокращения

ОО – образовательная организация

ОУ – образовательное учреждение

ВР – воспитательная работа

НМР – научно-методическая работа

УВР – учебно-воспитательная работа.

4. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг

4.1. Необходимость разработки данного направления работы продиктована несколькими причинами: во-первых, изменениями социально-экономического устройства российского общества, утверждающимися рыночными отношениями, которые во многом сегодня, если не во всем, определяют новые подходы к образованию и его субъектам; во-вторых, потребностью лица быть активным участником рынка образовательных услуг среди статусных образовательных учреждений.

Цель маркетинговой деятельности - создание жизнеспособного и конкурентоспособного образовательного пространства для потребителей школы.

Задачи:

- ✓ выявить основные потребительские предпочтения на рынке образовательных услуг и рынке труда и степень удовлетворенности потребителей предоставляемой образовательной услугой ОУ;
- ✓ совершенствовать имеющиеся образовательные программы и разработать программы дополнительных услуг;
- ✓ организовать рекламу образовательной деятельности лица, работающего в инновационном режиме;
- ✓ скорректировать имидж школы на основе проведения PR-акций (связь с СМИ, выпуск брошюр, публичное проведение открытых занятий, разработка фирменного стиля и пр.);
- ✓ организовать поиск партнеров для оказания общественной поддержки деятельности ОО.

4.2. Маркетинговая деятельность базируется на двух типах маркетинга:

- ✓ маркетинг, ориентированный на образовательную услугу (деятельность лица нацелена на создание новых образовательных услуг или усовершенствование имеющихся);
- ✓ маркетинг, ориентированный на потребителя (деятельность лица нацелена на удовлетворение потребностей, исходящих от рынка, обуславливает изучение рыночной «ниши»).

Такой подход позволяет выделить четыре направления деятельности:

- ✓ менеджмент процесса маркетинговых исследований;
- ✓ изучение внутренней среды ОУ;
- ✓ изучение внешней среды;
- ✓ работа по созданию привлекательного имиджа ОУ.

Менеджмент процесса маркетинговых исследований включает следующее: разработку политики процесса; назначение владельца и администратора процесса; планирование проведения маркетинговых исследований; анализ полученных результатов, измерения и коррекцию.

Изучение внутренней среды ОУ проводится по наиболее важным направлениям деятельности: изучение удовлетворенности всех участников образовательного процесса (учащихся, родителей, педагогов, выпускников); востребованность выпускников нашего ОУ (% поступивших в высшие учебные заведения, % поступивших на бюджет, %); изучение причин оттока учащихся из ОУ (% оттока по причине неудовлетворенности образовательной услугой); мониторинг численности обучающихся (% соотношения количества обучающихся к максимально возможному); мониторинг общественного мнения о школе (% положительных отзывов по отношению к отрицательным); мониторинг сменяемости кадрового состава (стабильность, отсутствие отрицательной динамики); мониторинг конфликтных ситуаций между участниками образовательного процесса (% положительного разрешения конфликтных ситуаций внутри ОУ, скорость реагирования на неудовлетворенность).

7. Структурная схема взаимодействия и партнерства МБОУ гимназии № 3 в Академгородке представлена в приложении 1.

Для определения индекса удовлетворенности участников образовательного процесса можно использовать методики [1, 2] .

Для исследования внешней среды необходимо изучение потребностей государства как социального заказчика; изучение предпочтений родителей как социальных заказчиков при выборе образовательного учреждения; изучение возможных конкурентов; изучение партнеров, маркетинговых посредников и контактных аудиторий; работу по созданию привлекательного имиджа ОУ; изучение количества и разнообразия образовательных услуг (степень их популярности у потребителя); создание бренда (эмблема, единая форма, гимн, сайт ОУ); рекламу ОУ и продвижение на рынке образовательных услуг (участие в профессиональных конкурсах, связь со СМИ, выпуск брошюр, информационных и презентационных буклетов, публичное проведение открытых занятий, разработка фирменного стиля).

В МБОУ гимназии № 3 в Академгородке ежегодно разрабатывается план проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг и рынка труда.

5. Классификация потребителей для системы образования



7.1. Взаимоотношения «МБОУ гимназия № 3 в Академгородке – родители»

Родители – это самые заинтересованные наши заказчики. Выстроенная профессиональная работа с родителями – это залог успеха. На вопрос учащимся «Кто вам посоветовал учиться в ОУ?» более 70% ответили – родители. На вопрос родителям «Кто вам посоветовал отдать ребенка учиться в МБОУ гимназия № 3 в Академгородке?» более 90% ответили – родители ваших учеников.

Акцент в работе с родителями мы ставим на организацию совместной деятельности, которая приносит позитивные изменения как в детскую и педагогическую среду, так и среду родительскую.

«Работа с родителями» - отдельный самостоятельный раздел плана воспитательной работы.

7.2. Взаимоотношения «Школа – ВУЗ», «Школа – общественные организации», «Школа – НИИ – производство»

МБОУ гимназия № 3 в Академгородке является открытой образовательной системой, выстраивает свои творческие и деловые контакты с вузами Москвы, Новосибирска и Сибирского региона. Результатом этого взаимодействия является улучшение условий для повышения качества и результативности образовательного процесса.

ВУЗ – это один из внешних заказчиков. Спектры, формы и модели взаимодействия с Вузом различны. Отношения с ВУЗами выстраиваются на основании договоров о совместной деятельности.

Система непрерывного образования предусматривает тесные контакты с НИИ и производствами, которые реализуются посредством привлечения представителей научной интеллигенции к руководству исследовательской и проектной деятельностью учащихся.

Вузы и НИИ		Общественные, образовательные и некоммерческие организации
МФТИ г. Москва СПбГУ, НГТУ, НГУ, СГГА НГПУ, СибГУТИ СГУПС, НГУЭиУ КемГУ, г. Кемерово НИИ СО РАН: Институт Теплофизика, Институт Органической и Неорганической химии, Институт Катализа, ИЦиГ, Институт Физики полупроводников и др.	Г И М Н А З И Я	Ассоциация лицеев и гимназий Школьная Лига Роснано Ассоциация школ Советского района «Созидание» Городской центр образования, НИПКиПРО и другие

Партнерские отношения ОУ с Вузами, общественными организациями, НИИ, культурными учреждениями выстраиваются с целью:

- определения общественной экспертной оценки уровня обученности выпускников;
- интеграции выпускников в образовательное пространство высшей школы;
- удовлетворения интеллектуальных, творческих и коммуникативных потребностей обучающихся.

Для реализации поставленных целей разработаны планы совместной деятельности. В приложение 5 дана матрица ответственности за работу с внешними партнерами.

6. Ориентация на потребителя как один из принципов СМК

Ориентация на потребителя предполагает перестройку сознания на точку зрения другой стороны (Каору Исикава).

Чтобы реализовать принцип ориентации на потребителя, необходимо определить потребности внешних и внутренних потребителей, а также степень их удовлетворённости, преобразовывать определенные потребности и ожидания в требования, доводить требования до сведения всего персонала

ОО, концентрироваться на улучшение процессов с целью обеспечения потребностей заинтересованных сторон.

Успех школы напрямую зависит от понимания и удовлетворения текущих и будущих потребностей и ожиданий нынешних и потенциальных потребителей.

6.1. Определение требований, относящихся к образовательной услуге.

Организация зависит от своих потребителей, поэтому она должна знать и понимать их потребности, которые существуют в настоящий момент, а также могут возникнуть в будущем, выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания

Определение требований к образовательной услуге осуществляется в соответствии с нормативными документами федеральных, региональных, муниципальных органов исполнительной власти (законодательные и обязательные), а также документами ОО, в которых изложены требования определенные организацией как необходимые.

- ✓ Требования государства и общества изложены в нормативно-правовых документах, основополагающими является Федеральный закон «Об образовании в РФ» и Федеральный компонент государственного стандарта общего образования.
- ✓ Требования организации (МБОУ гимназия № 3 в Академгородке) изложены в нормативно-правовых актах, основными из которых являются Устав ОУ, образовательная программа, Программа развития МБОУ гимназии № 3 в Академгородке.
- ✓ Требования Высших учебных заведений изложены в договорах, в планах совместной работы.

6.2. Анализ требований, относящихся к образовательной услуге.

Требования родителей и учащихся изучаются и анализируются в ходе проведения анкетирования.

Результаты анкетирования обсуждаются на педагогических и административных советах. На основании этого разрабатываются и реализуются мероприятия по улучшению процессов деятельности (обучения, воспитания, управления), по повышению результативности, по улучшению ресурсного обеспечения (материально-технического, кадрового).

6.3. Связь с потребителями

В МБОУ гимназия № 3 в Академгородке определены и осуществляются эффективные меры по поддержанию связей с потребителями, касающиеся:

- информации об образовательных услугах,
- обратной связи от потребителей, включая претензии и жалобы потребителей.

Информация об образовательных услугах МБОУ гимназия № 3 в Академгородке, доводится до потребителей посредством разработанных ОУ рекламных материалов, через сайт школы, СМИ, а также встречи с потенциальными клиентами.

6.4. Анализ удовлетворенности потребителей

Удовлетворенность потребителей в современных системах менеджмента становится основным показателем успешности деятельности организации. Конкурентоспособность организации напрямую зависит от степени удовлетворенности потребителей. Измерение удовлетворенности потребителей является обязательным атрибутом систем управления взаимоотношениями с потребителями. Персонал организации является потребителем трудовых условий, предоставляемых организациями, поэтому методы измерения удовлетворенности персонала являются аналогами методов изучения удовлетворенности потребителей образовательной услуги.

Основные методы изучения удовлетворенности потребителей: анкетирование, собеседование, заказные исследования, отзывы, контент-анализ сочинения, информация в СМИ, благодарственные письма, грамоты органов управления, ВУЗов, общественных организаций.

В процессе обучения родителям предлагается ответить на вопросы анкеты: «Оценка деятельности школы глазами родителей» (Приложение 2). Педагогам школы предлагается ответить на вопрос: «Какие, на Ваш взгляд, сильные и слабые стороны деятельности ОУ?»

Об успешном выполнении социального заказа свидетельствуют награды муниципальных и региональных органов управления (Приложение 3).

Оценка деятельности нашей школы находит отражение в средствах массовой информации (Приложение 4).

7. Влияние на общество

Задача школы не только информировать население в вопросах образования, участвовать в передаче ценностей, влиять на выбор жизненной философии участниками образовательного процесса и тем самым влиять на отношение общества к образованию в целом.

Для успешного позиционирования на рынке образовательных услуг особое внимание необходимо уделять формированию привлекательного имиджа и позитивной репутации. Привлекательный имидж создает кредит доверия, как для участников образовательного процесса, так и для органов управления, спонсоров, общественных организаций, СМИ.

Имидж — это не то, что делает школа, а то, что думаю другие по поводу ее деятельности. Имидж — признак развивающейся организации.

На наш взгляд, процесс влияния на общество идет с помощью разнообразных средств.

Мощным средством позиционирования ОУ является участие в различных профессиональных конкурсах и проектах, образовательных форумах и ярмарках, конференциях, семинарах.

Конкурсное движение позволяет ОУ заявить о себе в образовательной среде, представить имеющийся опыт, продемонстрировать в каком направлении сегодня развивается учебное заведение. Благодаря развитию Интернета в практику ОУ приходят новые инструменты и средства. Сайт — это широко

распахнутая дверь в новое качество работы. Сделай хороший сайт и больше не думай о маркетинге.

Сайт сегодня — это престижно и модно, он необходим для привлечения внимания и самоутверждения, через сайт можно провести соцопрос для определения общественного мнения по некоторым актуальным вопросам, получить отзывы пользователей, в гостевой книге оставить слова благодарности, через блог директора можно обратиться к своему коллективу, учащимся, родителям, по разным вопросам.

На сегодняшний день можно говорить о том, что в ОО определены механизмы сбора информации о влиянии на общество.

Организован сбор данных, свидетельствующих о положительном восприятии ОУ обществом.

Используются разнообразные средства и способы влияния.

8. Ответственность

Матрица ответственности

Наименование направлений деятельности	Директор	Зам. директора по УВР	Зам. директора по НМР	Зам. директора по ВР	Завхоз	Зав. кафедрами
Определение и анализ требований потребителей	О	У	У	У	У	У
Анализ удовлетворенности учащихся	К	И	И	О	И	У
Анализ удовлетворенности родителей	К	И	И	О	И	У
Анализ удовлетворенности персонала	К	О	И	И	И	У
Совместная работа с Вузами	К	И	О	У	У	У
Совместная работа с НИИ	К	И	О	И	У	У
Работа с общественностью	О	У	У	У	У	И
Работа с другими организациями	О	У	У	У	У	И
Рекламация образовательной деятельности МБОУ гимна-	О	У	У	У	И	И

зии № 3 в Академгородке						
-------------------------	--	--	--	--	--	--

9. Критерии результативности процесса

К1. Потребности внешних и внутренних потребителей определены и документированы в нормативно-правовых актах ОУ (да/нет).

К2. Выполнение плана по мониторингу удовлетворенности всех участников образовательного процесса (да/нет).

К3. Рекламация образовательной деятельности школы (да/нет).

К4. Позитивная оценка деятельности школы Вузами, органами управления и другими организациями (наличие благодарственных писем, грамот).

К5. Анализ и оценка удовлетворенности внутренних потребителей (наличие необходимых записей).

10. Распределение ответственности за работу с внешними партнерами

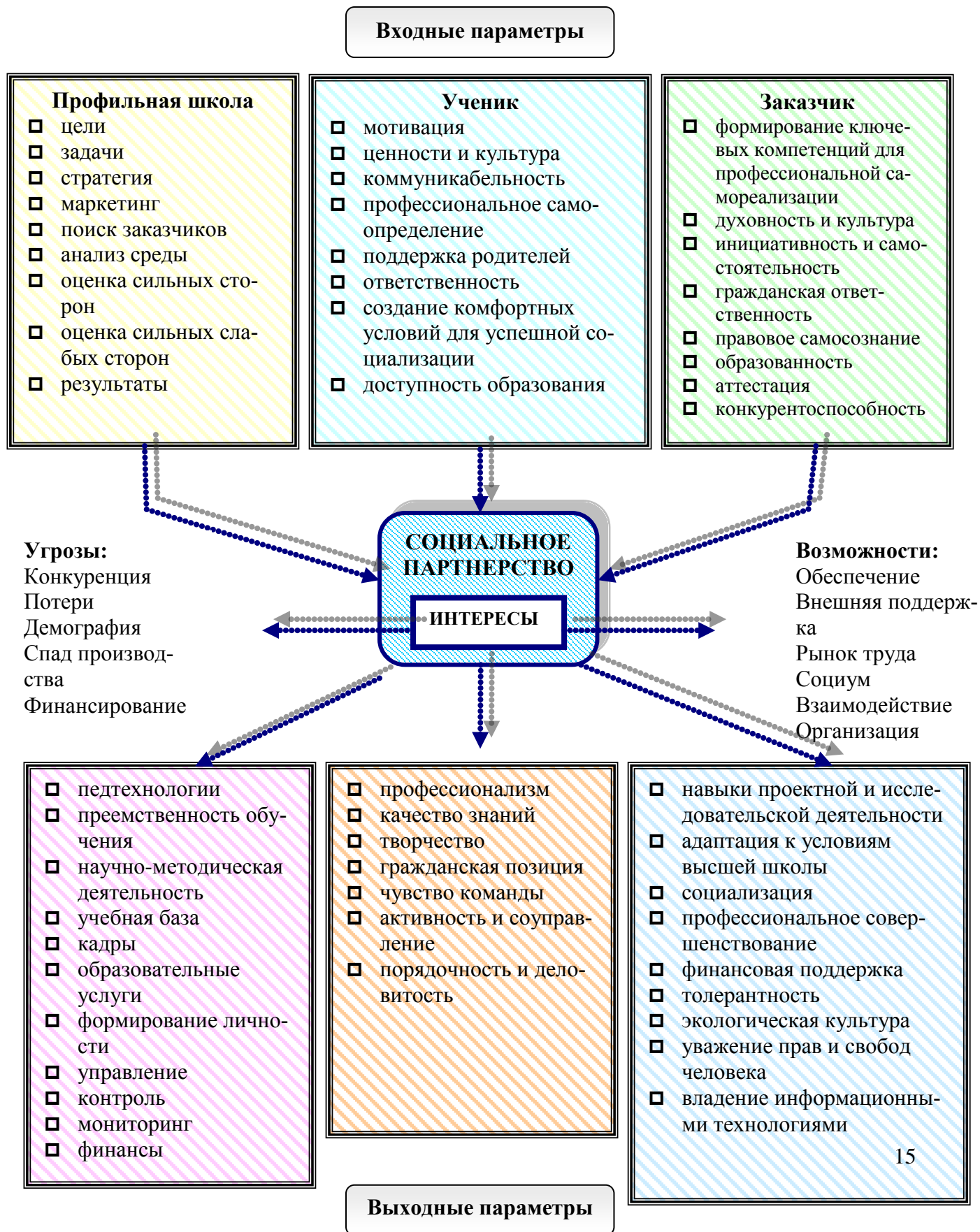
<i>№</i>	<i>Потребители и партнеры</i>	<i>Ответственные</i>
1.	Ассоциация лицеев и гимназий	Тумаева Т.М. директор
2.	Ассоциация «Созидание»	
3.	МФТУ г. Москва	Ткачук Н.Г. зам. директора по УВР
4.	СГГА, Новосибирск	
5.	НГТУ, Новосибирск	
6.	СИБГУТИ	
7.	НГУ	
8.	СУНЦ НГУ	
9.	МКОУ ДОД ДЮЦ «Планетарий»	
10.	НГУ, Новосибирск	
11.	НГПУ	Рекичинская Е.А. Зам. директора по НМР
12.	НИИ СО РАН: Институт Теплофизика, Институт Физики полупроводников	
13.	СПбГУ, СПбГПУ	
14.	АПКиПРО	
15.	Юниор	
16.	Центр работы с одаренными детьми	
17.	НИПКИПРО	
18.	ГЦРО	
19.	Учреждения дополнительного образования	Черепанова Г.В. Зам. директора по ВР
20.	Областная библиотека	
21.	Музеи и театры г. Новосибирска	
22.	Дома культуры	

10. Библиография

1. Байбородова Л. В., Паладьев С.Л., Степанов Е.И. – Изучение эффективности воспитательной системы школы. Псков, 1994.
2. Н.В.Калинина, М.И.Лукьянова - Проведение независимой экспертной оценки удовлетворенности педагогов, учащихся, родителей работой школы //«Педагогическая диагностика», 2004 г., №1.

Приложение 1

**Структурная схема взаимодействия и партнерства
МБОУ гимназии № 3 в Академгородке:
профильная школа – ученик – заказчик**



Приложение 2**АНКЕТА 1.****«Оценка деятельности школы глазами родителей»**

Уважаемые родители!

Поставьте, пожалуйста, «галочку» напротив тех утверждений, с которыми согласны.

Ф.И.О. _____

Класс: _____

1. Удовлетворённость учебным процессом в ОУ

- Образовательный процесс в нашей школе ориентирован на развитие личности ребенка. (Да, нет).
- Методы обучения и воспитательного воздействия, используемые учителями по отношению к моему ребенку, в основном приводят к хорошему результату. (Да, нет).
- Мой ребенок редко жалуется на недомогание и плохое самочувствие во время уроков. (Да, нет).
- Результаты учения моего ребенка педагоги оценивают объективно, справедливо. (Да, нет).
- Учителя правильно своевременно контролируют результаты обучения моего ребенка. (Да, нет).
- Учителя учитывают индивидуальные особенности моего ребенка. (Да, нет).
- Я согласен с содержанием, формами, способами воспитания в школе. (Да, нет).

2. Удовлетворённость организационным процессом в ОУ

- Считаю, что в нашей школе хорошая материально-техническая база. (Да, нет).
- В школе уютно, красиво, чисто. (Да, нет).
- В школе проводится много интересных мероприятий. (Да, нет).
- У детей есть возможность интересно проводить в школе свободное (внеурочное) время. (Да, нет).
- Организацию питания в школе считаю удовлетворительной. (Да, нет).
- Для решения задач обучения и воспитания школа успешно сотрудничает с другими организациями, детскими центрами. (Да, нет).
- В нашей школе хорошо организована работа с родителями. (Да, нет).
- Я доволен условиями, которые созданы для детей в нашей школе. (Да, нет).
- Учебная нагрузка в школе равномерно распределена в течение недели. (Да, нет).

3. Удовлетворенность социально-психологическим климатом в ОУ

- Учителя относятся к моему ребенку так, как он этого заслуживает. (Да, нет).
- Учитель прислушивается к моему родительскому мнению и учитывает его. (Да, нет).
- При решении школьных (классных) вопросов есть возможность взаимодействовать с другими родителями. (Да, нет).
- У моего ребенка в основном удовлетворительные взаимоотношения с учителями. (Да, нет).
- Мне приятно и интересно бывать на родительских собраниях. (Да, нет).
- В школе доброжелательная психологическая атмосфера. (Да, нет).
- Мой ребенок доволен обучением в школе. (Да, нет).
- У ребенка в основном хорошие взаимоотношения с одноклассниками. (Да, нет).

4. Удовлетворенность работой администрации

- Управление школой, которое осуществляет администрация, способствует, по моему мнению, улучшению образовательного процесса. (Да, нет).
- В школе заботятся о здоровье о здоровье наших детей, о предупреждении перегрузок. (Да, нет).
- При принятии управленческих решений администрация считается с мнением детей и родителей. (Да, нет).
- У администрации школы я всегда могу получить ответы на интересующие меня вопросы, касающиеся учебы, личностного развития моего ребенка. (Да, нет).
- Контроль учебно-воспитательного процесса, осуществляемый администрацией, приносит явную пользу. (Да, нет).
- В нашей школе произошли и происходят изменения к лучшему. (Да, нет).
- Нас, родителей хорошо информируют о деятельности школы, об основных событиях в ней. (Да, нет).
- Деятельность администрации школы считаю эффективной. (Да, нет).
- Я всегда при необходимости могу обратиться в школу за квалифицированным советом и консультацией. (Да, нет).
- Я доволен тем, что мой ребенок обучается именно в этой школе. (Да, нет).

Анкета выпускника

1. Как ты смотришь на своё будущее?

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. С уверенностью и оптимизмом. | 3. С неуверенностью и тревогой. |
| 2. Со смешанным чувством. | 4. Не задумывался. |

2. Каковы приоритеты критериев выбора твоей будущей профессии (*отметь номерами*):

- ✓ Возможность стать профессионалом в этой области
- ✓ Сегодня – это наиболее престижная сфера деятельности
- ✓ Семейные традиции
- ✓ Будущая профессия - высокооплачиваемая
- ✓ Возможность реализовать свои способности, умения в этой области
- ✓ Хочу продолжить учёбу вместе со своими друзьями
- ✓ Советы друзей
- ✓ Советы родителей
- ✓ Советы учителей
- ✓ Другое

3 Выберешь ли ты профессию в области? Если нет, то укажи причины.

- | | | | |
|-------|--------|---------------|------------|
| 1. Да | 2. Нет | 3. Может быть | 4. Не знаю |
|-------|--------|---------------|------------|

4. Чему научила школа?

5. Что бы ты изменил в школе?

5. Какие из перечисленных целей жизни современного человека тебе представляются главными? *Отметь не более трёх пунктов.*

1. Служение людям, своему народу, обществу, человеку.
2. Служение Богу, высшим религиозным ценностям.
3. Служение делу, целям своей профессиональной деятельности.
4. Служение своим родным и близким, своей семье.
5. Стремление к различным наслаждениям, которыми богата жизнь.
6. Стремление реализовать политические взгляды, социальные идеи.
7. Стремление к тому, чтобы стать богатым, материально независимым человеком.
8. Стремление освоить максимум духовных, культурных богатств человечества.
9. Другое (что?): _____

6. Считаешь ли ты себя хорошим человеком?

- | | | | | |
|--------|---------------|----------------|---------|----------|
| 1. Да. | 2. Скорее да. | 3. Скорее нет. | 4. Нет. | 5. 50/50 |
|--------|---------------|----------------|---------|----------|

6. Не знаю. 7. Другое: _____

7. Привёл (привела) бы в гимназию своего ребенка?

1. Да 2. Нет 3. Может быть 4. Не знаю 5. Другое

Приложение 3

**Оценка деятельности МБОУ гимназии № 3 в Академгородке
муниципальными и региональными органами управления,
организациями разного уровня**

- Диплом лауреата всероссийского конкурса «100 лучших предприятий и организаций-2015» в номинации «Лучшая школа России – 2015», апрель, 2015.
- Благодарственное письмо за большой вклад педагогического коллектива в становление и развитие СМК в сфере общего образования и высокие результаты, достигнутые в ходе реализации регионального проекта «Внедрение модели СМК в ОУ НСО», Минобрнауки и инновационной политики Новосибирской области, 2014.
- Благодарственное письмо педагогической команде гимназии от ГАОУ ДПО Новосибирской области «Новосибирский институт повышения квалификации и переподготовки работников образования» за высокопрофессиональное сотрудничество с региональным оператором проекта «Внедрение модели СМК в ОУ НСО», 2014.
- Диплом победителя 2 городского фестиваля научных обществ учащихся «Горизонты открытий» - ГУО мэрии города Новосибирска и Дворец творчества детей и учащейся молодёжи «Юниор», 2014.
- Диплом лауреата всероссийского конкурса «100 лучших школ России» в номинации «Лучшая гимназия», 2013.
- Диплом победителя Национальной премии в области образования, Элита Российского образования в номинации «Лучшее учреждение образования – 2013» и «Лучший директор – 2013», Москва, 2013.
- Диплом «Мастер качества» за проводимую работу по созданию системы управления качеством. Председатель конкурсной комиссии по присуждению премии Правительства Новосибирской области, 2013г.
- Грамота школы города Герцен, Бавария, Германия за плодотворное сотрудничество в проекте «Школьное образование в Баварии и Сибири» в рамках школьного партнёрства гимназии № 3 и школы города Герцен, Бавария, Германия, 2013.
- Благодарственное письмо МБОУ ДОВ ГЦРО, 2013.
- Сертификат «Школа-лаборатория инноваций» по итогам всероссийского конкурса, СПб, 2013.
- Диплом лауреата городского конкурса проектов «Образование. Город. Инновации», МКОУ ДОВ «ГЦРО», ГУО мэрии города Новосибирска, 2013.
- Знак Главного Управления образования мэрии города Новосибирска за высокие профессиональные достижения в области образования, 2013.
- Диплом 1 и 3 степени Московского Физико-Технического института (Государственный университет) по физике и математике, «Физтех-2013», 2013.
- Грамота общероссийского проекта «Школа цифрового века», 2012.
- Диплом лауреата всероссийского конкурса «Инновационная школа – 2012», Минобрнауки и науки РФ, Международный образовательный форум «Мир на пути к smart-обществу», АСНООР РФ, 2012.
- Благодарность Президиума Общероссийской Малой Академии наук «Интеллект будущего» за почётное звание «Талант/Элитный» в Национальной образовательной программе «Интеллектуально-творческий потенциал России», 2012.

- Диплом лауреата и победителя городского конкурса проектов «Модернизация образования как фактор инновационного развития города Новосибирска», МКОУ ДОВ «ГЦРО», ГУО мэрии города Новосибирска, 2012.
- Грамота немецкого культурного центра им. Гёте за активное сотрудничество при проведении молодёжных экзаменов в рамках проекта международного сертифицирования знаний по немецкому языку, 2012 и другие.

Лист регистрации изменений

№ изменения	Номера листов				Всего листов	Подпись	Дата
	измененных	замененных	новых	аннулированных			

Лист подписей для согласования

СОГЛАСОВАНО:

Представитель руководства по качеству

Рекичинская Е.А.

Стандарт разработали:

Алексеевой Т.А.

Рекичинской Е.А.

Ткачук Н.Г.

Чесноковой Т.В.

Воронцовой А.Л.