

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM

NGUYỄN THỊ HÀ

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU
TRƯỜNG MẦM NON NGOÀI CÔNG LẬP

LUẬN VĂN THẠC SĨ KHOA HỌC GIÁO DỤC

THÁI NGUYÊN - 2013

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM

NGUYỄN THỊ HÀ

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU
TRƯỜNG MẦM NON NGOÀI CÔNG LẬP

Chuyên ngành: Quản lý giáo dục
Mã số: 60.14.01.14

LUẬN VĂN THẠC SĨ KHOA HỌC GIÁO DỤC

Người hướng dẫn khoa học: TS. Nông Khánh Bằng

THÁI NGUYÊN - 2013

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn: “*Xây dựng thương hiệu trường mầm non ngoài công lập*” là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác. Tài liệu tham khảo và nội dung trích dẫn đảm bảo sự đúng đắn, chính xác, trung thực và tuân thủ các quy định về quyền sở hữu trí tuệ.

Tôi xin cam đoan rằng các thông tin trích dẫn trong luận văn đều đã được chỉ rõ nguồn gốc.

Thái Nguyên, tháng 08 năm 2013
Tác giả luận văn

Nguyễn Thị Hà

LỜI CẢM ƠN

Có được kết quả này, tác giả xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới **TS Nông Khánh Bằng**, thầy đã giúp đỡ chỉ dẫn tận tình cho tác giả trong quá trình chuẩn bị, nghiên cứu và hoàn thành luận văn này.

Xin trân trọng cảm ơn các thầy cô trong Ban lãnh đạo, Khoa Sau đại học, trường Đại học Sư phạm Thái Nguyên, các thầy cô đã trực tiếp giảng dạy, giúp đỡ và tạo điều kiện cho tác giả trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu tại trường.

Xin trân trọng cảm ơn các thầy cô giáo trong Hội đồng bảo vệ Đề cương luận văn đã chỉ dẫn, góp ý đề tác giả hoàn thành luận văn.

Xin chân thành cảm ơn sự quan tâm của các cán bộ quản lý, hội đồng quản trị, tập thể giáo viên, phụ huynh học sinh của các trường mầm non ngoài công lập tại Hải Phòng đã tạo điều kiện giúp đỡ để tác giả hoàn thành luận văn.

Trong quá trình thực hiện, dù rất cố gắng song luận văn không tránh khỏi những thiếu sót. Kính mong tiếp tục nhận được sự chỉ dẫn, đóng góp quý báu của các thầy cô và các đồng nghiệp.

Xin trân trọng cảm ơn!

Thái Nguyên, tháng 8 năm 2013
Tác giả

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC.....	iii
CÁC CHỮ VIẾT TẮT TRONG LUẬN VĂN	iv
DANH MỤC CÁC BẢNG	v
MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục đích nghiên cứu	3
3. Khách thể nghiên cứu	3
4. Giả thuyết khoa học	3
5. Nhiệm vụ nghiên cứu	3
6. Phương pháp nghiên cứu	4
7. Phạm vi nghiên cứu	5
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA VIỆC XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU	
TRƯỜNG MẦM NON NGOÀI CÔNG LẬP.....	6
1.1. Tổng quan lịch sử vấn đề nghiên cứu.....	6
1.2. Những khái niệm cơ bản.....	9
1.2.1. Thương hiệu và vai trò của thương hiệu trong giáo dục	9
1.2.1.1. Thuật ngữ thương hiệu	9
1.2.1.2. Vai trò của thương hiệu	10
1.2.1.3. Dịch vụ giáo dục và ý nghĩa của thương hiệu trong giáo dục	11
1.2.2. Nhà trường và Nhà trường mầm non ngoài công lập.....	17
1.2.3. Chính sách của Nhà nước Việt Nam đối với trường ngoài công lập hiện nay	22
1.3. Kinh nghiệm quốc tế về xây dựng và quản lý thương hiệu trong giáo dục	24
1.4. Những yếu tố cơ bản để xây dựng thương hiệu nhà trường.....	31

1.4.1. Có kế hoạch xây dựng thương hiệu nhà trường một cách bài bản và chuyên nghiệp.....	31
1.4.2. Xây dựng chất lượng giáo dục nhà trường.....	34
1.4.3. Phát triển văn hóa tổ chức trong nhà trường	36
Kết luận chương 1.....	37
Chương 2: THỰC TRẠNG XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU Ở MỘT SỐ TRƯỜNG MẦM NON NCL TẠI THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG	38
2.1 Khái quát tình hình phát triển các trường mầm non NCL tại Hải Phòng....	38
2.1.1 Tình hình phát triển giáo dục tại Hải Phòng	38
2.1.2. Hệ thống các trường mầm non NCL của thành phố Hải Phòng.....	40
2.2. Thực trạng thương hiệu và xây dựng thương hiệu của các trường mầm non NCL tại Hải Phòng	41
2.2.1 Thực trạng nhận thức xây dựng thương hiệu các trường mầm non NCL	41
2.2.2 Thực trạng các biện pháp xây dựng thương hiệu của các trường mầm non ngoài công lập.....	44
Kết luận chương 2	58
Chương 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG MẦM NON NGOÀI CÔNG LẬP	59
3.1. Các nguyên tắc xây dựng biện pháp.....	59
3.2 Các biện pháp xây dựng thương hiệu	62
3.2.1 Nâng cao nhận thức cho đội ngũ cán bộ quản lý, tạo sự chuyển biến thực sự để triển khai xây dựng thương hiệu nhà trường	62
3.2.1.1 Ý nghĩa và mục đích của biện pháp	62
3.2.1.2 Nội dung và cách thực hiện biện pháp	63
3.2.2. Xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu nhà trường	70
3.2.2.1. Mục đích, ý nghĩa của biện pháp.....	70
3.2.2.2 Nội dung và cách thực hiện biện pháp	70

3.2.3 Áp dụng hệ thống quản lý chất lượng phù hợp để nâng cao chất lượng giáo dục	76
3.2.3.1 Ý nghĩa và mục đích của biện pháp	76
3.2.3.2. Nội dung và cách thực hiện biện pháp	77
3.2.4. Xây dựng môi trường văn hóa trường học để phát triển thương hiệu nhà trường.....	78
3.2.4.1. Ý nghĩa và mục đích của biện pháp	78
3.2.5.2 Nội dung và cách thực hiện biện pháp	79
3.2.5. Tổ chức thiết kế, tạo dựng các yếu tố của thương hiệu đồng thời đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá thương hiệu của nhà trường.....	83
3.2.5.1. Mục đích, ý nghĩa của biện pháp.....	83
3.2.5.2. Nội dung và biện pháp thực hiện.....	84
3.3 Mối quan hệ giữa các biện pháp được đề xuất	88
3.4 Tổ chức khảo nghiệm	89
3.4.2 Kết quả khảo nghiệm.....	89
Kết luận chương 3.....	93
KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ	94
1. Kết luận.....	94
2. Khuyến nghị.....	95
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	97
PHỤ LỤC.....	

CÁC CHỮ VIẾT TẮT TRONG LUẬN VĂN

CBQL:	Cán bộ quản lý
CSVC:	Cơ sở vật chất
GD:	Giáo dục
GD&ĐT:	Giáo dục và đào tạo
GV:	Giáo viên
H:	Huyện
HĐND:	Hội đồng nhân dân
HĐQT:	Hội đồng quản trị
HS:	Học sinh
LGD 2009:	Luật giáo dục năm 2009
NCL:	Ngoài công lập
NV:	Nhân viên
TH:	Tiểu học
THCS:	Trung học cơ sở
THPT:	Trung học phổ thông
TP:	Thành phố
TX:	Thị xã
XHCN:	Xã hội chủ nghĩa
XHHGD:	Xã hội hóa giáo dục
UHND:	Ủy ban nhân dân
Web:	Website
WTO:	Tổ chức thương mại thế giới
GDĐH:	Giáo dục đại học
DVGD:	Dịch vụ giáo dục

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1: Thống kê số người học trong toàn quốc của các trường NCL so với các trường công lập trong 3 năm gần đây	20
Bảng 2.1: Nhận thức về tầm quan trọng và sự cần thiết của công tác xây dựng thương hiệu đối với một trường học	42
Bảng 2.2: Hiểu biết về khái niệm thương hiệu của trường học.....	43
Bảng 2.3: Tiêu chí chọn trường mầm non của phụ huynh học sinh.....	44
Bảng 2.4: Mức độ thực hiện những biện pháp xây dựng thương hiệu nhà trường.....	45
Bảng 2.5a: Qui mô phát triển số lượng giáo viên, nhân viên và học sinh qua 4 năm học của Trường mầm non Bi Bi	50
Bảng 2.5b: Qui mô phát triển số lượng giáo viên, nhân viên và học sinh qua 4 năm học của Trường mầm non Hữu Nghị Quốc Tế.....	50
Bảng 3.1: Mức độ cấp thiết của các biện pháp quản lý xây dựng thương hiệu nhà trường.....	90
Bảng 3.2: Mức độ khả thi của các biện pháp đề xuất để quản lý công tác xây dựng thương hiệu nhà trường	91

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Giáo dục có vai trò hết sức quan trọng với sự tồn tại và phát triển của toàn nhân loại. Trong suốt lịch sử, đặc biệt là ở những nước phát triển, giáo dục luôn chiếm vị trí trung tâm trong cam kết của đất nước đối với công dân. Việt Nam đã là thành viên thứ 150 của Tổ chức thương mại thế giới (WTO), chúng ta đang tiến hành xây dựng nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, thì giáo dục (được WTO xếp vào là một trong những lĩnh vực dịch vụ) sẽ phải tuân theo các qui luật của kinh tế thị trường, tức là giáo dục sẽ đứng trước sự cạnh tranh để phát triển.

Sự nghiệp đổi mới Giáo dục đang tiến cùng sự nghiệp đổi mới của đất nước. Một trong những chủ trương, giải pháp Giáo dục phát triển là đẩy mạnh thực hiện công tác xã hội hoá giáo dục (XHHGD). Chủ trương này được Đảng, Nhà nước khẳng định trong các văn kiện của Đảng, trong Luật giáo dục của Quốc hội, trong Nghị quyết số 05/2005/NQ-CP của Chính phủ và trong nhiều văn bản từ Trung ương đến các bộ, ngành, địa phương.

Giáo dục mầm non là bậc học đầu tiên trong hệ thống giáo dục quốc dân, đặt nền móng ban đầu cho sự phát triển về thể chất, trí tuệ, tình cảm, thẩm mỹ của trẻ em Việt Nam. Quyết định số 149/2006/QĐ-TTg về đề án phát triển giáo dục mầm non giai đoạn 2006-2015 một lần nữa khẳng định việc phát triển, đa dạng hóa các phương thức chăm sóc, giáo dục và quản lý các trường mầm non là một trong những nội dung thực hiện công tác XHHGD. “Cơ sở giáo dục mầm non được thực hiện theo 3 loại hình: công lập, dân lập, tư thục. Loại hình công lập chủ yếu được thành lập ở những vùng có điều kiện kinh tế xã hội đặc biệt khó khăn; thực hiện việc chuyển các cơ sở giáo dục mầm non bán công sang loại hình dân lập hoặc tư thục theo quy định của pháp luật. Khuyến khích thành lập các cơ sở giáo dục mầm non tư thục”.

Do tính chất đặc biệt của bậc học mầm non là nuôi dưỡng, chăm sóc, giáo dục trẻ từ 3-72 tháng tuổi, tạo tiền đề vững chắc cho sự hình thành và phát triển nhân cách con người nên bậc học mầm non ngày càng được coi trọng đối