**УДК 378.6:94(574)**

**Т.В. Сидорова**

*(студ. 1 курса, направление «Педагогическое образование», магистерская программа «Управление инновационным развитием дошкольной образовательной организации», Институт непрерывного образования, Новосибирский государственный педагогический университет», Новосибирск)*

**МАРКЕТИНГ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ СЕМЬИ И ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНО ОРГАНИЗАЦИИ**

В статье поднимаются вопросы необходимости создания партнерских отношений семей и ДОО. Раскрывается необходимость создание методических разработок по маркетингу партнерских отношений и повышения уровня взаимодействия между ДОО и семьями воспитанников.

*Ключевые слова:* дошкольный возраст, взаимодействие семей и ДОО, средства обмена активной работы, партнерские отношения, доверие, взаимопонимание.

На сегодняшний день строительство партнерских отношений между ДОО и семьей является наиболее актуальным. Современное дошкольное образование ориентировано на индивидуальный подход к каждому ребенку, на развитие его творческих способностей, коммуникативных навыков и самостоятельности. Родители являются первыми учителями и воспитателями своих детей. Их участие в образовательном процессе является важным фактором успеха развития ребенка. Для достижения этих целей необходимо тесное партнерство между ДОО и семьей.

В реальности многие ДОО сталкиваются с проблемами взаимодействия с семьями. Родители могут быть недостаточно информированы о работе ДОО, не участвовать в мероприятиях, не иметь достаточных знаний о развитии своего ребенка. Вследствие чего возникает необходимость повышения уровня взаимодействия между ДОО и семьями.

В дошкольной педагогике отсутствует единый подход к маркетингу партнерских отношений. Не достаточно исследований, методических рекомендаций и практических разработок, позволяющих построить эффективное взаимодействие между ДОО и семьями.

Маркетинг партнерских отношений (МПО, англ. relationship marketing») - маркетинг, основанный на взаимоотношениях, сетях и взаимодействии, ориентированный на долгосрочные взаимовыгодные отношения с отдельными потребителями; ценность создается участвующими в отношениях сторонами совместно. В контексте ДОО и семей, маркетинг партнерских отношений - это строительство мостов доверия и взаимопонимания.

Доверие - основа всего. Обе стороны должны быть уверены в искренности и честности друг друга.

Взаимодействие - двигатель партнерства. Активная совместная работа над достижением общих целей укрепляет отношения.

Если мы начнем формировать партнерские отношение уже на этапе дошкольного образования, то дети будут принимать и стремиться к пониманию взаимовыгодным отношениям при переходе в школу. Таким образом, мы сможем начать развитие культуры в обществе, основываясь не только на документации и доступных условиях, но прежде всего на человеческих ценностях и моральных нормах, а также улучшение окружающего пространства.

Отметим, что для формирования партнерских отношений у детей в дошкольных образовательных учреждениях нужны следующие психолого-педагогические условия: создание пространства дошкольного учреждения, подготовка педагогов с учетом задач воспитания, использование педагогических методов, направленных на развитие маркетинга, сотрудничество педагогов и родителей в формировании партнерских отношениях, разработка и внедрение специальных программ для формирования партнерских отношений у дошкольников.

Таким образом, формирования маркетинговых партнерских отношений следует начинать с дошкольного возраста, поскольку в этот период формируются первые представления о моральных и правовых понятиях, о добре и зле, хорошем и плохом, правильном и неправильном, что становится основой для дальнейшего развития личности ребенка и его взаимодействия с окружающими.

**Список литературы**

1. *Кущ С.П.* Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках: монография / С. П. Кущ; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Фак. менеджмента. - Санкт-Петербург: Изд. дом Санкт-Петербургского гос. ун-та, 2006. С. 271.
2. *Смирнов, В. Н.* Маркетинг взаимоотношений и взаимодействий: учеб. пособие / В. Н. Смирнов; Владим. гос. ун-тим. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2021.С. 176.

Научный руководитель - *Н.В. Кохан*,

канд.пед.наук, доц. кафедры управления образованием,

Новосибирский государственный педагогический университет