

Краткие сообщения

УДК 37.014
ББК 4404.4

ТЕХНОЛОГИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Ю.В. Найданова
Учебно-методический центр г. Челябинска

TECHNOLOGY OF MUNICIPAL EDUCATIONAL INSTITUTION IMAGE FORMATION

Yu. Naidanova
Training and Methodological Center of Chelyabinsk

Рассматриваются основные этапы становления имиджа современного образовательного учреждения: анализ внутренних и внешних ресурсов, определение принципов формирования имиджа, выявление соотношения между составляющими имиджа, разработка технологии формирования каждой отдельной составляющей имиджа и анализ результатов. Предложены и описаны элементы внешнего и внутриорганизационного имиджа образовательного учреждения.

Ключевые слова: становление имиджа образовательного учреждения, основные этапы становления имиджа, элементы имиджа образовательного учреждения.

The main stages of modern educational institution image formation are reviewed: analysis of internal and external resources, definition of image formation principles, revealing the correlation between the components of image, development of technology of each image component formation and analysis of the results. The elements of educational institution's internal and external image are proposed and described.

Keywords: image formation of an educational institution, main stages of image formation, elements of image of an educational institution.

Системные изменения, происходящие сейчас в образовании, не только свидетельствуют о приоритетности данной сферы в государственной политике, но и показывают, что их успешность в немалой степени зависит от социального партнерства учреждения. В основе общественной поддержки лежит доверие к системе образования в целом и к отдельному образовательному учреждению (ОУ) в частности. В связи с этим актуальным для образовательной и управленческой практики является становление положительного имиджа современного муниципального ОУ.

Под становлением имиджа мы будем понимать процесс, в ходе которого создается заранее спланированный целостный образ ОУ на основе имеющихся ресурсов. Целью становления имиджа является не только создание

определенного мнения о данном ОУ, но и повышение конкурентоспособности, установление и расширение партнерских связей.

Ряд авторов сходится во мнении и выделяет следующие основные этапы становления положительного имиджа ОУ [1, 2]:

1. Анализ внутренних ресурсов. На этом этапе необходимо определить имеющиеся ресурсы, построить дерево целей и определиться с задачами.

2. Анализ внешней среды. Этап предполагает выделение и описание целевых групп, определение их потребностей.

3. Определение принципов становления имиджа. На этом этапе требуется описать методы и основные принципы становления имиджа.

4. Выявление соотношения между составляющими имиджа. На этой стадии необ-

Краткие сообщения

ходимо определиться, на какой аспект деятельности следует сделать основной уклон: научный, образовательный, имидж на рынке выпускников, имидж на рынке труда и т. д.

5. Разработка технологии формирования каждой отдельной составляющей имиджа.

6. Анализ соответствия полученного имиджа и желаемых результатов.

Кроме того, на наш взгляд, технология становления имиджа должна включать в себя описание форм, каналов, периодичности продвижения информации и систему обратной связи с применением диагностики промежуточных результатов и корректировки действий.

Согласно В.В. Меньшиковой, для создания доверия к организации и формирования объективных и положительных представлений о ее деятельности общественности должны быть предоставлены следующие данные [3]:

– об истории и традициях ОУ (например, «за время работы накоплен опыт», «имеет давние традиции», «выпускники школы стали» и пр.);

– руководителе (например, «руководит педагог-новатор», «умный, опытный управленец», «отмеченный наградами разного уровня», «победитель конкурсов» и пр.);

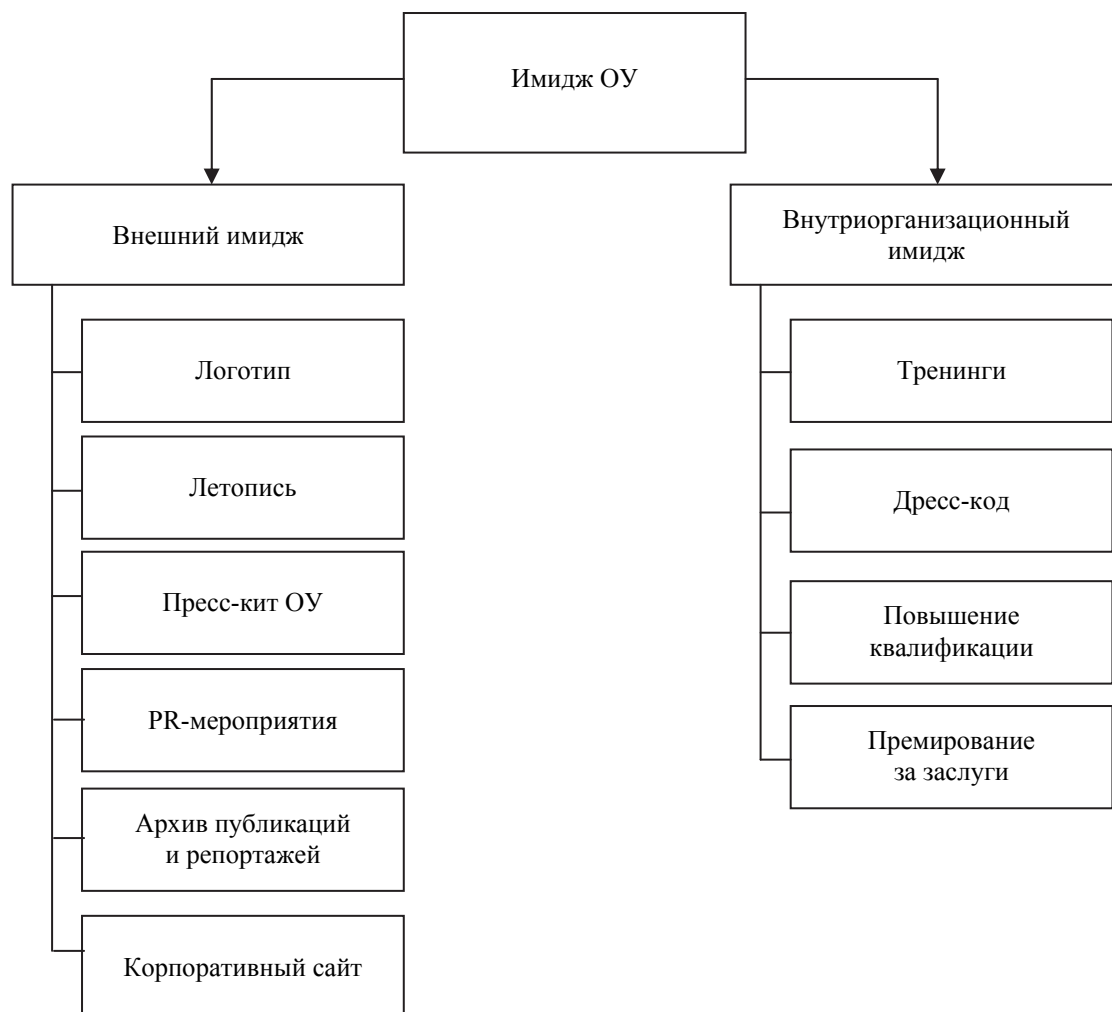
– особенностях общественного мнения (например, «прекрасное учреждение», «слышал много хорошего», «об учреждении хорошо отзываются» и пр.);

– отношении к сотрудникам учреждения (например, «коллектив учреждения как одна семья», «при высокой ответственности сотрудникам предоставляется много свободы», «персонал с уверенностью смотрит в завтрашний день» и пр.);

– фирменном стиле, знаках отличия учреждения (например, «разработаны эмблема, гимн, герб, флаг учреждения», «придуманы девиз, слоган», «установлен дресс-код» и пр.);

– отношениях с общественностью (например, «честная», «открытая», «работает на качество, а не на количество» и пр.).

Таким образом, при разработке программы становления положительного имиджа



Внешние и внутриорганизационные элементы имиджа образовательного учреждения

перед руководителем и/или проектной группой ОУ стоит задача описать элементы будущего имиджа: внешние и внутриорганизационные (см. рисунок).

По нашему мнению, к элементам внешнего имиджа можно отнести [4]:

1. Логотип, в котором отражено название ОУ и который представлен в различных вариантах: печать учреждения, фирменные бланки, поздравительные открытки, приглашения, дипломы и грамоты, рекламные информационные материалы (листовки, буклеты, бюллетени), бейджи сотрудников ОУ.

2. Летопись – книга отзывов для родителей и гостей ОУ.

3. Пресс-кит ОУ, в котором родители и гости (представители СМИ) могут полнее ознакомиться с деятельностью учреждения.

4. PR-мероприятия: организация дней открытых дверей, совместные акции с социальными партнерами, презентации, участие в семинарах, конференциях, выставках.

5. Архив публикаций и репортажей о достижениях ОУ в СМИ.

6. Корпоративный сайт.

К элементам внутреннего имиджа отнесем [4]:

1. Проведение тренингов и упражнений на сплочение коллектива ОУ.

2. Введение дресс-кода для сотрудников и обучающихся.

3. Организация повышения квалификации персонала ОУ.

4. Гибкая система премирования за заслуги перед ОУ.

Реализация некоторых из вышеперечисленных элементов имиджа принесет свои результаты, но получить максимальный эффект можно только при разработке и внедрении всей совокупности элементов положительного имиджа образовательного учреждения.

Разрабатывая программу становления имиджа, рекомендуется четко прописать, какой

имидж необходим ОУ. В первую очередь положительный и привлекательный, но, тем не менее, требуется детальная конкретизация каждого аспекта имиджа в соответствии с имеющимися ресурсами, возможностями и приоритетами, так как с ее помощью определяется стратегия и содержание деятельности образовательного учреждения по созданию имиджа. К тому же положительный имидж, как правило, способствует повышению престижа ОУ в частности и системы образования в целом. Положительный имидж является также одним из важных факторов повышения рейтинга узнаваемости общественностью, что особенно актуально в современном, наполненном различной информацией мире.

Литература

1. Аликперов, И. *Формирование имиджа образовательного учреждения: западный и российский варианты* / И. Аликперов // *Международные отношения в развитии социально-экономических процессов в странах СНГ: материалы междунар. науч.-практ. конф.*, 2001. – <http://www.prof.msu.ru/publ/omsk/53.htm>

2. Зуева, Е.И. *Подходы к формированию имиджа образовательного учреждения* / Е.И. Зуева // *Сборник трудов четвертой международной научно-теоретической конференции «Образование и наука в третьем тысячелетии»*, 2008. – <http://aeli.altai.ru/nauka/sbornik/2002/zueva.html>

3. Меньщикова, В.В. *Регуляция взаимоотношений организации с общественностью службами ПР: автореф. дис. ... канд. экон. наук* / В.В. Меньщикова. – М.: Изд-во ГУУ, 1998. – 30 с.

4. Найданова, Ю.В. *Имидж образовательного учреждения: понятие, компоненты и роль в продвижении услуг на рынке* / Ю.В. Найданова // *Научные исследования студентов: темат. сб. науч. тр.* – Челябинск: Издат. центр ЮУрГУ, 2011. – Вып. 3. – С. 45–48.

Поступила в редакцию 28 августа 2012 г.