

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Поточні соціально-економічні реалії визначають розвиток конкурентного середовища в освітньому просторі. Рейтинг освітніх організацій, публікації у ЗМІ, відгуки та рекомендації батьків та друзів-здобувачів освіти стають основою вибору абітурієнтом того чи іншого закладу освіти та, як наслідок, запорукою підтримки його стабільної діяльності. Оскільки реалізація приймальної кампанії в Україні пов'язана зі зростаючою конкуренцією як на місцевому рівні, так і міжрегіональними закладами освіти, необхідним є вдосконалення системи управління іміджем регіональних освітніх організацій. Оцінка поточного іміджу закладів освіти може сприяти підвищенню якості та ефективності освітнього процесу та реалізації визначених цілей, що висуваються до закладів освіти.

Аналіз представлених у наукових працях підходів до розуміння структури іміджу освітньої організації дозволяє виділити такі компоненти іміджу закладу вищої освіти:

- 1) імідж освітніх послуг, що відображає актуальність освітніх програм, якість теоретичної та практичної професійної підготовки;
- 2) імідж професорсько-викладацького складу, основною детермінантою якого виступає рівень кваліфікації та експертність педагогів;
- 3) внутрішній імідж (внутрішній клімат), що відображає корпоративну культуру та специфіку взаємодії викладачів із здобувачами освіти, а також безпосередньо всередині студентської спільноти;
- 4) імідж соціальний, що формується на основі міркуваннях громадськості про цілі та роль освіти в соціокультурному та економічному житті суспільства;
- 5) імідж візуальний, основними детермінантами якого є елементи фірмового стилю освітньої організації, а також особливості інтер'єру та екстер'єру навчальних корпусів;
- 6) бізнес-імідж, тобто імідж закладу вищої освіти як суб'єкта ділової активності;
- 7) імідж ректора та адміністрації вишу, що відображає рівень професіоналізму та експертність адміністративно-управлінського складу освітньої організації.

Сучасні технології формування іміджу закладу освіти базуються на застосуванні загальноприйнятих інструментів формування іміджу організації. Проте імідж закладу освіти – багатокомпонентне явище, та ефективність заходів щодо його формування залежить від системного підходу до цього процесу. Потреби цільової аудиторії сучасного закладу освіти є однією з головних проблем освітньої галузі. Причина цього у великій кількості закладів освіти, що надають подібні освітні послуги.

Ефективний імідж сприяє підвищенню конкурентоспроможності закладів освіти на ринку освітніх послуг. Завдяки створеному сприятливому іміджу підвищується зацікавленість абітурієнтів, викладацького складу. Імідж повинен бути цілеспрямованим ним, відповідати і навіть перевищувати очікування споживачів освітніх послуг. При формуванні сприятливого іміджу, необхідно намітити чіткий план та напрямок роботи, тобто. конкретизувати який тип іміджу розробляти. У сучасному суспільстві проблеми суспільної думки, ділової репутації конкретних закладів освіти у засобах масової інформації та на рівні

міжособистісного спілкування, а також складності їх формування та управління дуже актуальні. Формування позитивного іміджу закладу освіти та його підтримання надання впливає не тільки на посилення конкурентоспроможності і його перспективності, але і в цілому дозволяє свідчити про рівень розвитку освіти в регіоні та країні, що значною мірою позначається на іміджі освіти в Україні.

Список літератури:

1. Бублик М. І. Інформаційні системи в маркетингу. Конспект лекцій. - Львів: В-во ЛДІНТУ, 2007. - 162с.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: посібник. – К.: Академвидав, 2003. – 568 с
3. Москаль Ю. Економіко-психологічні аспекти формування позитивного іміджу економічного університету в регіоні / Ю. Москаль // Психологія економічного життя. – 2013. – № 3. – С. 116–125.
4. Санакоєва Н. Планування й реалізація рекламних компаній у сфері освітніх послуг / Н. Санакоєва, В. Кушнір // Молодий вчений. – 2014. – № 6(09). – С. 194–196.