

УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Имидж образовательного учреждения играет решающую роль при выборе абитуриентов. От имиджа вуза зависит стоимость обучения в нём, качество штата сотрудников, рейтинг выпускника на рынке труда. В этом плане на много легче "старым" вузам с устоявшимися традициями и с именем, известным каждому учащемуся, заканчивающему школу. Для "молодых" вузов проблема ставится острее: им приходится держать конкуренцию и с уже известными вузами, и с недавно зарегистрированными коммерческими образовательными учреждениями, вкладывающими значительные средства в создание своего имени. Перед "молодым" вузом ставится задача: как при ограниченности финансовых ресурсов добиться максимального в этом плане результата.

Предлагается следующий ряд мероприятий: во-первых, объявить творческий конкурс по университету, цель которого – разработка неформального геральдического символа (требования: неприемлемость помпезного стиля, присутствие минимального количества цветов), и разработка краткого, но ёмкого имени, вытекающего из официального названия вуза. Во-вторых, создать условия продвижения имени на рынке, для чего необходимо установить постоянный контакт с представителями средств массовой информации. В-третьих, сформировать в общественном сознании положительные эмоционально-психологические стереотипы к имени вуза. В решении этой задачи наиболее эффективными направлениями деятельности являются участие в общественной жизни города под маркой вуза, участие во всевозможных спортивных мероприятиях, принятие шефских обязанностей над абитуриентами, имеющими льготы при поступлении (детские дома, объединения ветеранов локальных войн), активная работа студенческих отрядов в области и за её пределами.