

Наиболее полно суть брэнда может быть раскрыта при рассмотрении его составляющих: физические свойства, рациональные преимущества, эмоциональные преимущества. Именно сила эмоциональных преимуществ зачастую движет многими потребителями. Укрепляя эту сферу, вузы способны повышать свой имидж в глазах целевой аудитории.

Цель брэндинга – долгосрочное потребительское предпочтение может быть достигнута только при полном осознании высокой необходимости применения маркетинговых технологий, в общей политике вузов.

Е.Ю. Островская

О ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СРЕДНИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Коренные преобразования во всех сферах общественной жизни выдвигают проблему изменения имиджа средних учебных заведений. На сегодняшний день в России их социальный статус является незаслуженно низким. Рядом средних учебных заведений предпринята попытка позиционирования путем получения статуса лицея или гимназии. Практика показывает, что изменение статуса в дальнейшем не сопровождается соответствующими содержательными изменениями, не формирует его привлекательного образа, а что порождает разочарование и утрату престижа образования. Таким образом, на современном этапе возникает необходимость формирования имиджа средних учебных заведений, которое должно быть сопряжено с коренными преобразованиями в самой деятельности образовательного учреждения. Создание имиджа является неотъемлемой частью его существования, важным фактором развития. Если раньше говорилось об имидже структур, непосредственно связанных с рынком и рыночными отношениями, то сейчас приходится констатировать факт проникновения рынка и в сферу образования. Это явление для российской практики достаточно новое, малоизученное и нуждается в специальной проработке.

В формировании имиджа образовательных учреждений важно определить концептуальные особенности их деятельности. Здесь необходимо выделить приоритетные принципы, которыми руководствуется заведение. Они должны быть соотносимы с общими принципами, которые дают возможность организации или предприятию быть успешными. Чтобы определить конкурентоспособность учебного заведения, необходимо найти то особенное, что будет отличать его от других. Это может быть возможность получения дополнительного образования, тесная связь с каким-либо вузом, предполагающая определенные льготы при поступлении выпускников данной школы, сильные спортивные секции и т.д.

Подобно тому, как современные предприятия стремятся обрести свою историю, используя приемы мифологизации, так и у школы должна быть

яркая, запоминающаяся история. В ее основу могут быть заложены традиции школы, их зарождение, преемственность поколений педагогического коллектива и учащихся, успехи бывших учеников и все то, что еще раз подчеркнет привлекательность данной организации.

Здание школы должно олицетворять стабильность. Следует отметить, что работники учебных заведений не могут повлиять на выбор проекта здания для школы, а тем более изменить его. Поэтому основная работа ведется с интэрьером. Материальная оснащенность, создание оптимальных условий для педагогов и учащихся, другие способы воздействия визуального поля обладают особой важностью – это должно храниться в индивидуальной и социальной памяти учителей, учеников, родителей и обеспечивает привлекательный имидж.

Образ персонала и руководителя школы должен серьезно продумываться, так как привлекательность школы традиционно и справедливо соотносится с профессиональным уровнем педагогического коллектива. Важно, чтобы рационально был представлен социально - демографический аспект, чтобы педагогический коллектив состоял как из мужчин, так и из женщин, чтобы коллектив был не слишком «возрастным». Немалую роль играет взаимодействие с людьми, где на первый план выносятся соблюдение прав, уважение к личности, демократический стиль общения. Это особенно важно во взаимоотношениях с учащимися, так как вызывает положительные эмоции, связанные с данным учебным заведением.

Таким образом, использование различных способов формирования привлекательного имиджа может помочь школе решить ряд проблем, связанных с нежеланием молодежи учиться, с нежеланием родителей отдать ребенка именно в это учебное заведение, с проблемой низкого социального статуса школы и педагога как ее представителя. Это сложная задача, требующая времени, усилий, финансовых и материальных средств, но она объективна и реально выполнима.

С.З. Шадрина

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ФИЛИАЛА РГППУ В г. СОВЕТСКОМ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

С целью удовлетворения потребностей населения Ханты-Мансийского округа в профессиональном, интеллектуальном, культурном и нравственном развитии посредством приобретения высшего профессионального образования в г. Советском Тюменской области был открыт филиал Российского государственного профессионально-педагогического университета.

Работа филиала осуществляется в соответствии с учебными планами РГППУ, годовыми и перспективными планами филиала, предусматриваю-