

## **УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

*Барбінова А.В.  
Полтава, Україна*

Сучасна освітня система України потребує пристосування до мінливих умов суспільства. Саме тому ринок освітніх послуг динамічно розвивається, що вимагає особливої уваги до проблем, пов'язаних із конкурентоздатністю навчальних закладів. Важливо створити умови (науково-педагогічні, програмно-методичні, матеріально-технічні), які б забезпечували безперервний освітній процес. Забезпечення таких умов відіграє важливу роль у процесі формування іміджу навчального закладу.

Проблемам формування іміджу навчального закладу присвячені дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців – Л. Браун, М. Борисенко, А. Панасюк, А. Пелих, Н. Голота, Н. Казакова, Л. Карамушка, М. Левіт, О. Павленко, В. Шепель.

Імідж – це сукупність думок, ідей і вражень, яких дотримується людина або група людей щодо будь-якого об'єкта, яким може виступати послуга, організація, людина, ідея чи проект.

Варто відзначити, що імідж, на відміну від репутації, відрізняється тим, що він більше піддається штучній побудові, в його сприйнятті значну роль відіграє емоційна складова розумового процесу, в той час як репутація напрацьовується роками, конкретними справами і фактами.

Процес управління іміджем передбачає моніторинг, моделювання, захист, побудову, коригування. Формування, моніторинг і підтримка (корекція) іміджу у сучасних умовах можуть розглядатися як важливі складові системи управління освітнім закладом, що створюють умови для його виживання і розвитку, які потребують застосування спеціальних форм, методів, інструментів, заходів для впливу на людей.

Проблема іміджу навчального закладу – це проблема пошуку, розробки та застосування управлінських, пізнавальних та художньо-естетичних засобів створення позитивного образу навчального закладу.

Актуальним в умовах реформування освіти є процес формування іміджу організації (зокрема, навчального закладу) який може бути спрямований не тільки назовні, а й усередині організації. Від спрямованого всередину іміджу залежить те, якою мірою члени організації ідентифікуються з нею, а отже, мотиваційні характеристики їхньої діяльності в організації і ефективність її функціонування та можливості розвитку. Оскільки організація зазвичай має у своєму складі асоційованих членів, причому ступінь асоційованості може бути різним, то межа між варіантами іміджу, спрямованими назовні і всередину організації, не завжди є чіткою.

Зовнішній імідж – це сприйняття навчального закладу суспільством, засобами масової інформації, діловими колами, владними структурами та

міжнародними представництвами. Основними складовими зовнішнього іміджу є:

- забезпечення якісного рівня знань.
- наявність візитівки навчального закладу;
- зв'язки з громадськістю;
- зв'язки з іншими навчальними закладами;
- сучасний естетичний вигляд будівель і приміщень;
- участь та висока результативність участі в районних, міських, обласних заходах, конкурсах, виставках, тощо;
- організація та проведення міських семінарів на високому науково-методичному рівні;
- високий якісний показник участі учнів або студентів в предметних олімпіадах, конкурсах-захистах науково-дослідних робіт, творчих конкурсах, спортивних змаганнях, турнірах;

Внутрішній імідж – це внутрішня атмосфера навчального закладу, позитивне і негативне ставлення співробітників до керівництва і політиці управління. Основними складовими внутрішнього іміджу є:

- позитивний мікроклімат у колективі;
- об'єднання навколо ідеї;
- прогресивна команда адміністрації;
- оптимальний добір кадрів;
- високий рівень професіоналізму вчителів;
- забезпечення єдності освітнього процесу: навчання, виховання, фізичного розвитку;
- сучасна матеріально-технічна база;
- естетичний вигляд кабінетів;
- висока самооцінка;
- постійний пошук нового, прогресивного;
- зв'язок поколінь;
- високий рівень вихованості учасників освітнього процесу;
- сучасний імідж кожного викладача;
- сучасна система позакласної роботи.

Управління процесом формування позитивного іміджу передбачає низку заходів, спрямованих на утвердження передових позицій навчального закладу з-поміж інших навчальних закладів. Продуктивними є заходи PR-спрямування. До них належать:

1. Постійна співпраця із ЗМІ, створення і поширення друкованої та мультимедійної продукції на радіо, телебаченні, у соціальних мережах, сайті навчального закладу.

2. Залучення в якості учасників або експертів впливових людей і лідерів думок. Ще більшим ефект від інформації стає в тому випадку, якщо її вдається пов'язати з суспільно значущою проблемою.

3. Наявність іміджевих рекламно-інформаційних матеріалів (звіти, брошури, проспекти, інформаційні бюлетені і т. д.) Відіграють важливу роль у впливі на ринок і в інформуванні цільової аудиторії.

4. Активна виставкова діяльність. Спрямована як на вирішення завдань PR, так і на стимулювання збуту. З одного боку, ефективна робота на виставці сприяє виникненню ділових відносин з новими партнерами, з іншого – демонстрація значних досягнень навчального закладу. Вміла виставкова надає істотну допомогу у визначенні можливого попиту на освітні послуги конкретного навчального закладу, зміцненні доброї репутації тощо.

5. Використання фірмового стилю і основних елементів в дизайні рекламних матеріалів і їх приміщень, уніформі співробітників, сувенірної продукції і т.д. Допомогає створити візуальний образ організації і підвищує її пізнаваність.

Цілком очевидно, що управління іміджем навчального закладу є цілеспрямованим і планомірним процесом, а відтак, потребує спеціального керівництва і системної роботи.

## **ЗВ'ЯЗОК ЧАСІВ І ПОКОЛІНЬ ЗАСОБАМИ ПАМ'ЯТОК ІСТОРІЇ ТА КУЛЬТУРИ: ВІД А.С. МАКАРЕНКА ДО СЬОГОДЕННЯ**

*Бардінов А.В., Бардінов О.В.  
Полтава, Україна*

Кожен, хто підходить до приміщення «старого» корпусу Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка, на його фасаді бачить чотири меморіальні дошки, відкриті в 1982 році при сприянні і матеріальній допомозі обласної організації Українського товариства охорони пам'яток історії та культури, міського відділу культури, Українського республіканського педагогічного товариства. Напис на одній із них свідчить про те, що в дореволюційні часи у тодішньому Полтавському учительському інституті в 1914–1917 роках навчався видатний педагог і письменник А.С. Макаренко.

З нагоди вшанування пам'яті про Антона Семеновича Макаренка (1888–1939 рр.) у жовтні 1977 року в аудиторії №18 «старого» корпусу тодішнього Полтавського державного педагогічного інституту імені В.Г. Короленка була кімната-музей А.С. Макаренка за ініціативою і силами в основному викладачів кафедри педагогіки (наразі кафедра педагогіки і андрагогіки) із залученням студентів.

Студенти і гості знайомляться в музеї з більш як 100-літньою історією вишу, який веде свій початок від Полтавського учительського інституту, відкритого в 1914 році у складі 8 викладачів та 26 вихованців. Серед них був видатний педагог і письменник А.С. Макаренко, ім'я якого згодом стало відоме всьому світові.

Експозиція кімнати-музею є базою для навчально-виховної та дослідницької роботи студентів й аспірантів. Побудована вона за тематико-хронологічним принципом, маючи шість основних розділів: