УДК 371.11

Ирина Александровна БАБАНОВА, кандидат педагогических наук, преподаватель Театрального художественно-технического колледжа, г. Москва; e-mail: b-i-a2010@yandex.ru

Формирование позитивного имиджа образовательной организации — требования современности

Имидж образовательной организации во многом определяет позитивную ориентацию молодежи на получение профессионального образования в конкретном учреждении. При формировании положительного имиджа на современном рынке образовательных услуг учебному заведению необходимо выявить свои слабые и сильные позиции для определения приоритетов и стратегии дальнейшей работы.

Ключевые слова: имидж образовательной организации, профессиональное образование, критерии положительного имиджа, стратегия формирования имиджа.

Irina A. BABANOVA, candidate of pedagogical sciences, lecturer, Theatre Art and Technical College, Moscow; e-mail: b-i-a2010@yandex.ru

Modern Requirements: Creating a Positive Image of an Educational Institution

Positive orientation of the youth to receive vocational training in a particular institution is determined by the image of the educational organization in many respects. When forming a positive image on the market of educational services, the institution is necessary to identify its strengths and weaknesses to determine priorities and strategies of further work.

Keywords: image of educational institution, vocational education, criterion of positive image, the strategy of image formation.

Поскольку сегодня рынок образовательных услуг предлагает различные альтернативные варианты, возникает потребность формирования позитивного имиджа образовательных учреждений, как для их функционирования, так и для продвижения и развития своих образовательных продуктов.

Имидж образовательной организации (ОО) — это определенный, узнаваемый образ со свойственными этой образовательной организации характеристиками.

Необходимость формирования положительного имиджа определяется не только конкуренцией на рынке образовательных услуг, демографической ситуацией в стране, но и сложностью профессионального самоопределения выпускников общеобразовательных школ, а также оптимизацией и формированием различных типов и видов образовательных комплексов, организаций и т. д.

Формирование положительного имиджа должно проходить на основе новых программ развития образовательных учреждений, обеспечивающих целенаправленное внедрение инновационных методик преподавания и воспитания, индивидуальных образовательных программ.

Директор ОО должен уметь формировать эффективную команду управления, а образовательное учреждение — обеспечивать условия как для самореализации обучающихся, так и самих сотрудников; стимулировать инновационную деятельность и инициативность; организовывать и поддерживать взаимовыгодное сотрудничество с работодателями и социальны-

ми партнерами в различных формах взаимодействия; поддерживать имидж ОО лучшими традициями и т. п.

Применение определенных методов и средств по формированию положительного имиджа позволяет не только достичь запланированных результатов, но и эффективно использовать при этом все имеющиеся ресурсные потоки образовательной организации. Существует ряд критериев, по которым можно определить привлекательность образовательной организации (рисунок).

Для эффективного решения задач, стоящих перед образовательной организацией по формированию положительного имиджа, нужна слаженная система управления ее деятельностью, основу которой представляет собой выстраивание определенного управленческого процесса. Обладание команды управления ОО необходимыми знаниями, навыками и умениями — важнейший фактор успеха реализации программ социально-экономического развития.

Имидж образовательной организации формируется на основе интегрированной информации о самой организации, о ее образовательной и воспитательной деятельности.

Положительный имидж должен представлять собой определяющий элемент развития ОО, что обеспечивается сложившимися традициями образовательного учреждения, внедрением определенной системы формирования механизмов, инициирующих и поддерживающих наработку новых знаний и реализующих новые идеи, которые приводят к положительным изменениям и трансформации содержания и качества образования. Это должно помогать выпускникам учебных заведений не просто осваивать какие-то знания, умения, профессиональные и общие компетенции, навыки, но и эффективнее решать возможные проблемы и задачи как в профессиональной сфере, так и в личной жизни.

Должно быть понимание того, что может обеспечить наибольшую отдачу в конкретном учебном заведении, какие новые идеи, методы, способы смогут привести к желаемому результату — достижению высокой эффективности как образовательной, так и воспитательной деятельности, а это весомая основа обеспечения и сохранения положительного имиджа учебного заведения.

На примере Театрального художественно-технического колледжа г. Москвы рассмотрим, как формируется имидж образовательной организации.

Это образовательное учреждение было основано 20 октября 1931 года по распоряжению Управления по делам искусств при Моссовете как школа технических профессий зрелищных предприятий. Оно и сегодня сохраняет заложенные традиции. В те годы школа готовила электроосветителей сцены, машинистов-декораторов, бутафоров, гримеров и костюмеров для театров Москвы, а сегодня колледж обучает еще и звуковиков, специалистов по обслуживанию театральных сцен, аниматоров, рекламщиков.

Театральный художественно-технический колледж представляет собой многопрофильное образовательное учреждение, которое реализует основные профессиональные образовательные программы, а кроме того, программы дополнительного профессионального образования (программы повышения квалификации), подготовительные курсы школы «Абитуриент», адаптированные к внешним социально-экономическим, демографическим и рыночным условиям современной экономики.

Колледж выпускает востребованных специалистов, при этом он не только трудоустраивает всех своих выпускников, но и сопровождает их дальнейший карьерный рост. В заведении имеется достаточный банк данных с запросами работодателей по вакантным должностям по специальностям и квалификациям.

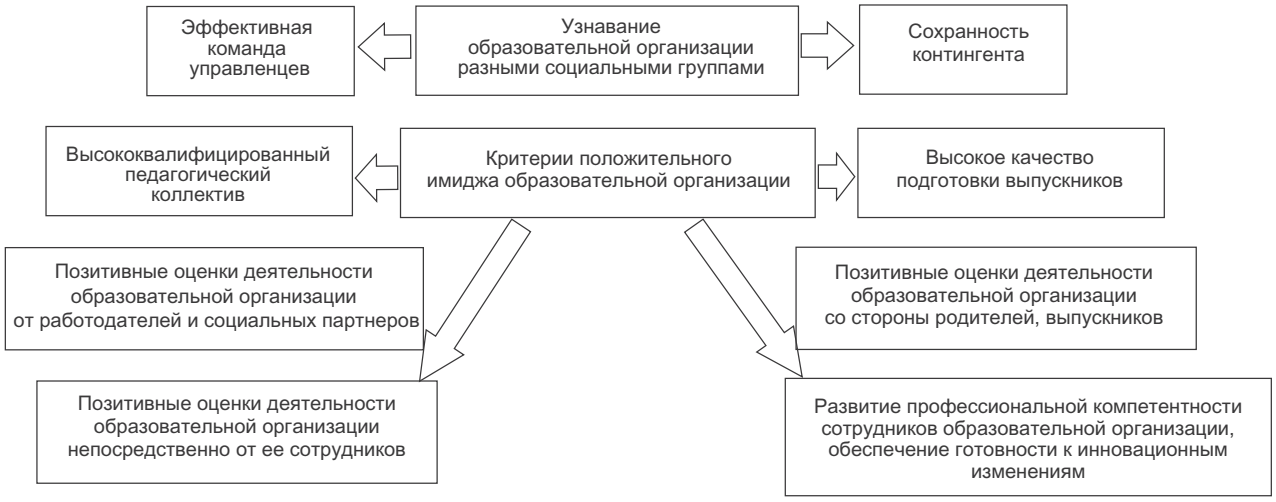

Рисунок. Критерии положительного имиджа образовательной организации

У социальных партнеров есть возможность присмотреться к студентам уже при прохождении технологической практики для пополнения своего штата перспективными выпускниками, и на момент окончания колледжа более половины студентов старших курсов успешно совмещают учебу и работу по специальности. Колледж поддерживает тесную связь с работодателями, совместно определяя круг важных задач по подготовке высококвалифицированных специалистов, привлекая их к участию в различных мероприятиях: выставки, пресс-конференции, научно-практические конференции и т. п.

Во время прохождения практики у студентов появляется возможность поработать в разных театрах, рекламных и анимационных студиях, набраться опыта, закрепить на практике полученные знания, присмотреть место своей будущей работы.

Формированию положительного имиджа образовательного учреждения помогают Дни открытых дверей, постоянное участие студентов, а также преподавателей колледжа в различных выставках, форумах, конкурсах, выступлениях. При этом вся информация о деятельности образовательного учреждения, всех отделений и комиссий, а также непосредственно самих студентов и преподавателей широко и подробно представлена на сайте колледжа.

Благоприятный имидж способствует конкурентоспособности организации на рынке образовательных услуг. Поэтому, несмотря на большое количество различных образовательных организаций, ТХТК каждый год имеет устойчивый интерес среди абитуриентов на свои специальности, а по некоторым из них конкурс составляет по несколько человек на место.

На формирование имиджа влияет и профориентационная работа, проводимая с абитуриентами и студентами, которая направлена на повышение заинтересованности к обучению по выбранной специальности, что сказывается и на наборе по специальностям, и на качестве подготовки специалистов.

Список литературы

1. *Зуева Е. И. Подходы к формированию имиджа образовательного учреждения : сб. статей IV Междунар. науч.-теорет. конф. «Образование и наука в третьем тысячелетии» / Алт. эконом.-юр. ин-тут. URL: http://aeli.altai.ru/nauka/sbornik/2002/zueva.html (дата обращения: 28.06.2016).*

2. *Петрова Е. А. Имидж специалиста — имидж организации — имидж профессионального образования в России // PR в образовании. 2003. № 4. С. 104—105.*

3. *Пискунова Т. Н. Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения : дис. ... канд. психол. наук. М., 1998.*

РЕЙТИНГ ВУЗОВ РОССИИ

Рейтинговое агентство «Эксперт РА» обнародовало ежегодный рейтинг вузов России. Данный рейтинг составлялся на основе комплексного исследования статистических показателей и опроса, в котором приняли участие более 7,5 тысяч респондентов. Опрос проводился среди работодателей, преподавателей, выпускников и студентов самых крупных вузов страны.

По сравнению с 2015 годом тройка лидеров осталась неизменной. Лидирующее первое место уже три года подряд занимает Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, который имеет все ресурсы и необходимую материально-техническую базу для получения качественного высшего образования. На второй позиции оказался Московский физико-технический институт, который по многим показателям считается лучшим техническим высшим учебным заведением страны. Третье место досталось Московскому государственному техническому университету имени Н. Э. Баумана.

Рейтинговое исследование вновь подтвердило различия между потребностями современного работодателя и предпочтениями абитуриентов. Работодателям по-прежнему в большей мере требуются сотрудники «технических» специальностей, однако среди абитуриентов наблюдается спрос на управленческие и экономические специальности. Данное несоответствие порождает недостаток кадров на технические должности и способствует стремительному росту стоимости контрактного обучения среди экономической и управленческой направленности.

10 самых престижных вузов России 2016 года

1. Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
2. Московский физико-технический институт (государственный университет)
3. Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана
4. Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
5. Санкт-Петербургский государственный университет
6. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
7. Национальный исследовательский Томский политехнический университет
8. Новосибирский национальный исследовательский государственный университет
9. Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД РФ
10. Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

Источник: http://bs-life.ru/rabota/personal/vuzy2015-.html