**Сєрікова О.С.**

**ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ВНЗ ЯК ОСНОВА ЙОГО КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ**

В умовах реформування системи вищої освіти навчальні заклади опинилися в ситуації, коли слід доводити свою необхідність, доцільність, перспективність, відповідність високим сучасним вимогам, які висуваються як абітурієнтами і студентами, так і роботодавцями. Як свідчить аналіз літературних джерел, у сучасному суспільстві необхідність формування іміджу навчального закладу обумовлена наступними причинами: - складна демографічна ситуація підсилює конкуренцію серед освітніх закладів однієї території в боротьбі за набір учнів і збереження контингенту; - сильний позитивний імідж полегшує доступ освітнього закладу до кращих ресурсів: фінансових, інформаційних, людських тощо;- маючи сформований позитивний імідж, освітній заклад за рівних умов стає привабливішим для педагогів, адже може забезпечити їм стабільність і соціальний захист, задоволеність працею і професійний розвиток; - стійкий позитивний імідж дає ефект придбання освітнім закладом певної сили, тобто створює запас довіри до всього, що відбувається в стінах закладу, зокрема й до інноваційних процесів.

Дана робота була присвячена проблемі формування позитивного іміджу освітнього закладу на прикладі УІПА. На основі теоретичного аналізу літератури схарактеризовані наступні найбільш важливі положення: 1. Визначено поняття "імідж", яке походить від лат. imago (зображення, відображення, видимість), пов´язаного з латинським словом imitare, що означає "імітувати". Згідно з тлумачним словником Вебстера, імідж — це імітація, тобто подання зовнішньої форми якогось об´єкта чи особи. Він є уявленням про людину, товар чи інститут, що цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою засобів масової інформації, реклами або пропаганди. 2. Розкрито сутність поняття «позитивний імідж ВНЗ» та його структура; теоретично обгрунтовано, що сформований позитивний імідж навчального закладу є інструментом досягнення стратегічних цілей, що охоплюють основні сторони діяльності ВНЗ і орієнтуються на перспективу. Проте, позитивна популярність не виникає сама по собі, вона потребує цілеспрямованої систематичної роботи. 3. Було проаналізовано основні аспекти існучого іміджу Української інженерно-педагогічної академії. Для підвищення позитивного іміджу академії було розроблено і реалізовано проект: «Розвиток іміджу Української інженерно-педагогічної академії в рамках проведення профорієнтаційної роботи з абітурієнтами 2015р. кафедрою ПМПН», основний зміст якого полягав у підвищенні та зміценні позитивного іміджу академії в очах абітурієнтів, їх батьків та громадськості міста. Цей захід трансльовано on-line, в мережі Internet. Його змогли продивитися у запису всі охочі, хто відвідав сайт академії: uipa.edu.ua. В соціальних мережах було створено форум для обговорення : « Імідж УІПА-сьогодні і завтра».В результаті реалізації проекту, за визначеннями представників цільової аудиторії (батьків, абітурієнтів, викладачів шкіл) проведення даного заходу забезпечило зміцнення іміджу академії, що свідчить про виконання завдань і досягнення поставленої мети дослідження

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Робота виконана під керівництвом к.пед.н. кафедри ПМПН Бєлікової В.В.