

УДК 336.1

Н.В. Сафин

Оренбургский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Оренбург, email: nikita.safin@mail.ru

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ИМИДЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В ГАПОУ «КОЛЛЕДЖ СЕРВИСА»

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, имиджевая деятельность профессиональной образовательной организации, модель управления имиджевой деятельностью, состояния имиджевой деятельности в профессиональной образовательной организации, научно-методического сопровождения процесса управления имиджевой деятельностью.

Рассматривается проблема разработки и внедрения модели управления имиджевой деятельностью в конкретном профессиональном образовательном учреждении. Уточняется понятие имиджевой деятельности профессиональной образовательной организации. Определяются основные элементы модели имиджа профессиональной образовательной организации, а также основные этапы реализации модели управления имиджевой деятельностью. Результатом опытно-экспериментальной работы стало создание научно-методического сопровождения процесса управления имиджевой деятельностью в профессиональной образовательной организации, а именно, были разработаны: Примерное положение об информационно-имиджевой политике ГАПОУ «Колледж сервиса» и Примерный план мероприятий управления имиджевой деятельностью в ГАПОУ «Колледж сервиса».

N.V. Safin

Orenburg branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Orenburg, email: nikita.safin@mail.ru

MODEL OF MANAGEMENT OF IMAGE ACTIVITIES IN SAVEI "COLLEGE OF SERVICE"

Keywords: market of educational services, image activity of a professional educational organization, model of image activity management, state of image activity in a professional educational organization, scientific and methodological support of the image activity management process.

The article studies the problem of developing and implementing a model for managing image activities in a professional educational institution in the city of Orenburg. The concept of image-building activity of a professional educational organization is specified. The main elements of the image model of a professional educational organization are determined. In addition, the main stages of the implementation of the image management model are highlighted. The result of the experimental work found expression in the creation of scientific and methodological support for the process of image management in a professional educational organization. An Approximate regulation on the information and image policy of the SAVEI "College of Service" and an Approximate action plan for managing image activities in the SAVEI "College of Service" were developed.

В условиях конкурентного рынка образовательных услуг организациям среднего профессионального образования (СПО) необходимо учитывать, как интересы потребителей образовательных услуг, так и требования заказчиков и плательщиков образовательных услуг, которые, в свою очередь, обязательно учитывают имидж образовательного учреждения, сложившийся на рынке. Иными словами, особую актуальность приобретает процесс формирования и поддержания положительного имиджа профессиональной образовательной организации, как важнейшего инструмента

конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг.

На рынке образовательных услуг Оренбургской области в сегменте профессиональных образовательных организаций особое место занимает ГАПОУ «Колледж сервиса», который обладает всем необходимым потенциалом для формирования и поддержания позитивного имиджа среди учреждений данного уровня. А руководство и органы управления колледжа обладают необходимыми знаниями и квалификацией для внедрения и эффективного использования имиджевых технологий.

Рассмотрение практического опыта деятельности профессиональных образовательных организаций позволило выявить противоречие между осознанием важности позитивного имиджа организации среднего профессионального образования для повышения её конкурентоспособности на локальном рынке образовательных услуг и недостаточной разработанностью универсальных стратегий и моделей управления имиджевой деятельностью учреждений СПО.

Цель исследования

Цель данного исследования нами обозначена, как разработка модели управления имиджевой деятельностью ГАПОУ «Колледж сервиса»

В качестве основных задач текущего исследования мы определили:

- 1) выявление особенностей формирования имиджевой деятельности профессиональной образовательной организации и разработка модели управления;
- 2) проведение анализа состояния имиджевой деятельности в ГАПОУ «Колледж сервиса»;
- 3) описание результатов опытно-экспериментальной работы по апробации модели управления имиджевой деятельности ГАПОУ «Колледж сервиса».

Материал и методы исследования

Исследователь экономики образования Г.А. Матевосян предлагает рассматривать формирование имиджа организации как заранее спланированный и целенаправленный процесс, который затрагивает различные аспекты функционирования образовательного учреждения. Соответственно, реализация данного процесса предполагает достижение конкретной цели – создание положительного имиджа организации, а также формулировку логически взаимосвязанных задач, поэтапная реализация которых, позволит прийти к этой цели [2, с. 265].

Создание и разработка имиджа профессиональной образовательной организации включает в себя такие процедуры, как:

- 1) продвижение и реклама образовательного учреждения;
- 2) формирование положительного отношения общественных групп;

3) поддержание доверительных отношений с участниками образовательных отношений;

4) предотвращение появления коммуникативных барьеров между учреждением образования и потребителями образовательных услуг [2, с. 266].

Однако ориентация только на интересы и потребности участников образовательных отношений при создании имиджа профессиональной образовательной организации невозможно без глубокого анализа ресурсных возможностей самой организации, а именно: материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Для этого используется методика SWOT-анализа, ориентированного на выявление слабых и сильных стороны посредством диагностики внешней и внутренней среды образовательной организации.

Проведение подобных аналитических процедур можно передать на аутсорсинг соответствующим консалтинговым компаниям, а можно попробовать провести его собственными силами, привлекая к работе преподавателей экономических дисциплин или персонал, обладающий соответствующей квалификацией, разделив аналитическую работу между группами, отвечающими за конкретное направление анализа.

Процесс формирования и управления положительным имиджем можно разделить на несколько крупных последовательных этапов, каждый из которых, в свою очередь, включает подэтапы, действия, инструменты, методы и приёмы их реализации:

- 1) определение цели и задач профессиональной образовательной организации;
- 2) выбор актуальной имиджевой стратегии;
- 3) формирование позитивного имиджа организации;
- 4) определение способов продвижения образовательного учреждения и их внедрение и использование.

В качестве основных инструментов реализации указанных этапов можно предложить следующие:

- 1) формирование корпоративной культуры и её основных элементов: соответствующей корпоративной политики и дизайна образовательного учреждения;

2) создание положительного имиджа предоставляемых образовательных услуг посредством повышения их качества;

3) совершенствование и продвижение социального имиджа образовательного учреждения;

4) формирование и поддержание имиджа директора профессиональной образовательной организации и педагогического персонала [2, с. 266].

Таким образом, под имиджевой деятельностью профессиональной образовательной организации мы рассматриваем целенаправленный процесс формирования положительного имиджа у участников образовательных отношений, который предусматривает поэтапную реализацию определённых задач с использованием различных стратегий и методов. Можно сказать иначе, имиджевая деятельность образовательного учреждения заключается в разработке имиджевой политики профессиональной образовательной организации и её реализации.

Для понимания и формирования модели управления имиджевой деятельностью необходимо, прежде всего, определить основные составляющие элементы модели имиджа профессиональной образовательной организации. А именно, того, как воспринимают образовательную организацию её текущие и потенциальные потребители образовательных услуг.

Модель имиджа профессиональной образовательной организации включает в себя восемь значимых элементов, на которые впоследствии должно быть ориентировано управление имиджевой деятельностью.

Модель имиджа профессиональной образовательной организации включает в себя восемь значимых элементов, на которые впоследствии должно быть ориентировано управление имиджевой деятельностью:

1) имидж образовательных услуг профессиональной образовательной организации;

2) имидж участников образовательных отношений;

3) внутренний имидж профессиональной образовательной организации;

4) имидж руководителя образовательного заведения;

5) имидж обучающихся и преподавательского состава образовательной организации;

6) визуальный имидж профессиональной образовательной организации;

7) социальный имидж учреждения образования;

8) бизнес-имидж образовательной организации [1].

Указанные основные элементы модели имиджа профессиональной образовательной организации позволяют перейти к изучению модели управления имиджевой деятельностью образовательной организации, которая складывается из конкретных этапов управленческой деятельности.

Первый этап реализации модели управления имиджем образовательного учреждения заключается в формулировании её миссии.

Формулирование миссии профессионального образовательного заведения основывается на изучении внешней среды организации. Миссия профессиональной образовательной организации основывается на специфике образовательной деятельности и представляет собой основную идею, или иначе, концепцию образовательного учреждения. В процессе анализа внешней среды образовательной организации определяются её слабые и сильные стороны. Для этого может быть использован традиционный SWOT-анализ. Слабые стороны должны быть тщательно изучены и продуманы варианты их усиления, в то время, как сильные стороны должны служить информационной основой для формирования позитивного имиджа профессиональной образовательной организации. Они подлежат актуализации и совершенствованию [1].

Второй этап реализации модели управления имиджем образовательного учреждения посвящён выявлению целевой аудитории: как потенциальных потребителей образовательных услуг, так и участников образовательных отношений, которых мы рассматривали выше. К уже указанным участникам необходимо добавить средства массовой информации, потенциальных и реальных работодателей, а также других социальных партнёров.

Отметим, что выпускники профессиональных образовательных организаций выступают основными носителями и распространителями информации о нём. Восприятие образовательного учреждения, его образ, сформированный у выпускников, служит основой для привлечения в данное заведение друзей, близких, знакомых и родственников. Также важно понимать, что выпускники являются некой «визитной карточкой» образовательного учреждения, а уровень сформированности профессиональных компетенций выступает сигналом для потенциальных работодателей и закрепляет за образовательным учреждением положительный или отрицательный образ. Общение обучающихся и выпускников в социальных сетях, поведение в общественных местах позволяет сформировать определённое впечатление у потенциальных будущих потребителей образовательных услуг.

Не стоит забывать о таком важном участнике образовательных отношений, как родители обучающихся. Они составляют важнейшую часть целевой аудитории профессиональных образовательных организаций, и работа с ними выступает чуть ли не главной составляющей модели управления имиджем образовательной организации. Родители являются наиболее компетентными субъектами, которые в состоянии как реально оценить деятельность заведения профессионального образования, так и сформулировать собственное мнение и скорректировать общественное отношение к организации [1].

Социальные партнёры профессиональных образовательных организаций также подлежат обязательному учёту в процессе управления имиджевой деятельностью организации. Образовательные организации СПО осуществляют активную общественную деятельность, которая служит обязательным условием продвижения организации и образовательных услуг, которых она оказывает на рынке. Более того, социальная активность профессиональных образовательных организаций выступает основанием для долгосрочных партнерских отношений и привлечения спонсорской помощи, государственных ассигнований и грантов.

Очень важными участниками, способными напрямую повлиять на формирование позитивного имиджа образовательного учреждения выступают средства массовой информации. Это главные проводники и агенты создания имиджа профессиональной образовательной организации в глазах общественности. Активное сотрудничество с ними и своевременное информирование о планах или достижениях образовательных организаций СПО не только позволит увеличить количество потенциальных партнёров, но и создать у общественности позитивный имидж организации. Именно в этом и заключается одна из стратегий управления имиджем профессиональной образовательной организации [1].

Стратегия работы со средствами массовой информации во многом зависит от миссии и целей образовательного учреждения, а также его мотивов, например, для привлечения состоятельных потребителей образовательных услуг образовательное учреждение должно ориентироваться на продвижение и рекламу образовательных услуг, реализуемых на коммерческой основе, а привлечение социальных партнёров осуществляется за счёт участия в различных социальных проектах и акциях.

Третий этап реализации модели управления имиджем образовательного учреждения заключается в целенаправленном планировании имиджевой деятельности, который предполагает разработку плана мероприятий по формированию позитивного имиджа образовательной организации, работу над внутренними документами, в том числе над положением об организации информационно-имиджевой деятельности учреждения образования [5, с. 84].

Все мероприятия по формированию позитивного имиджа образовательной организации можно разграничить на внутренние и внешние.

Планирование имиджевой деятельности на последней стадии подразумевает определение ответственных за реализацию мероприятий по структурным подразделениям образовательной организации, организацию, обеспечение и постоянный мониторинг плодотворной тесной обратной связи со всеми

представителями целевой аудитории образовательного заведения.

Заключительный этап реализации модели управления имиджевой деятельностью посвящён внедрению в жизнь запланированных внутренних и внешних мероприятий. Необходимо обеспечить их связь с образовательным процессом, программой воспитания, контроль за их выполнением и формирование отчётности о самообследовании. Также это контроль эффективности разработанных и реализованных мероприятий и их корректировка посредством подробного анализа и соотнесения сформированного имиджа образовательного учреждения с запланированными результатами и показателями.

Далее, задачей нашего исследования выступает проведение анализ состояния имиджевой деятельности ГАПОУ «Колледж сервиса».

В качестве объекта апробации модели управления имиджевой деятельностью профессиональной образовательной организации был определён ГАПОУ «Колледж сервиса». Его полное наименование – Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Колледж сервиса г. Оренбурга Оренбургской области».

По организационно-правовой форме колледж является государственным учреждением, а то типу – автономным.

Колледж относится к группе профессиональных образовательных организаций рынка образовательных услуг города Оренбурга и Оренбургской области.

В качестве учредителя данной образовательной организации выступило Министерство образования Оренбургской области, которое осуществляет контроль за деятельностью обладает имущественными правами на праве оперативного управления.

ГАПОУ «Колледж сервиса» имеет собственный сайт, на котором представлена исчерпывающая информация о направлениях деятельности колледжа и образовательных услугах, которые он оказывает. Адрес сайта: колледжсервиса.рф.

Главная цель и миссия ГАПОУ «Колледж сервиса» выступает предоставление образовательных услуг населению

по образовательным программам СПО и программам профобучения.

ГАПОУ «Колледж сервиса» обладает отлаженной системой управления, которая ориентирована на участников образовательных отношений: обучающихся, их родителей, преподавательский состав, работодателей и социальных партнеров. В соответствии с Уставом организационная структура колледжа формируется и утверждается директором.

Имеющаяся в колледже организационная структура сформирована и утверждена по распоряжению директора, при её разработке учитывались основные задачи функционирования, стоящие перед профессиональной образовательной организацией.

Структурными подразделениями ГАПОУ «Колледж сервиса» реализуется основная цель деятельности образовательного заведения в рамках принципа единого учебно-воспитательного комплекса.

К структурам управления ГАПОУ «Колледж сервиса» относится наблюдательный совет, который функционирует в составе выбранных членов и председателя пять лет. Среди членов совета необходимо отметить представителей учредителя и органов власти, представители общественности и социального партнёрства [4].

На данный момент руководство колледжем осуществляет автор данной статьи Сафин Н.В., его официальный директор, назначенный учредителем.

Также к системе управления ГАПОУ «Колледж сервиса» относится общее собрание профессионального образовательного учреждения, заседания которого проходят раз в полгода, его состав представлен не только управленческим персоналом, но и педагогическими работниками колледжа и студентами. В компетенции общего собрания ГАПОУ «Колледж сервиса» входят вопросы внесения изменений в устав образовательного учреждения, утверждения комплекса внутренних правил, избрания членов Совета ГАПОУ «Колледж сервиса», контроль и обсуждение результатов работы последнего.

Совет ГАПОУ «Колледж сервиса» является выборным управленческим органом, членами которого, наряду с руко-

водящим и педагогическим персоналом, являются представители работодателей и социальных партнёров.

Также к структурам управления ГАПОУ «Колледж сервиса» относится Педагогический совет, работа которого направлена на решение учебно-методических педагогических и воспитательных задач [4].

Также в структуре колледжа стоит отметить Студенческий совет, который лоббирует интересы студентов и осуществляет некоторые функции самоуправления.

Директор, заместители директора по учебно-производственной работе, воспитательной работе, по общеобразовательной деятельности, проектной деятельности, организационно-методической работе, административно-хозяйственной работе, главный бухгалтер, заведующие отделениями выполняют функции оперативного управления учебно-воспитательным процессом [4].

Также систему управления ГАПОУ «Колледж сервиса» дополняют специализированные по специальностям и профессиям структурные подразделения, которыми руководят заведующие.

ГАПОУ «Колледж сервиса» создаёт условия для функционирования различных методических комиссий по разным направлениям: молодые специалисты, кураторство, преподавание по группам дисциплин.

Управленческая деятельность учредителя ГАПОУ «Колледж сервиса», прежде всего, реализуется в рамках аттестация педагогических работников, а также формирования государственного заказа, связанного с подготовкой специалистов [4].

Преподавательский состав ГАПОУ «Колледж сервиса» достаточно квалифицирован и подобран в соответствии с требованиями ФГОС СПО по подготовке соответствующих специалистов.

На конец 2021 года количественный состав штатных педагогических работников составлял 87 человек, среди которых не только преподаватели, но и социальные педагоги, педагоги-психологи, тьютеры, воспитатели и педагоги дополнительного образования. Высшее образование имеют большинство преподавателей ГАПОУ «Колледж сервиса»,

менее 10% персонала получили среднее профессиональное образование. Педагогический персонал состоит из преподавателей высшей и первой квалификационной категории, шесть человек имеют кандидатскую учёную степень.

Уровень квалификация педагогических кадров колледжа достаточно высок, более того, как того требуют ФГОС СПО, педагогический персонал в обязательном порядке проходит повышение квалификации, что положительно влияет на качество предоставляемых образовательных услуг и, в конечном итоге, способствует формированию положительного имиджа профессиональной образовательной организации [3].

Повышению уровня профессионального мастерства педагогических кадров ГАПОУ «Колледж сервиса», также способствуют иные формы и методы: профессиональная переподготовка, проведение открытых занятий и мастер-классов, взаимопосещение уроков и практическая стажировка преподавателей.

ГАПОУ «Колледж сервиса» предлагает широкий спектр образовательных услуг по программам подготовки специалистов среднего звена, программ профессионального обучения и программ подготовки квалифицированных рабочих и служащих. Данная деятельность реализуется в рамках ФГОС СПО по соответствующим специальностям, с учётом требований профессиональных стандартов

Таким образом, мониторингу и контролю качества образовательных услуг уделяется серьёзное внимание, к этому процессу привлечены заместители директора, заведующими отделениями и практиками. С целью повышения успеваемости обучающихся результаты контроля обсуждаются на педсовете, заседаниях методических объединений, что служит основанием для разработки инновационных и актуальных приёмов и методов преподавания в ГАПОУ «Колледж сервиса».

В 2021 году общая численность обучающихся в ГАПОУ «Колледж сервиса» составила почти полторы тысячи студентов (точнее – 1472 чел.), занятия проводились в очной форме, а в момент проведения карантинных мероприятий

с использованием средств дистанционного обучения: Гуглкласс, Зум, Цифровая школа Оренбуржья, Скаймарт и др. Особая нагрузка пришлась на образовательную платформу Гуглкласс, использование которой позволило обучающимся своевременно выполнять и размещать выполненные домашние задания, а преподавателям оперативно их проверять и оценивать. Дистанционное обучение не оказало негативного влияния на успеваемость обучающихся: абсолютная успеваемость за 2021 год увеличилась до 91%, как и качественная успеваемость, показатель которой составил 47,9% [3].

Для реализации образовательного процесса в ГАПОУ «Колледж сервиса» осуществляется серьёзная методическая работа, которая выступает обязательным условием трудовой деятельности педагогов колледжа. Ежегодно разрабатываются и обновляются учебно-методические комплексы по всем учебным дисциплинам и модулям. Для повышения уровня педагогического и методического мастерства преподавательского состава колледжа проводятся мастер-классы, открытые уроки, каждый месяц организуются предметно-профессиональные недели, на базе ГАПОУ «Колледж сервиса» работает региональное учебно-методическое объединение.

Таким образом, высокие показатели успеваемости обучающихся, контроль качества образовательных услуг и постоянный мониторинг и методическое совершенствование образовательного процесса можно рассматривать, как сильные стороны ГАПОУ «Колледж сервиса», которые выступают конкурентными преимуществами профессиональной образовательной организации.

Обучающиеся и преподавательский состав ГАПОУ «Колледж сервиса» постоянно участвуют в разнообразных конкурсах и олимпиадах городского, регионального и федерального уровня, как в очном, так и в дистанционном формате. Подобного рода мероприятия позволяют студентам не только проявить творческие и интеллектуальные способности, но и способствуют формированию позитивного имиджа образовательного заведения, поскольку обучающиеся являются его живой «визитной карточкой».

Студенты постоянно принимают участие в Региональном чемпионате «Молодые профессионалы» WorldSkills Russia, который ежегодно проходит в Оренбургской области по различным профессиональным компетенциям, они уверенно занимают призовые места.

Совместно с учредителем ГАПОУ «Колледж сервиса» и органами исполнительной власти Оренбургской области колледж проводит в своих стенах раз в год региональный чемпионат «Абилимпикс», который позволяет продемонстрировать профессиональные навыки и мастерство обучающимся с ограниченными возможностями и инвалидам.

Среди внутренних мероприятий колледжа необходимо отметить ежегодный фестиваль «Точка роста», который проводится с целью выявления талантов и будущих профессиональных мастеров среди студентов колледжа.

Всего за 2021 год студенты ГАПОУ «Колледж сервиса» посетили 30 мероприятий городского, областного, регионального и всероссийского уровня (художественных, творческих и педагогических конкурсах, а также в спортивных соревнованиях), обучающиеся колледжа получили: 23 диплома I степени; 8 дипломов II степени и 4 диплома III степени [3].

Необходимо отметить, что обучающиеся ГАПОУ «Колледж сервиса» практически каждую неделю принимают участие в новых разнообразных праздничных, спортивных, образовательных и иных мероприятиях, которые проводятся социальными партнёрами образовательного учреждения, как на городском уровне, так и региональном. Участие в подобных мероприятиях, позволяет ГАПОУ «Колледж сервиса» завить о себе, повысить интерес к профессиональному образованию и проблемам образовательных организаций СПО, повысить статус и укрепить имидж заведения в глазах общественности города и региона.

Ещё один вид деятельности колледжа – организация интересных внутренних внеклассных мероприятий, направленных на морально-духовное и патриотическое воспитание обучающихся, развитие их профессиональных интересов и творческих способностей.

Поскольку основным видом деятельности ГАПОУ «Колледж сервиса» выступает образовательная, важнейшими элементами подготовки специалистов среднего звена является оптимально организованная учебная и производственная практика, с ярко выраженным прикладным характером. Выполняя требования ФГОС СПО и профессиональных стандартов по различным специальностям и рабочим профессиям колледж старается максимально обеспечить её прикладную направленность, организуя базы прохождения практики в сотрудничестве с работодателями. В процессе прохождения практик, обучающиеся получают возможность расширить свои теоретические знания, совершенствовать профессиональные умения и навыки (компетенции) и получить практический опыт.

Для организации баз практик руководство колледжа заключает договоры с предприятиями и организациями города и области, деятельность которых совпадает с профилем подготовки специалистов среднего звена в ГАПОУ «Колледж сервиса».

Выбор баз практики осуществляется не только на основе требований ФГОС, но на основе анализа рынка труда города и области, с целью определения наиболее оптимальных вариантов.

Однако партнерские отношения с работодателями не ограничиваются исключительно определением мест прохождения практик. Работа с социальными партнерами ведётся по нескольким направлениям. Поскольку работа с социальными партнерами была определена нами, как значимая с точки зрения управления имиджевой деятельностью образовательной организации, ГАПОУ «Колледж сервиса» ежегодно увеличивает количество предприятий и организаций, с которыми ведёт тесное и плодотворное. На конец 2021 года количество предприятий – социальных партнеров колледжа достигло полусотни.

Как и профессионализм, не менее значимым показателем для оценки имиджевой деятельности образовательной организации выступает уровень обученности выпускников, который в ГАПОУ «Колледж сервиса» довольно высок.

Одной из важнейших задач ГАПОУ «Колледж сервиса» является обеспе-

чение выпускников достойными рабочими местами, помощь в трудоустройстве и гарантирование высокого уровня конкурентоспособности на рынке труда. Для реализации указанных задач в колледже организован Центр по содействию трудоустройства выпускников. Трудоустройство выпускников профессиональной образовательной организации выступает не только важным показателем качества образовательных услуг, но характеристикой конкурентоспособности колледжа на рынке СПО. Согласно данным за 2021 год общий показатель трудоустройства выпускников ГАПОУ «Колледж сервиса» достиг уровня 65%, что свидетельствует о том, что подготовленные в колледже специалисты среднего звена довольно востребованы на локальном рынке труда [3].

Результатом опытно-экспериментальной работы стало создание научно-методического сопровождения процесса управления имиджевой деятельностью в профессиональной образовательной организации, а именно, были разработаны:

- 1) Положение об информационно-имиджевой политике ГАПОУ «Колледж сервиса»;
- 2) План мероприятий управления имиджевой деятельностью в ГАПОУ «Колледж сервиса».

Поскольку среди внутренних документов ГАПОУ «Колледж сервиса» отсутствовало какое-либо положение, распоряжение (приказ), который бы затрагивал вопросы управления имиджевой деятельностью профессиональной образовательной организации, было принято решение разработать Примерное положение об информационно-имиджевой политике ГАПОУ «Колледж сервиса» (далее – Примерное положение), которое состоит из логически связанных между собой разделов. В первом разделе указаны общие положения относительно проведения информационно-имиджевой политики в ГАПОУ «Колледж сервиса».

Во втором разделе Примерного положения обозначены цель и основные задачи имиджевой политики колледжа. В качестве основной цели реализации информационно-имиджевой политики ГАПОУ «Колледж сервиса» было определено формирование и развитие

привлекательного образа колледжа как одного из ведущих современных образовательно-методических центров Оренбургской области.

В третьем разделе Примерного положения приведена характеристика информационно-имиджевой политики ГАПОУ «Колледж сервиса». Рассмотрены основные элементы модели имиджа образовательного учреждения, которые были указаны нами ранее.

Четвёртый раздел содержит нормативно-правовую базу информационно-имиджевой политики ГАПОУ «Колледж сервиса», в нем приводится список законодательных документов и внутренних документов колледжа, затрагивающих проблемы управления имиджевой деятельностью образовательного учреждения.

В разделе № 5 нами были определены основные направления и мероприятия информационно-имиджевой политики ГАПОУ «Колледж сервиса», с учётом проведённого ранее анализа имиджевой деятельности колледжа.

В шестом разделе описаны механизмы реализации информационно-имиджевой политики ГАПОУ «Колледж сервиса», которые были подобраны на основе основных направлений и мероприятий предыдущего раздела.

В заключительном седьмом разделе обозначены ожидаемые результаты реализации информационно-имиджевой политики ГАПОУ «Колледж сервиса» с целью проведения последующего мониторинга, контроля и дальнейшей корректировки Примерного положения.

Для полноты научно-методического сопровождения проекта было принято решение разработать Примерный план мероприятий управления имиджевой деятельностью в ГАПОУ «Колледж сервиса».

Примерный план был разработан на основе Примерного положения и отражает его основные мероприятия с указанием задач, наименований мероприятий, сроков реализации и ответственных лиц.

Разработанный Примерный план предусматривает группировку мероприятий по основным направлениям управления имиджевой деятельностью колледжа:

- 1) образ персонала образовательной организации;
- 2) образ руководителя колледжа;
- 3) реализуемые образовательные услуги;
- 4) комфортность образовательной среды;
- 5) внешняя атрибутика и визуальный имидж.

Выводы

Разработка и апробация модели управления имиджевой деятельностью для профессиональной образовательной организации ГАПОУ «Колледж сервиса» привели к созданию научно-методического сопровождения процесса управления имиджевой деятельностью в профессиональной образовательной организации, а именно, были разработаны: Примерное положение об информационно-имиджевой политике ГАПОУ «Колледж сервиса» и Примерный план мероприятий управления имиджевой деятельностью в ГАПОУ «Колледж сервиса».

Примерное положение состоит из логически связанных между собой разделов, включающих: общие положения; цель и основные задачи имиджевой политики колледжа; характеристику информационно-имиджевой политики колледжа; нормативно-правовую базу; основные направления и мероприятия информационно-имиджевой политики; механизмы реализации и ожидаемые результаты.

Примерный план был разработан на основе Примерного положения и отражает его основные мероприятия с указанием задач, наименований мероприятий, сроков реализации и ответственных лиц по таким направлениям управления имиджевой деятельности, как: образ персонала; образ руководителя; образовательные услуги; образовательная среда; внешняя атрибутика.

Мы полагаем, что активное внедрение и использование разработанного научно-методического сопровождения процесса управления имиджевой деятельностью позволит в дальнейшем укрепить и повысить положительный имидж ГАПОУ «Колледж сервиса» на рынке образовательных услуг Оренбургской области.

Библиографический список

1. Виниченко В.А. Совершенствование имиджа регионального вуза // Colloquium-journal. 2019. № 26 (50). С. 74-75.
2. Матевосян Г.А. Особенности формирования имиджа образовательной организации // Скиф. 2020. № 9 (49). С. 265-269.
3. Отчет о самообследовании ГАПОУ «Колледж сервиса». [Электронный ресурс]. URL: <https://колледжсервиса.рф/wp-content/uploads/2022/04/otchet-po-samoobsledovaniyu-2021-g.-2.pdf> (дата обращения 24.12.2022).
4. Устав ГАПОУ «Колледж сервиса». [Электронный ресурс]. URL: https://колледжсервиса.рф/wp-content/uploads/2022/03/ustav_novu.pdf (дата обращения 24.12.2022).
5. Шацилло В.А. Имидж образовательной организации в процессе профессионального самоопределения молодежи (на примере Саратовской области) // Вестник ПАГС. 2020. № 1. С. 83-90.