

Л. Г. Батракова

Формирование эффективного имиджа образовательного учреждения

В статье даны понятия «имидж» и «имидж вуза», рассмотрены основные компоненты формирования имиджа образовательного учреждения, количественно определена конкурентная среда образовательных учреждений г. Ярославля, показано формирование эффективного имиджа ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского».

Ключевые слова: имидж, имидж образовательного учреждения, формирование эффективного имиджа.

L. G. Batrakova

Formation of the Effective Image of the Educational Institution

In the article are given the notions of "image" and "image of the University", the main components of formation of the image of the educational institution, is quantitatively determined the competitive environment of educational institutions in Yaroslavl, formation of the effective image of FSBEI HPE "Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky" is shown.

Keywords: image, image of the educational institution, formation of the effective image.

В научный оборот понятие «имидж» (от англ. *image* – «образ», «изображение», «отражение») было введено в 1955 г. английскими исследователями В. Гарденером и С. Леви, которые в статье «Продукт и брэнд» определили его как «совокупность знаний, представлений и предвосхищений человека об объекте из его окружения». В России ученый-американист, доктор философских наук, профессор Олег Александрович Теофанов (1928–1999) одним из первых ввел это понятие в специальную русскоязычную литературу. В книге «США: реклама и общество» (1974) он рассматривал имидж как основное средство психологического воздействия рекламодателя на потребителя.

Существуют различные трактовки понятия «имидж». Чаще всего его характеризуют как «образ», «знак», «оценочный образ» и т. п. Дадим следующее определение: имидж – это искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж – визуальная привлекательность. Он создается пиаром, пропагандой, рекламой с целью формирования в массовом сознании определенного отношения к объекту.

Для современного общества имидж рассматривается как важное явление. Это понятие применимо к человеку (персональный имидж), организации (корпоративный имидж), социальной

позиции (имидж политического деятеля), профессии (имидж педагога), образованию (имидж выпускника).

Каждая организация имеет имидж, представление о котором она хочет передать общественности. Имидж организации – это не только образ, существующий в сознании людей, но и ее история, характер отношений с обществом, ее философия, внутренняя культура и т. д. Главной функцией имиджа является формирование положительного отношения, а за этим следуют доверие к организации, повышение престижа, авторитета и влияния. Позитивный имидж влияет на рейтинг организации, облегчает доступ учреждения к лучшим ресурсам (финансовым, информационным, материальным, человеческим и т. д.).

В настоящее время формирование имиджа любой организации находится в условиях жесткой конкуренции. Понимание важности формирования имиджа и принципов его построения дает руководителю возможность эффективного развития организации. К факторам, влияющим на формирование позитивного имиджа организации, относят историю, традиции и репутацию; финансовое положение; личность руководителя; рекламную известность; заботу о персонале; социальную ответственность перед обществом; управление организацией; фирменный стиль; этичность деятельности и отношений и др.

Имидж организации можно разделить на два типа:

– внутренний – это отношение к организации ее персонала и руководителей; атмосфера внутри компании, позитивное и негативное отношение сотрудников к руководителю и политике организации;

– внешний – это то, как организацию воспринимает общество, СМИ, инвесторы и др.

Понятие «имидж вуза» появилось в России в середине 90-х гг. XX в., когда образование стало представлять собой услугу, предназначенную для удовлетворения потребностей общества. Кроме государственных вузов, образовательные услуги стали оказывать и коммерческие вузы. В период 1990–2000 гг. конкуренция на рынке образовательных услуг обострилась, что явилось предпосылкой к формированию имиджа вуза. В это время появились работы по теоретическому обоснованию имиджа вуза. *Имидж вуза* – это общее представление, состоящее из набора убеждений, которое складывается у реальных и потенциальных потребителей образовательных услуг об образовательном учреждении.

В настоящее время необходимость формирования имиджа образовательного учреждения определяется существующими социально-экономическими проблемами: демографической ситуацией; запросами социальной политики государства; потребностью образовательной и управленческой практики в выработке определенных представлений о вузе и т. д. Имидж вуза, который закончил выпускник, имеет большое значение для работодателей.

Имидж высшего образовательного учреждения состоит из двух составляющих:

– описательной (информационной), представляющей собой образ организации, сложившийся в сознании населения;

– оценочной, отражающей качественную характеристику населением деятельности организации и существующей в силу того, что «любая информация о вузе побуждает оценки и эмоции, которые могут обладать различной интенсивностью, могут приниматься или отвергаться ответственностью» [4].

Можно согласиться с мнением Ю. В. Гладущенко и С. В. Запускалова, что понятие имиджа высшего учебного заведения включает внутренний и внешний имидж [2]. Внешний имидж вуза складывается

– из визуального имиджа вуза, который включает внутренний и внешний вид зданий, архитектуру, дизайн помещений, рекламу на стен-

дах, символику, внешний облик студентов и преподавателей и т. д.;

– имиджа образовательного товара (услуги), его стоимости и востребованности, репутации.

Внутренний имидж вуза представляет собой самоидентификацию и позиционирование сотрудников и студентов, их вклад в формирование имиджа вуза, имидж преподавателей и студентов.

Современный этап развития системы высшего профессионального образования в России характеризуется острой конкурентной борьбой между вузами на рынке образовательных услуг, которая влияет как на дальнейшее развитие сферы образования, так и на формирование эффективного имиджа. *Эффективный имидж вуза* – это имидж, в котором набор положительных характеристик способствует достижению основных целей учреждения, создает устойчивую ассоциативную связь между целостным образом и PR-объектом, формирует символический и публичный капитал. Эффективный имидж повышает конкурентоспособность вуза, привлекает абитуриентов и профессорско-преподавательский состав, повышает уровень преподавания и способствует росту образовательного уровня выпускников. Имидж образовательного учреждения как положительный образ может быть сформирован лишь в случае предоставления качественных услуг. Это условие, являясь необходимым, не является достаточным.

Доктор философских наук, профессор, автор книги «Имиджелогия» [14] В. М. Шепель к основным характеристикам имиджа образовательного учреждения относит образы руководителя и персонала, качество образовательных услуг, стиль и уровень психологической комфортности среды образовательного учреждения, цену образовательных услуг, атрибутику.

Образ руководителя включает его способности, личностные ценности, стиль жизни, профессиональные и социально-психологические (образование, характер, обаяние, культура и др.) характеристики, внешний вид и т. д. Формирование имиджа руководителя связано с выполнением им ряда функций: администратора, организатора, специалиста, общественного деятеля и др. Образ персонала образовательного учреждения включает квалификационные и личностные качества, культуру и внешний облик, профессиональную (педагогическую, социальную и управленческую) компетентность сотрудников и т. д.

Качество образовательной услуги – это совокупность свойств образования, соответствующая современным требованиям педагогической тео-

рии и практики и способная удовлетворить образовательные потребности как личности, так и общества; это вклад учебного заведения в развитие образовательной подготовки обучаемых, формирование их творческих способностей, здорового образа жизни и т. д.

Качество образовательных услуг нельзя оценить до их получения, поэтому известность и авторитетность вуза имеют значительное влияние при совершении выбора. Если вуз не проводит мероприятия по управлению репутацией, она формируется по слухам, от друзей, знакомых и других источников. Имидж вуза позволяет управлять слухами, направляя общественное мнение в нужное русло. Качество образовательных услуг характеризуется опытом и творческой активностью преподавателей, открытостью внешнему миру (информации, новым тенденциям, технологиям) и др. На качество образовательных услуг оказывают влияния такие факторы, как материально-техническое обеспечение образовательного процесса, профильное обучение, качество преподавания, перспективы выпускников и т. д.

Стиль образовательного учреждения заключается в эффективной организационной культуре вуза, традициях, контактах и манере общения сотрудников, взаимодействии между участниками образовательного процесса и др.

Уровень психологической комфортности среды образовательного учреждения включает доброжелательность в коллективе, уважение в системе взаимоотношений преподаватель-студент, бесконфликтное общение, своевременную психологическую помощь отдельным участникам образовательного процесса и др.

Внешняя атрибутика включает наличие фирменного стиля, выпуск собственной газеты (журнала), создание сайта в интернете и т. д. Основ-

ными элементами фирменного стиля являются логотип, шрифт, фирменный знак, слоган. В сфере образовательных услуг популярно использование герба учебного заведения, который применяется для вузов, имеющих многолетнюю историю и традиции. Носители фирменного стиля делятся на группы: документооборот (бланки документации, фирменные папки, конверты); полиграфические материалы (визитки, каталоги и т. д.); рекламные элементы, используемые для внутреннего и внешнего оформления помещения (вывески, флажки, вымпелы и т. д.); сувенирная продукция.

Неосозаемые аспекты имиджа – отношение персонала к работе и его эмоциональный настрой – влияют на репутацию организации так же, как и более осязаемые, видимые элементы имиджа.

Имидж образовательных учреждений связан с их конкурентоспособностью, так как в условиях рыночной экономики жизнеспособными оказываются только конкурентоспособные учреждения. Под конкурентоспособным образовательным учреждением понимают такое, которое обеспечивает устойчивый уровень качества образовательных услуг. Если это происходит, то формируется позитивный имидж учреждения.

Конкурентную среду вузов г. Ярославля образуют 40 учреждений профессионального и среднего профессионального образования, 9 вузов и более 15 филиалов и представительств. Государственный сектор представлен 7 вузами федерального подчинения, 1 военным учебным заведением и 15 филиалами государственных вузов. В негосударственном секторе 2 вуза и 12 филиалов, головные вузы которых расположены на территории других субъектов РФ (Московской, Архангельской областей, г. Москвы и г. Санкт-Петербурга). Количественная характеристика учебных заведений приведена в Таблице 1.

Таблица 1

Число учебных заведений 2010–2011 гг. [13]

Год	Число учебных заведений		В них студентов	В том числе по форме обучения		
	самостоятельных	филиалов		очная	очно-заочная	заочное
Государственные учреждения						
2010	7	13	40501	21713	1773	17015
2011	7	12	37709	20144	1486	16079
Негосударственные учреждения						
2010	2	11	11496	1512	158	9861
2011	2	12	10578	1158	159	9261

По данным Ярославльстата, на начало 2012 г. образовательный уровень населения в Ярославской области вырос. Из 1000 человек в возрасте от 15 лет и старше 937 граждан имели основное

общее образование и выше. В 2002 г. их было 895. При этом доля населения с высшим профессиональным образованием выросла с 15 до

21,1 %, со средним профессиональным образованием – с 27,2 до 33,6 %.

В 2012 г. вузы Ярославской области выпустили 9,3 тыс. студентов, что на 7,3 % меньше, чем в 2011 г. Из них 6,9 тыс. человек обучались в государственных учебных заведениях. Больше всего было выпускников следующих специальностей: «Экономика и управление» – 29,7 %; «Образование и педагогика» – 13,6 %; «Гуманитарные науки» – 11,0 %; «Здравоохранение» – 8,2 %. В негосударственных заведениях обучалось 2,3 тыс. студентов. Самыми востребованными были специальности «Экономика и управление» – 61,3 %; «Гуманитарные науки» – 31,2 % [15].

Судить о работе высших учебных заведений можно исходя из данных численности населения по уровню образования (Табл. 2).

Таблица 2
Население по уровню образования
(на 1000 человек в возрасте от 15 лет и выше) [7]

Регион	Бакалавр	Специалист	Магистр
Российская Федерация	10	213	5
Ярославская область	6	202	3

По общей численности обучающихся среди государственных вузов лидерами являются Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского (7,9 тыс. чел.), Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова (6,6 тыс. чел.), Ярославский государственный технический университет (5,5 тыс. чел.), Рыбинская государственная авиационная технологическая академия имени П. А. Соловьева (4,8 тыс. чел.).

В настоящее время проблемы имиджа, репутации, общественного мнения о конкретном высшем учебном заведении получают все большее внимание в средствах массовой информации. Работа над имиджем начинается с создания тех визуальных сообщений, с помощью которых будет строиться коммуникация с аудиторией. При формировании эффективного имиджа необходимо определить, из каких элементов состоит имидж вуза и какой тип имиджа требует большего внимания. Применительно к ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского» выделим следующие структурные элементы имиджа:

1. *Социальный имидж организации* – это представления о социальных целях и роли вуза в экономической, социальной и культурной жизни города, региона, страны в целом. Он формирует-

ся посредством информирования общественности о важнейших социальных аспектах его деятельности.

Ярославский государственный педагогический университет имени К. Д. Ушинского – одно из старейших педагогических высших учебных заведений России, основанное в 1908 г., это высшее учебное заведение Верхневолжского региона России, находящееся в городе Ярославле. В 1971 г. за успехи, достигнутые в подготовке педагогических кадров, институт был награжден орденом Трудового Красного Знамени. В 1993 г. получил статус университета.

ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского» – это современный научно-методический центр непрерывного педагогического образования федерального значения с развитой инфраструктурой, инвестиционно привлекательный для бизнеса и производства, активный участник культурно-образовательных процессов, пользующийся заслуженным авторитетом в деловых кругах [8]. Педагогический университет видит свою миссию в сохранении и приумножении духовных ценностей человечества на основе развития традиций российского педагогического образования, инновационной деятельности, фундаментальных и прикладных научных исследований.

ЯГПУ им. К. Д. Ушинского является победителем национального проекта в сфере образования и занимает 5-е место в официальном рейтинге Министерства образования и науки РФ среди педагогических и лингвистических вузов страны. Он признан одним из «Ста лучших вузов России», является дипломантом областного конкурса «За лучшую работу в области обеспечения качества». В августе 2009 г. коллектив университета был удостоен благодарности от экс-президента Российской Федерации Д. Медведева за большой вклад в подготовку и повышение квалификации педагогических кадров [16].

Среди приоритетных направлений развития вуза можно выделить следующие: укрепление взаимодействия с органами образования и образовательными учреждениями, совершенствование научной и педагогической деятельности, а также продвижение положительного имиджа российской школы и профессии учителя в общественном сознании.

2. *Бизнес-имидж организации* – представление об организации как субъекте определенной деятельности. В качестве основных характеристик бизнес-имиджа выступают деловая репутация

ция и деловая активность организации, индикаторами которой является многообразие предлагаемых образовательных услуг; разнообразие специальностей; ценовая политика; инновационность образовательных и информационных технологий; наличие докторантуры и аспирантуры; уровень зарубежных связей и т. д.

Рейтинг ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского»: место в общем рейтинге вузов – 378 из 1541, в г. Ярославле – 4 из 12, среди педагогических вузов – 17 из 99 [1].

В ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского» 3 института (педагогика и психологии, филологии, проблем хемогеномики), 10 факультетов: физико-математический, исторический, естественно-географический, иностранных языков, физической культуры, педагогический, русской филологии и культуры, дефектологический, социального управления (в структуре ИПП), дополнительного профессионального образования. В университете 60 кафедр, 7 научно-образовательных центров, Центр трансферта технологий, разработки инновационных и импортозамещающих лекарственных средств и подготовки кадров для фармацевтической промышленности, студенческое исследовательское бюро. В структуре вуза функционирует факультет повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров.

Целью Межрегионального ресурсного центра по поддержке одаренных детей и подростков, функционирующего на базе университета, является создание комплекса условий и средств, направленных на совершенствование системы выявления, поддержки и развития одаренных детей в процессе взаимодействия вузов и учреждений общего образования [1].

Политика ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского» в области качества направлена на обеспечение высокого уровня образовательного процесса, исследовательских и технологических разработок. Реализацию данной политики обеспечивает сертифицированная система менеджмента качества, соответствующая стандартам и рекомендациям ENQA, требованиям нового национального стандарта ГОСТ ISO 9001–2011 «Системы менеджмента качества. Требования».

Средняя стоимость обучения на коммерческом отделении в вузах Ярославля за 2012–2013 учебный год: ЯГТУ – 84770 руб. [9]; ЯрГУ – 73051,90 руб.

[6]; ЯГМА – 69500 руб. [10]; ЯГПУ – 64702,95 руб. [11]; ЯГСХА – 62800 руб. [12].

Основные сферы подготовки в ЯГПУ – гуманитарные, социальные и естественные науки, образование и педагогика, экономика и управление, культура и искусство, сфера обслуживания. Студенты имеют возможность получить дополнительные специальности на факультете дополнительной профессиональной подготовки: например, экскурсоведение, флористика, массаж и др. В университете поддерживается система непрерывного образования, осуществляются научные разработки и ведутся фундаментальные исследования.

Университет осуществляет подготовку по 43 специальностям и направлениям высшего профессионального образования. Кроме того, студентам предоставляется возможность продолжить образование по 39 специальностям в аспирантуре и по 9 специальностям в докторантуре. В университете функционирует 10 диссертационных советов по защите кандидатских и докторских диссертаций.

Ежегодно на базе вуза проводятся международные, всероссийские и региональные конференции, на которых присутствуют ведущие зарубежные и российские ученые по многим направлениям науки. Среди них – ежегодная международная конференция по физико-математическим наукам «Колмогоровские чтения», международная научная-практическая конференция «Чтения Ушинского» и др. В вузе издается журнал «Ярославский педагогический вестник», включенный в перечень ВАК.

Университет поддерживает международные связи с 20 зарубежными университетами. Международные контакты затрагивают не только ближайших соседей (Беларусь, Украина, Казахстан), но и страны дальнего зарубежья. Научным партнером является Высшая школа им. Павла Влодковица в Плоцке (Республика Польша). Созданный на базе двух учебных заведений Международный институт межкультурных коммуникаций несколько раз в год проводит курсы повышения квалификации для педагогов России и Польши.

ЯГПУ им. К. Д. Ушинского является одним из лидеров педагогического образования в России и активно участвует в интеграционных процессах Европейского образования, отстаивая интересы российской системы высшего образования. 24 мая 2013 г. во Франкфурте на Майне (Германия) состоялось подписание *Педагогической Конституции Европы*. Первым свою подпись на доку-

менте поставил ректор университета, профессор В. В. Афанасьев [8].

3. *Индивидуальный имидж руководителя* (ректора вуза) – это представления о намерениях, мотивах, способностях, установках, ценностных ориентациях и психологических характеристиках руководителя. Внешность руководителя вуза является наиболее открытой для наблюдения характеристикой. К особенностям вербального и невербального поведения относят мимику, жестикуляцию, речь, которая характеризуется тембром, тоном, громкостью голоса и др. В социально-демографические характеристики входят пол, возраст, семейное положение, уровень образования, доходы и т. п.

В. В. Афанасьев окончил физико-математический факультет и аспирантуру при ЯГПУ им К. Д. Ушинского. В январе 1989 г. был избран на пост ректора университета. Он является автором более 260 научных и учебно-методических работ, в том числе монографий, учебников и учебных пособий по проблемам теории вероятностей, геометрии, методике преподавания математики, педагогике высшей школы.

В. В. Афанасьев награжден знаком «Отличник народного просвещения» (1993); Орденом Почета (1996); Медалью Жукова (1996); Медалью имени П. Л. Капицы (2000); нагрудным знаком «Почетный работник высшего профессионального образования РФ» (2001); Медалью К. Д. Ушинского (2001); Почетным знаком Губернатора Ярославской области «За заслуги в науке» (2003); Памятной медалью «Энциклопедия «Лучшие люди России» (2004); Орденом Дружбы (2007).

4. *Имидж профессорско-преподавательского состава* – гармоничная совокупность внешних и внутренних характеристик, составляющих его структуру, которая является основой для построения динамической модели имиджа каждого преподавателя, включающей ядро имиджа (природный компонент), внутренний (личностный, профессиональный, поведенческий компоненты) и внешний (визуальный, аудиальный и др. компоненты) уровни.

Доминирующей является профессиональная компетентность: степень подготовленности и аккуратность и точность в выполнении должностных обязанностей, информированность, владение большим объемом знаний и навыков, научный и образовательный опыт, авторитет, профес-

сионально-психологическая культура. О культуре преподавателей можно судить по особенностям их поведения: доброжелательности или агрессивности, аккуратности, вежливости, терпимости, толерантности, ответственности, общим знаниям и т. д. Приведем один из отзывов на работу преподавателей ЯГПУ: «Хотела бы сказать огромное спасибо всем преподавателям! Они дали нам, выпускникам, не только крепкие теоретические знания, но и научили нас, как стать успешными в выбранной профессии. Большое время мы уделяли тому, как стать настоящими учителями, ходили на мастер-классы педагогов, посещали психологические тренинги» [5].

В ЯГПУ высококвалифицированный профессорско-преподавательский состав (70 % докторов и кандидатов наук), обеспечивающий высокое качество подготовки по реализуемым направлениям и специальностям. Среди них – Заслуженные деятели науки РФ, заслуженные работники высшей школы РФ, члены общественных российских и зарубежных Академий наук.

5. *Имидж студентов вуза*, в который входят ориентация на решение профессиональных задач, коммуникативные умения, интеллектуальные качества, социальная активность и др.

Результаты исследований РИА НОВОСТИ, проведенные в 2011 г., показывают направления подготовки, по которым зафиксирована самая высокая численность абитуриентов, принятых на бюджетные места: педагогическое образование – 23537; здравоохранение – 21343; сельское и рыбное хозяйство – 14928; информатика и вычислительная техника – 14197; строительство – 15071 [3].

В опубликованной статье «В выпускниках физико-математического факультета ЯГПУ работники ценят ответственное отношение к делу» (2011) декан физмата Е. Жохова подчеркнула, что «в педагогический университет приходят те ребята, кому в школьной жизни встретился хороший Учитель. И тогда ими движет желание быть похожими на этого Учителя, желание повторить опыт, умение, педагогический успех».

В 2010 г., на основе рейтинга по среднему баллу ЕГЭ по всем государственным вузам России, ЯГПУ занял 10-е место (среди педагогических вузов) [3]. Средний балл ЕГЭ в вузах г. Ярославля за 2012–2013 учебный год показан в Таблице 2. Ежегодный выпуск специалистов составляет более 1,8 тыс. человек.

Таблица 2

Средний балл ЕГЭ в вузах Ярославля за 2012–2013 учебный год [3]

Вуз	Средний балл ЕГЭ	Минимальный балл ЕГЭ (средний по всем направлениям)	Балл ЕГЭ самого слабо зачисленного	Численность студентов, зачисленных на бюджетные места	Из них: по конкурсу	Из них: по олимпиадам	Из них: по льготам	Из них: по целевому набору
ЯГМА	78,2	73,6	68,3	363	170	16	17	160
ЯрГУ	69,6	61,9	33,7	782	591	0	73	118
ЯГПУ	62,1	53,3	40,7	655	537	1	16	101
ЯГТУ	54,5	46,7	35	697	697	0	0	0

Студенты ЯГПУ участвуют

– в научно-исследовательской деятельности (конкурсы и конференции, стажировки). В ЯГПУ поддерживается традиция активной исследовательской деятельности студентов: в 2011 г. на XI всероссийской выставке научно-технического творчества молодежи «НТТМ-2011» студенты получили 4 гранта президента РФ, 3 медали выставки и конференции, 4 диплома выставки и конференции и грант «У. М. Н. И. К. – 2011»;

– в спорте;

– в общественной работе (в вузе действует волонтерское движение, студенческий совет, общественная организация «Союз студентов», установлены контакты с Молодежным правительством Ярославской области).

Более 45 лет в ЯГПУ существует студенческий театр миниатюр, известный за пределами Ярославля. Сборную команду КВН ЯГПУ знают во многих регионах России.

6. *Имидж выпускника* – общий образовательный уровень, профессиональные умения, набор дополнительных полезных умений и навыков, конкурентные качества (предприимчивость, деловитость, высокая степень адаптации к изменяющимся требованиям общества), гражданская позиция и др. Выпускник в глазах общественности является лицом учебного заведения, критерием и одновременно показателем результата его деятельности.

Специалисту со знаниями педагогики и психологии гораздо проще выстроить взаимоотношения с работодателем, с коллективом. По словам декана физмата Е. Жоховой, выпускники факультета (программисты, технологи, экономисты, физики, математики) востребованы как в образовательной сфере, так и в отраслях, не связанных с образованием. Аналогичные заключения делают и деканы других факультетов. Это означает, что компетенции выпускников ценятся работодателями.

7. *Деловая культура вуза* (стиль взаимодействия, социально-психологический климат, субъек-

тивное представление преподавателей и студентов о качестве образовательных услуг, надежности своего вуза).

В заключении отметим, что в условиях конкуренции внешний имидж образовательного учреждения должен быть направлен

– на изготовление различных рекламных средств для актуализации эффективного имиджа;

– проведение PR-мероприятий (организация дней открытых дверей, презентаций, участие в ярмарках образования и т. п.);

– организация мероприятий (семинаров, конференций);

– курирование образовательных учреждений (школ, колледжей, лицеев и т. д.) и др.

Библиографический список

1. Вузы России: <http://5ballov.qip.ru/universities/yaroslavskiy-gosudarstvenniy-pedagogicheskij-universitet/>
2. Глушченко, Ю. В. Роль отдела по связям с общественностью в формировании имиджа вуза [Электронный ресурс] / Ю. В. Глушченко, С. В. Запускалов. – Режим доступа: www.mivglu.ru/conf/zvorykin2010/materials.
3. Качество приема в ВУЗы 2011: средние и минимальные баллы ЕГЭ (в расчете на 1 предмет) по вузам, сгруппированным по профилям [Электронный ресурс] // Российское агентство международной информации «РИА Новости». – Режим доступа: http://ria.ru/ratings_rt2011
4. Крылов, А. Н. Влияние имиджа на качество учебного процесса в вузе [Текст] / А. Н. Крылов // Управление качеством учебного процесса в вузе: проблемы и перспективы. – М.: Издательство Национального института бизнеса, 2006. – С. 146–152.
5. Отзывы о Ярославском государственном педагогическом университете им. К. Д. Ушинского. Мнения, оценки пользователей проекта // EduNetwork: <http://vuz.edunetwork.ru/76/64/v748/opinions/> Официальный сайт приемной комиссии ЯрГУ им. П. Г. Демидова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://priem.uni Yar.ac.ru/entrant/price2011.php>
6. Официальный сайт ФСГС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

7. Официальный сайт ЯГПУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://yspu.org/index.php/Main_Page

8. О стоимости обучения в 2012 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ystu.ru/entrance/>

9. Официальный сайт ЯГМА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yuma.ac.ru/index.php/ru/glavnaya/abiturientam/priem-na-1-j-kurs>

10. Приказ об оплате за обучение в 2012–2013 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://yspu.org/abitur/2012/Prikaz_ob_oplate_za_obuchenie_2012-2013.pdf

11. Стоимость обучения студентов с полным возмещением затрат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.yaragrovuz.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=36:uslugi-vpo&catid=21&Itemid=141

12. Образование: Высшие учебные заведения // Территориальный орган ФСГС по Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <URLfile://localhost/C:/Users/C559~1/AppData/Local/Temp/Высшие%20учебные%20заведения-1.mht>

13. Шепел, В. М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния [Текст] / В. М. Шепель. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1994. – 320 с.

14. ЯРНОВОСТИ 17. 01. 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yarnovosti.com/print.php?query=bmV3cyw0MDkxOQ==>

15. Ярославский государственный педагогический университет имени К. Д. Ушинского [Электронный ресурс] // Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%F0%EE%F1%EB%E0%E2%F1%EA%E8%E9_%E3%EE%F1%F3%E4%E0%F0%F1%F2%E2%E5%ED%ED%FB%E9_%EF%E5%E4%E0%E3%EE%E3%E8%F7%E5%F1%EA%E8%E9_%F3%ED%E8%E2%E5%F0%F1%E8%F2%E5%F2_%E8%EC%E5%ED%E8_%CA_%C4_%D3%F8%E8%ED%F1%EA%EE%E3%EE

Bibliograficheskij spisok

1. Vuzy Rossii: <http://5ballov.qip.ru/universities/yaroslavskiy-gosudarstvennyiy-pedagogicheskij-universitet/>

2. Gladushhenko, YU. V. Rol' otдела po svyazam s obshhestvennost'yu v formirovanii imidzha vuza [EHlektronnyj resurs] / YU. V. Gladushhenko, S. V. Zapuskalov. – Режим доступа: www.mivglu.ru/conf/zvorykin2010/materials

3. Kachestvo priema v VUzy 2011: srednie i minimal'nye bally EGEH (v raschete na 1 predmet) po vuzam, sgruppированным по profilyam [EHlektronnyj resurs] // Rossijskoe agentstvo mezhdunarodnoj informatsii «RIA Novosti». – Режим доступа: http://ria.ru/ratings_rt2011

4. Krylov, A. N. Vliyanie imidzha na kachestvo uchebnogo protsessa v vuze [Tekst] / A. N. Krylov // Upravlenie kachestvom uchebnogo protsessa v vuze: problemy i perspektivy. – М.: Izdatel'stvo Natsional'nogo instituta biznesa, 2006. – S. 146–152.

5. Otyvy o YAroslavskom gosudarstvennom pedagogicheskom universitete im. K. D. Ushinskogo. Mneniya, otsenki pol'zovatelej proekta // EduNetwork: http://vuz.edunetwork.ru/76/64/v748/opinions/Ofitsial'nyj_sajt_priemnoj_komissii_YArGU_im.P.G.Demidova [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: <http://priem.uniyar.ac.ru/entrant/price2011.php>

6. Ofitsial'nyj sayt FSGS [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: <http://www.gks.Ru>

7. Ofitsial'nyj sayt YAGPU [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: http://yspu.org/index.php/Main_Page

8. O stoimosti obucheniya v 2012 godu [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: <http://www.ystu.ru/entrance/>

9. Ofitsial'nyj sayt YAGMA [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: <http://yuma.ac.ru/index.php/ru/glavnaya/abiturientam/priem-na-1-j-kurs>

10. Prikaz ob oplate za obuchenie v 2012–2013 gg. [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: http://yspu.org/abitur/2012/Prikaz_ob_oplate_za_obuchenie_2012-2013.pdf

11. Stoimost' obucheniya studentov s polnym vozmeshheniem zatrat [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: http://www.yaragrovuz.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=36:uslugi-vpo&catid=21&Itemid=141

12. Obrazovanie: Vysshie uchebnye zavedeniya // Territorial'nyj organ FSGS po YAroslavskoj oblasti [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: <URLfile://localhost/C:/Users/C559~1/AppData/Local/Temp/Vysshie%20учебные%20заведения-1.mht>

13. SHepel, V. M. Imidzhelogiya. Sekrety lichnogo obayaniya [Tekst] / V. M. SHepel'. – М.: Kul'tura i sport, YUNITI, 1994. – 320 s.

14. YARNOVOSTI 17. 01. 2013 [EHlektronnyj resurs]. – Режим доступа: <http://yarnovosti.com/print.php?query=bmV3cyw0MDkxOQ==>

15. YAroslavskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet imeni K. D. Ushinskogo [EHlektronnyj resurs] // Vikipediya. Svobodnaya ehntsiklopediya. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%F0%EE%F1%EB%E0%E2%F1%EA%E8%E9_%E3%EE%F1%F3%E4%E0%F0%F1%F2%E2%E5%ED%ED%FB%E9_%EF%E5%E4%E0%E3%EE%E3%E8%F7%E5%F1%EA%E8%E9_%F3%ED%E8%E2%E5%F0%F1%E8%F2%E5%F2_%E8%EC%E5%ED%E8_%CA_%C4_%D3%F8%E8%ED%F1%EA%EE%E3%EE