

УДК 338.46:37

Е.И. Янукович, ст. преп., декан по работе
с иностранными учащимися (БГТУ, г. Минск)

ИМИДЖЕОБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ СОДЕЙСТВИЯ БРЕНДИНГУ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

До последнего времени понятие «имидж» в широком смысле не применялось на сферу образовательной деятельности и, естественно, это было обусловлено рядом вполне объективных социально-экономических и политических причин. Введение рейтинга вузов страны с целью определения уровня их образовательной деятельности вывело на первый план такие проблемы, как определение объективных критериев определения уровня образовательной деятельности и состояние имиджа образовательного учреждения.

Имидж вуза – это общее представление, состоящее из набора убеждений и ощущений, которое складывается у потребителей (реальных и потенциальных) образовательных товаров и услуг об учебной организации.

Имидж вуза включает в себя две составляющие: описательную (информационную) составляющую, которая представляет собой образ вуза, или совокупность всех представлений (знаний) об организации и составляющую, связанную с отношением, или оценочную составляющую.

Различные типы информации, которые используются для формирования имиджа и репутации вуза, а именно реклама, символика, сами по себе недостаточны для того, чтобы создать вузу хорошую репутацию. Репутация, которую вуз имеет в глазах людей, является прямым результатом всей его деятельности.

Репутация – более устойчивая и консервативная часть имиджа вуза. Это, как бы устоявшаяся и разделяемая подавляющим большинством клиентов вуза сущность их представлений о нем, сформировавшаяся в течение длительного времени и на основе длительного опыта значимых отношений клиента и вуза. При наличии яркого, эмоционально насыщенного понятия относительно всей образовательной услуги в целом или ее части, можно говорить о возникновении брэнда – услуги, репутация которой высока и устойчива.

Имидж вуза в целом включает в себя следующие составляющие: имидж образовательной услуги, имидж потребителей образовательной услуги, внутренний имидж вуза, имидж руководителя вуза, имидж преподавателей и студентов вуза, визуальный имидж вуза, социальный имидж вуза, бизнес-имидж вуза.