

УДК 659.4

**EVENT-ТЕХНОЛОГИИ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ
ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

Поправко О. В., кандидат философских наук, доцент
*Таврический государственный агротехнологический университет
имени Дмитрия Моторного
Мелитополь, Украина*

Аннотация. Автор обосновывает целесообразность использования event-технологий для создания позитивного имиджа современного образовательного учреждения как способа формирования его конкурентоспособности в условиях рыночной экономики и установления гармоничных отношений с потребителями образовательных услуг.

Ключевые слова: имидж, учебное заведение, конкурентоспособность, event-технологии.

**EVENT TECHNOLOGIES AS A WAY TO FORM
A POSITIVE IMAGE OF AN EDUCATIONAL
INSTITUTION IN THE CONDITIONS OF
COMMERCIALIZATION
OF EDUCATIONAL SERVICES**

**Popravko O. V., Candidate of Philosophical Sciences, Associate
Professor**

*Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
Melitopol, Ukraine*

Abstract. The author substantiates the expediency of using event technology to create a positive image of a modern educational institution as a way to form its competitiveness in a market economy and establish harmonious relations with consumers of educational services.

Key words: image, educational institution, competitiveness, event technologies.

Система образования – один из древнейших социальных институтов, основной функцией которого является передача социальных ценностей, навыков и знаний от поколения к поколению. В последнее время систему образования все чаще относят к сфере услуг, а образовательное учреждение рассматривают как предприятие, оказывающее образовательные услуги.

Сегодня на рынке функционирует широкий спектр учреждений, занимающихся образовательной деятельностью, что обуславливает жесткую конкуренцию за ограниченные ресурсы, соискателей, квалифицированных преподавателей. Глобальный рынок открывает перед соискателями широкие возможности выбора места учебы, а перед преподавателями – места работы. Обострение конкуренции на рынке образовательных услуг стало предпосылкой к формированию понятия имиджа образовательного учреждения.

Имидж является неотъемлемой составляющей каждой организации, которая направляет свои действия на формирование благоприятного образа в условиях рыночной экономики для установления гармоничных отношений с общественностью. Образовательные учреждения не только непосредственно связаны с обществом, но и непосредственно влияют на его развитие и состояние. В современных условиях педагогический и экономический аспекты в деятельности образовательного учреждения не исключают, а дополняют друг друга. В такой ситуации имидж образовательного учреждения формируется не для выгоды получения прибыли, а для взаимного понимания и взаимодействия в развитии образования и общества в целом.

Под имиджем образовательного учреждения мы понимаем эмоционально окрашенный образ, сложившийся в массовом сознании, который определяется соотношением между различными аспектами его деятельности и транслируется во внешнюю среду [1, с. 347]. Формирование имиджа – это процесс, в течение которого моделируется образ образовательного учреждения на основе имеющихся ресурсов. Целью его создания является повышение конкурентоспособности, привлечение инвестиций, установление и расширение партнерских связей.

Позитивный имидж привлекает соискателей и преподавательский состав, в результате чего повышается уровень преподавания, а соответственно и профессиональный уровень выпускников. Более

того, формирование положительного имиджа образовательного учреждения и его поддержка влияет не только на усиление конкурентоспособности и его перспективности, но и в целом свидетельствует об уровне развития образования в регионе и стране, а также в значительной степени сказывается на имидже образования.

Эффективным инструментом создания позитивного имиджа выступают event-технологии. В их основе лежит специальное событие (мероприятие), проводимое для привлечения внимания общественности к организации, ее деятельности и услугам с целью формирования позитивного имиджа. В этом контексте мы рассматриваем понятие event не только и не столько как мероприятие, а прежде всего, как исключительное событие, которое содержит смысловые оттенки благоприятного влияния [2, с. 139]. Event способствует ускорению процесса восприятия события, его осмысления, а также усилению впечатлений и чувств от услышанного и увиденного. Таким образом, event-технологии можно использовать в качестве эффективного инструмента формирования позитивного имиджа образовательного учреждения, налаживания гармоничных связей с общественностью, а также его внутренней и внешней средой.

Список использованных источников

1. Одайник С. В. Формування іміджу сучасного навчального закладу // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013. – Вип. 32 (85). – С. 346–351.

2. Троїцька Т. С., Троїцька О. М., Поправко О. В. Event-технології в культурно-освітньому просторі вищої школи: потенційність й перспективи реалізації // Наукове сьогодення: теоретико-прикладні дослідження та перспективи: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Мелітополь, 17 травня 2019 р.). – Мелітополь, 2019. – С. 128–131.