

## ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ ВИПУСКНИКІВ ТА ІМІДЖ УНІВЕРСИТЕТУ

Дорош А.М.

Науковий керівник – ст. викл. Митцева О.С.

Харківський національний університет радіоелектроніки  
(61166, Харків, пр. Науки, 14, каф. філософії, тел.(057)-702-14-65)

The publication is devoted to the analysis of problems of formation of the image of graduates universities and the image of universities. Graduates of university image, which need to be taken into account in the practical activities of forming the image of universities. Demonstrated on what the formation of the image of graduates depends.

Імідж з позицій університету – це джерело його надійності і благополучного функціонування в конкурентних умовах. Однак в наукових роботах все ще відсутня єдність підходу до визначення суті іміджу. Якщо говорити про трактування терміну «імідж» відносно педагогіки вищої школи та організації вищої освіти, слід зазначити, що на сьогоднішній день така практично відсутня. Слово «імідж» з лінгвосемантичних позицій може викликати у читача потенційну реакцію: спочатку це слово запозичене з англійської мови, і в перекладі з нього позначає «образ», «малюнок», «відображення» і т.д. При цьому дане слово часто трактується як «престиж» або «репутація». Таким чином, представляється складним дати однозначну відповідь про те, що саме слід вкладати в поняття «імідж університету».

Теоретично поняття «імідж» та «образ» багато в чому схожі між собою, в тому числі схожі і способи їх формування. Імідж і образ будуються на 3 рівнях: стереотипно, предметно і міфологічно. Американський маркетолог Ф. Котлер визначає «образ» як суму всіх емоційних і естетичних складових, таких як досвід, ідеї, переконання, спогади та враження, які отримала людина протягом життя.

У свою чергу, імідж університету має багатопланову ієрархічну структуру і поділяється на такі рівні:

- внутрішній імідж являє собою факти в діяльності університету та рівень ділової репутації всередині нього, тобто це – імідж того, що пропонується на ринку освітніх послуг. Тут вирішальну роль грають методи управління, кадрова та фінансова складові.

- регіональний імідж являє позиції вузу в якомусь окремо взятому місті або регіоні. Тут важливі всі ті ж критерії, що й при визначенні внутрішнього рівня, але відмінність у тому, що на регіональному рівні обов'язково присутня конкуренція.

- національний імідж – це імідж університету в масштабах держави. Це дуже відповідальна позиція: існують рейтинги університетів по

науковому, кадровому потенціалу, кількості публікацій, досліджень на фундаментальному рівні, якості підготовки студентів і затребуваності випускників в масштабах держави.

- міжнародний імідж – це найвища ступінь оцінки університету: він визначається, перш за все, популярністю в позитивному розумінні слова, фундаментальними дослідженнями і рейтингом в масштабі, наприклад, країн СНД, Європи або світу. До найбільш відомих університетів з позитивним іміджем за всіма світовими показниками можна віднести, Массачусетський, Стенфордський, Гарвардський, Каліфорнійський та Кембриджський університети (світовий рейтинг 2018 QS).

Імідж спеціаліста, зокрема випускника університету, слід визначити, як представлення: функціональної, інтегральної, динамічної та регульованої освіти, об'єктивне і суб'єктивне відображення його образу в очах потенційного користувач його послуг, або деякої цільової групи. Імідж включає істотні компоненти іміджу країни, в яких учився спеціаліст і вклад в світовий, культурний, науковий та технологічний розвиток.

Залежно від того, які групи споживачів освітніх послуг визначають або оцінюють образ випускника, сприйняття значущих компонент іміджу може бути істотно індивідуально (рис. 1).



Рисунок 1 – Схема компонентів іміджу випускника

Випускники престижних університетів мають в середньому на 25-30% вищу початкову заробітну плату і на 2-3 роки випереджають випускників інших навчальних закладів у розвитку кар'єрних положень.

#### Перелік використаних джерел

1. Крутій К. Можливості PR-технологій і публісیتی у формуванні позитивного іміджу дошкільного навчального закладу [Електронний ресурс].

2. Іваній І В. Професійно-педагогічна культура та імідж фахівця фізичного виховання та спорту / І. В. Іваній // Імідж сучасного педагога. – 2016. – № 3 (162). – С. 18-21.