

РОЛЬ ПИАР В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ

Нетецкая Т.Н., Лоповок Е.Г.

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», Харьков

Особое место в обеспечении успешного функционирования социальных организаций, как во внешнем, так и во внутреннем информационно-коммуникационном пространстве, отводится применению PR-технологий.

Применительно к вузу, как организации социальной сферы, PR-деятельность имеет свою специфику. Она требует учета опыта коммерческих, политических организаций, успешно применяющих PR-практики, овладения и реализации его вузовской деятельности.

Основу PR-деятельности вуза составляет задача продвижения образовательных услуг и завоевание доверия общественности, результатом которых может служить привлечение инвестиций, необходимых в современных социально-экономических условиях.

В ходе реализации образовательных проектов, вузы могут столкнуться с такими проблемами: расширение сферы платных образовательных услуг, а значит, актуализация вопроса о доступности высшего образования; проблемы финансовой поддержки, поиски дополнительных источников инвестиций; повышение и контроль качества образования. Принципы открытости в деятельности вуза могут способствовать созданию его позитивного имиджа, что невозможно осуществить, не используя каналы связей с общественностью.

В разработке PR-программ важно выявить аудитории, формирующие общественное мнение, с которыми вузы должны выстраивать взаимовыгодные отношения. К таким целевым аудиториям относятся: *абитуриенты* (как нынешние, так и перспективные) и их родители. PR-усилия вуза направлены на то, чтобы заинтересовать данную аудиторию в получении высшего образования, продемонстрировав качество предоставляемых образовательных услуг, открытость в процедуре приема в вуз; *студенты*: учебная и общественная деятельность студента сама по себе создает имидж учебного заведения.

Важным направлением в деятельности вуза является установление эффективных коммуникаций между студентами и преподавателями. Несомненной представляется роль лидера-руководителя вуза в создании имиджа учебного заведения. Одним из инструментов PR-деятельности является применение Интернет-технологий, в частности создание сайта вуза, анализ которого позволяет выявить направление работы вуза с целевыми аудиториями.