

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Корпоративный проект как вид PR-деятельности педагогического вуза *Кашина Елизавета Станиславна*

Студент

*УрГПУ - Уральский государственный педагогический университет, Институт
социального образования, Екатеринбург, Россия
E-mail: est_k@mail.ru*

Современный мир стремительно меняется. Но, между тем, обучение в вузе вот уже на протяжении нескольких столетий было и остается одним из важнейших звеньев в жизни человека. Между тем, рынок образовательных услуг в настоящее время становится разнообразнее. Кроме того, одной из главных особенностей развития современных массовых коммуникаций является экспоненциальный рост объемов передаваемой информации.

В таких условиях человеку становится все труднее ориентироваться в потоке информации. Следовательно, одной из главных задач специалиста по связям с общественностью становится выявление наиболее эффективных средств привлечения внимания реципиентов для достижения поставленной цели.

Особенно актуальным становится разрешение этого вопроса в государственном образовательном учреждении, так как одной из проблем, с которым сталкивается любой государственный субъект, является недостаток финансирования. Поэтому ему необходимо искать такие методы и способы воздействия, которые бы были достаточно мало затратными. По этой причине образовательные учреждения все чаще обращаются к PR и его инструментам.

Между тем, большинство образовательных учреждений используют достаточно известные и распространенные формы воздействия на целевую аудиторию: использование наружной рекламы (афиши, биллборды, растяжки) в местах скопления народа, которое позволяет проинформировать большое количество людей; размещение информации на официальном веб-сайте учреждения и в различных видах СМИ. Здесь проводимые PR-мероприятия нацелены, прежде всего, на формирование благоприятного отношения общественности к организации, создание и поддержание необходимых условий для привлечения абитуриентов и, зачастую, финансовых средств.

На сегодняшний день количество высших учебных заведений (академий, университетов, институтов) в городе Екатеринбурге и области, включая филиалы вузов других городов, приближается к восьмидесяти.

Учитывая достаточно серьезную конкуренцию на рынке образовательных услуг Свердловской области и ожидаемый низкий приток абитуриентов в текущем году, перед Уральским государственным педагогическим университетом (УрГПУ) стоит острая необходимость в проведении политики продвижения на рынке образовательных услуг.

Воздействовать на потенциальных потребителей образовательных услуг было решено путем создания и поддержание имиджа учреждения как крупной корпорации, центра образования, науки и культуры, информирования широкой общественности о его деятельности, а также качественного изменения отношения к педагогическому образованию и профессии учителя в обществе.

Формой реализации данных задач стал корпоративный проект «Педагогические династии УрГПУ», зародившийся в недрах вуза в 2005 году как инициатива группы студентов. Но уже в 2007 году проект стал общеуниверситетским.

Проект реализуется в следующих сферах: образовательной деятельности обучающихся и работников (посредством получения новых знаний об истории педагогического образования, становлении отдельно взятых семейных трудовых династий); научно-исследовательской деятельности обучающихся и работников (посредством подготовки отчетных работ научно-исследовательского, поискового характера, направленных на изучение богатого педагогического наследия учительских династий); воспитательной деятельности (информация, целенаправленно распространяемая организаторами проекта, формирует у членов коллектива и студентов вуза качественно иное отношение к педагогической профессии вообще и к учителям, коллегам, ученикам в частности); эмоциональной сфере участников проекта, членов коллектива УрГПУ, педагогической и непедагогической общественности (публикуемые материалы и подготавливаемые видеопроекты вызывают чувство уважения к труду педагога – носителя национальной культуры, пробуждают лучшие воспоминания детства и юности, воспоминания о своих коллегах, наставниках, а также укрепляют родственные связи); рекламы и связей с общественностью (посредством включения материалов проекта и промежуточных итогов его реализации во все информационно-имиджевые, рекламные носители, целенаправленных выступлений руководства университета в телевизионных программах).

Реализация проекта рассчитана до 2010 года, поэтому сегодня проект находится на заключительном этапе и имеет конкретные результаты. Так, общее количество участников проекта – работников УрГПУ – 262. В 2008 году университетский проект стал прообразом регионального проекта «Педагогические династии Свердловской области» и получил поддержку и одобрение на уровне областного правительства, а в Год учителя проект поддержал губернатор Свердловской области А.С. Мишарин. В 2010 году УрГПУ получил признание профессиональной общественности и был награжден дипломом X Уральской премии за достижения в сфере связей с общественностью «Белое крыло».

Таким образом, вуз позиционировал себя как крупную образовательную корпорацию, поддерживающую сохранение семейных ценностей и демонстрирующую искреннюю благодарность людям, чей благородный труд запечатлен в каждом человеке нашего общества.

УрГПУ получил широкое освещение в СМИ и стал узнаваем среди потенциальных абитуриентов (по результатам исследования волонтерской практики студентов). Такое явление, как учительские династии, стало неотъемлемой частью УрГПУ, его визитной карточкой. Имя вуза на данный момент у жителей области ассоциируется с качественным высшим образованием. Студенты, получающие образование в УрГПУ, гордятся своим выбором и обучением в данном вузе и являются своего рода «глашатаями» среди ближайшего окружения, что позитивно сказывается на имидже учреждения и повышает информированность широкой общественности о его деятельности. И как следствие, увеличивает шансы вуза успешно провести кампанию по зачислению абитуриентов.

Мы видим, что корпоративный проект является достаточно действенным инструментом PR-деятельности и может включать в себя разнообразные формы коммуникации.