

**Имидж высших учебных заведений в представлении старшекласников**

**Коровина Яна Сергеевна**

*Студент*

*Международный университет природы, общества и человека, Факультет гуманитарных и социальных наук, Дубна, Россия*

*E-mail: korovina.jana@yandex.ru*

В настоящее время проблемы репутации, общественного мнения о конкретном высшем учебном заведении, а также формирование и управление его привлекательным образом получают широкий отклик в сфере образования, в средствах массовой информации, на уровне межличностного общения сотрудников высших учебных образований, а также студентов и их родителей. Формирование положительного имиджа вуза влияет на конкурентоспособность и его перспективность. Это в целом позволяет свидетельствовать об уровне развития образования в регионе и стране, что в значительной мере сказывается на имидже российского образования.

Имидж стал неотъемлемой частью любой организации, направляющей свои действия на формирование благоприятного образа в условиях рыночной экономики для установления гармоничных отношений с общественностью. Вузы сегодня не только напрямую связаны с обществом, но и непосредственно влияют на его развитие и состояние.

Проведенное социологическое исследование показало, что имидж высшего учебного заведения складывается из таких составляющих, как:

- рекламная компания, которая предоставляет информацию и показывает положительные стороны учебных заведений;
- мнения друзей и родителей, которые являются основным авторитетом в выборе высшего учебного заведения.
- качество образования, предоставляемое учебным заведением, а именно присутствие квалифицированных преподавателей, сотрудничество с другими вузами страны, а также успешное трудоустройство по специальности после окончания высшего учебного заведения.

Для большего привлечения абитуриентов стоит увеличить количество факультетов и специальностей, а также количество бюджетных мест.

Благодаря имиджу высшего учебного заведения, выпускники становятся востребованными на рынке труда, а качественное образование помогает им продвигаться по карьерной лестнице и даёт новые перспективы и возможности.

### **Литература**

1. Гегель Л.А. Влияние социальных факторов на выбор профессии учащихся старших классов общеобразовательных школ / Л.А. Гегель, С.П. Бабочкина // Социально-гуманитарные знания. 2010. №5. С. 79 - 85.
2. Зборовский Г.Е. Социология образования: учебное пособие / Г.Е.Зборовский, Е.А. Шуклина. М., Гардарики, 2005. С. 245.

*Конференция «Ломоносов 2014»*

3. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования / М.С. Пискунов // Мониторинг и стандарты в образовании. 1999. №5. С. 45.
4. Тангян С.А. Высшее образование и мир труда / С.А. Тангян // Педагогика. 2004. №9 С. 3–12.
5. Фими́на М.А. Имидж вуза как составляющая системы образования / М.А. Фими́на // Актуальные задачи педагогики: Материалы международной заочной научной конференции. Чита: Молодой ученый. 2011. С. 68-73