

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»
**Реализация миссии как одного из элементов корпоративной культуры
университета в работе со студентами**

Жукова Екатерина Андреевна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

E-mail: zhuko.94@icloud.com

В современной России высшее образование является одним из главных критериев успешного человека. Именно в университете студент учиться работать в коллективе, развивает свои творческие и профессиональные навыки. А вуз же в свою очередь создает все необходимые условия в рамках своей миссии, чтобы студенты стали специалистами. В ходе анализа темы мы выявили проблему, что университет реализует свою миссию, которая проявляется в деятельности вуза, но лишь немногие студенты знают о миссии университета, несмотря на их активное участие в жизни вуза.

В широком смысле слова миссия отражает философию и воплощает предназначение организации; первой определяются ценности, убеждения, принципы, которыми руководствуется коллектив; а вторым — действия, которые предстоит осуществить, чтобы обрести предполагаемый облик. В более узкой трактовке миссия связана с представлением о том, для чего или в силу какой причины существует организация, в чем ее отличие от других аналогичных [1]. Именно в миссию закладываются основные функции, которые реализует университет на протяжении своего существования. На основании контент-анализа формулировок миссий некоторых российских университетов, мы определили, что большинство высших учебных заведений определяют свою миссию и роль в том, чтобы стать лидирующим центром, в котором наиболее развиты образование, наука и культура.

Миссия дает общее представление о том, что представляет собой учебное заведение; способствует созданию внутри организации корпоративности духа и взаимопонимания; создает возможность для более эффективного управления учебным заведением, так как на основе миссии устанавливаются цели организации [3].

Миссия как один из элементов корпоративной культуры раскрывает сущность и предназначение университета, устанавливает цели и пути их достижения, сплачивает коллектив, определяет место высшего учебного заведения на рынке образования и его конкурентоспособность. Предоставление услуг в сфере образования дает университету не только возможность существовать автономно, но и участвовать в процессе развития экономики, политики, культуры - на региональном и федеральном уровнях. Таким образом, наличие миссии высшего учебного заведения играет роль не только в макросреде, но и является базой для формирования корпоративного духа в микросреде.

В основном миссия является элементом стратегического управления, частью корпоративной культуры и имиджа организации, т. е. миссия, определяет для сотрудников цель и средства ее достижения, ценности и нормы поведения и общения, а также задает определенное восприятие учебного заведения внутренней и внешней общественностью [2]. Но если представители высшего учебного заведения (научно-педагогические работники, административные сотрудники) реализуют миссию через выполнение профессиональных функций, то студенты зачастую действуют отлучно от тех функций, которые они должны выполнять в рамках миссии университета. Многие исследователи изучали миссию с разных сторон, нами же она была изучена с точки зрения ее реализации в работе со студентами.

Для решения этой задачи в ноябре-декабре 2015 года нами было проведено количественное исследование и опрошено 392 студента с 1 по 5 курс очной формы обучения трех вузов Ульяновской области. На основании исследования мы пришли к выводу, что в зависимости от того, насколько студент отождествляет себя с учреждением и понимает его миссию (идею), настолько он стремится проявить себя как с профессиональной, так и с творческой стороны. По факту для развития профессиональных навыков, навыков научно-творческой деятельности и личностных качеств студентов университет создает ряд мероприятий, в которых наблюдается низкая заинтересованность студентов.

Проведенное исследование показало, что лишь 31% студентов знают о задачах университета, отраженных в миссии. Это не только сообщает о малой информированности студентов о содержании миссии, но и объясняет неактивное поведение представителей студенческого сообщества в разных сферах деятельности. Мы можем объяснить такие ответы тем, что студенты не идентифицируют себя с университетом и тем более не чувствуют себя частью корпоративной культуры, а лишь проводят время для получения диплома. Это во многом связано с инструментальной ценностью высшего образования.

Также респондентам был задан вопрос: «Реализует ли Ваш университет свою миссию?». Только 37% считают, что вуз полностью реализуют миссию. В основном так ответили студенты, активно участвующие в разных мероприятиях: культурных, научных, общественных и т.д. Так как мероприятия способствуют формированию корпоративной культуры, то мы можем сделать вывод, что лишь 1/3 студентов чувствует себя частью университета и реализуют миссию, развивая профессиональные навыки и выстраивая коммуникации. Ведь участие в мероприятиях способствует тесному общению сотрудников вуза и студентов благодаря такому контакту создается атмосфера единой команды.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что в основе вуза, как фундамент, лежит миссия, из которой строится деятельность самого университета, выстраивания корпоративного духа среди сотрудников и реализация студента как профессионала. А специальные мероприятия способствуют развитию студента. Результаты данного исследования лишь подтверждают, что современное студенчество, несмотря на многие сложившиеся в последние годы негативные тенденции в обществе, сохраняет присущий ему творческий потенциал, спортивную активность, готовность служить российским идеалам, культуре, образованию и науке.

Источники и литература

- 1) Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб. : Питер. 1999. — 416 с.
- 2) Мешков Александр Юрьевич Определение миссии университета — важное условие формирования корпоративной культуры // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки . 2012. №32.
- 3) Олейников О. О. Формирование миссии высшего учебного заведения УИС. — URL: http://www.agsvologda.ru/download/conf_2009/oleinikova.pdf