



205 лет Герценовскому Университету

МЕТАМОРФОЗЫ ОБРАЗА, ИЛИ ГДЕ НАМ ВЗЯТЬ ЖЕЛАННЫЙ ИМИДЖ?

А у вас есть имидж?

Благодаря столь популярным, а главное, всем понятным примерам из жизни и «образцам» творчества мода на имидж вошла в повседневную жизнь. И оказалось, что он - имидж - должен быть у каждого. Кто-то говорит о нем, чтоб не казаться старомодным, кто-то, стараясь отшутиться по поводу неадекватного восприятия окружающими своего стиля одежды или жизни, отвечает: «У меня имидж такой!», а кто-то меняет свой стиль, чтоб уверенно заявить: «Это мой имидж!».

Другое дело, что мы, поспешно (закон спорта - «выигрывает тот, кто приходит первым») - актуален во многих областях жизни и деятельности) вливаясь в ряды радеющих за свой индивидуальный образ, не всегда утруждаем себя выяснением смысла понятия и сущности явления, его происхождения, назначения, а главное, возможности применения с пользой.

Чтоб всегда со знанием дела говорить про имидж и использовать его магическую силу, для себя отметим, прежде всего, что имидж бывает: личности, марки, организации, продукта. А в целом, еще под одним «заграничным» словом (image - образ, изображение, отражение в зеркале) уместаются - образ, репутация, мнение широкой публики, потребителей и клиентов о престиже, репутации, деяниях объекта, который осмелился заявить о своем имидже (по мотивам Е.П. Голубкова).

Кроме того, однажды решив серьезно взяться за свой имидж, надо знать, что без четкого представления о своем «реальном» имидже трудно, а то и вовсе невозможно достичь «желаемого». Таким образом, стремление не должно быть беспочвенным,

если хотите, чтобы в результате усилий имидж Ваш и вашей организации приобрел реальные очертания. Так что надо констатировать, «желаемый» имидж можно формировать, развивать и продвигать, особенно это плодотворно, если знаешь куда.

Эту нелегкую задачу, так повелось с самого зарождения имиджелогии, брали на себя связи с общественностью или PR. Просмотрев литературу по маркетингу и PR, даже первую попавшую к вам в руки, одно заключение можно будет сделать без труда - «формирование благоприятного имиджа, например, организации» является одним из главных результатов PR - работы. С этой целью в плане маркетинговой деятельности организации предусматриваются соответствующие мероприятия, а черты «желаемого» имиджа, «портрета» организации как в зеркале отражаются в рекламе.

Ценность имиджа, вернее, его наличия как предмета гордости, велика в том случае, если речь идет о личности, так как наличие имиджа для фирмы и организации сегодня стало просто необходимым условием успешного коммерческого развития. И здесь нужно признать, что имидж явление экономическое, а значит, требует к себе серьезного отношения, а значит, важен не факт его наличия или отсутствия, а суть его содержания и качества.

И последнее про имидж вообще. Смысл думать о своем индивидуальном образе есть еще и потому, что успех деятельности Вашей и вашей организации зачастую зависит от мнения людей, прямо или косвенно влияющих на этот успех и результат. А у университета Герцена с наступлением очередной весны количество таких людей увеличивается до

десятков тысяч. Дома, с друзьями на вечеринке, с однокашниками на перемене, с избранниками в парке и транспорте они болтают, сплетничают, спорят, убеждают и принимают решение о том, куда пойти учиться дальше.

Что думают они, когда мы говорим «Университет Герцена»?

Но давайте начнем с себя. Перед собой, по крайней мере, не надо юлить, да и смысла нет, все равно, правда известна... хотя можно и заблуждаться. Но все же, с каким чувством Вы отвечаете на простой вопрос: «А где Вы работаете? Учитесь?»... Я с Вами солидарна, если Вы говорите с гордостью, но даже если нет, то Вы все равно здесь работаете и учитесь. И вот такая братия, настоящее сообщество - более трех тысяч сотрудников, около 20 тысяч студентов, ежедневно делятся мнениями, обсуждают с родными, близкими, знакомыми, а то и мало знакомыми людьми часть своей жизни, связанной с родным университетом. Не это ли грандиознейший PR-механизм, и масштабам воздействия такой силы может позавидовать любая организация.

Похоже, часы, потраченные на разговоры, были потрачены не напрасно, потому что выпускники школ города (по крайней мере, 2002 года) к нашему мнению присоединяются и считают, что «студенты РГПУ им. А.И. Герцена гордятся тем, что учатся в этом университете» (по результатам социологического опроса, апрель 2002 года), а значит, в наших рядах единомышленников скоро прибавится. Ну а как не прибавиться, если из ответов, данных будущими абитуриентами (возможно, уже нашими абитуриентами), можно составить такой



Фото Николая Днепровского

словесный портрет университета Герцена: «РГПУ им. А.И. Герцена известный российский университет, один из самых престижных в Санкт-Петербурге, где можно получить качественное высшее образование по широкому спектру педагогических и не педагогических специальностей, под руководством высококвалифицированных преподавателей, оптимально сочетающих теорию с практикой. Студенты РГПУ им. А.И. Герцена гордятся тем, что учатся в этом университете. Они живут насыщенной и интересной студенческой жизнью».

Правда «студенты РГПУ им. А.И. Герцена после окончания университета работают в школах и других образовательных учреждениях, остаются безработными, либо работают не по специальности», вероятно потому, что «студенты РГПУ проходят практику только в школе». Может быть, школьники чего-то не знают (по данным института управления и подготовки персонала «СОИНФОРМ» РГПУ им. А.И. Герцена по востребованности выпускников, их работоспособности, обучаемости, умению эффективно продвигаться по карьере занимает лидирующие позиции, деля первое место только с финансово-экономическим, университетом технологии и дизайна и Горным институтом), или мало знают о возможностях, которые предоставляет наш университет, потому что «РГПУ им.А.И.Герцена лишь периодически упоминается в некоторых средствах массовой информации», все по мнению тех же абитуриентов.

На протяжении жизни у каждого из нас не раз был повод убедиться в том, насколько быстро меняют люди свое мнение, а реалии отношений, построенных на противостоянии добра и зла, порой огорчают, заставляют внимательней относиться к каждому сказанному слову, ведь оно не воробей. И раз уж имидж и мнение, всегда вместе, то для нас важно, что думают о нашем университете те,

кто свой выбор уже сделал - наши студенты.

Даже не будем выдерживать паузу. Гордятся, гордятся, гордятся... наши студенты тем, что учатся в таком «престижном и известном» вузе как РГПУ им.А.И.Герцена и символ милосердия и жертвенности - пеликана - к третьему курсу знают, по своему желанию и возможностям живут «интересной насыщенной студенческой жизнью» и качеством образования вполне довольны.



205 лет Герценовскому Университету

планировать метаморфозы имиджа, чем их констатировать, ведь в представлениях старшеклассника образ современного вуза проходит путь от идеального через желаемый к реальному.

На что же уповают и к чему взывают будущие абитуриенты?

«Оставаться государственным, быть известным и престижным, давать качественное образование, отвечающее современным требованиям общества, предоставлять возможность выбора формы обучения и образовательного маршрута, обеспечивать практикой по

выбранной профессии, помогать в трудоустройстве, в зарубежных стажировках и международном обмене научными достижениями и опытом...» При этом не забывать, что, даже став студентом, мы остались детьми, поэтому нас надо «стимулировать и поощрять за успехи в учебе». (Из открытого обращения современного абитуриента к современному вузу)

Статья подготовлена по материалам социологического опроса, проведенного по данной тематике «Образ современного вуза глазами абитуриента», «Современный образ РГПУ им. А.И. Герцена глазами абитуриента», «Образ РГПУ глазами студента-герценовца» в апреле 2002 года отделом маркетинга.

Любовь ДАНИЛЕНКО
начальник отдела маркетинга

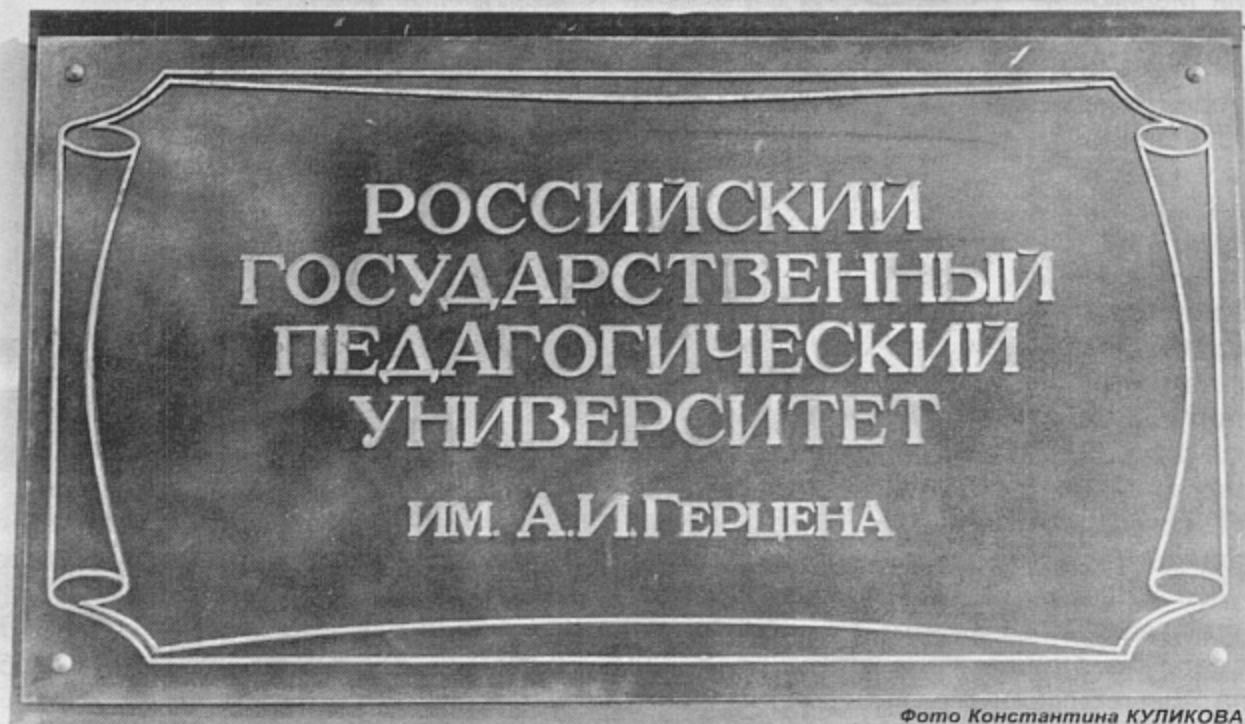


Фото Константина КУЛИКОВА

Правда, практику проходят не в школе, как предполагали, а «там, куда сами устроятся», а после окончания ставшего за годы обучения родным университета «трудоустраиваются в основном не по специальности» и по-прежнему хотят чаще слышать об альма-матер в СМИ.

На что уповают?

Так что же такое современный облик вуза в глазах каждого отдельного молодого человека - коктейль из сплетен, отголосок сложившегося за долгие годы существования традиционного имиджа или результат тщательной последовательной работы по его формированию? В общем-то, все это вместе взятое, только оптимально и профессионально управляемое. И лучше ожидать и

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.И. ГЕРЦЕНА ОБЪЯВЛЯЕТ

Конкурсный отбор на замещение должностей на контрактной основе:

Профессоров кафедр: английской филологии \1 ставка и 0,5 ставки; методики обучения математике; новейшей русской литературы; психологической помощи; русского языка в национальной школе; теории и методики физической культуры; алгебры \0,5 ставки; музыкального воспитания и образования \0,5 ставки\.

Доцентов кафедр: психологии человека \4 ставки; этнокультурологии \4 ставки; общей и экспериментальной физики \3 ставки; русского языка как иностранного (для преподавателей) \3 ставки; методики обучения математике \2 ставки; романской филологии \2 ставки; литературы и методики её преподавания \1 ставка и 0,75 ставки; русского языка в национальной школе \1 ставка и 2 по 0,5 ставки; общетехнических дисциплин; основ производства; психологической помощи; русской литературы; русского языка; социологии; теоретической экономики; философии; экономической географии; английской филологии \0,5 ставки и 0,25 ставки; английского языка \0,5 ставки; методов психологического познания \0,5 ставки; отраслевого права \0,5 ставки; алтайских языков и методики их преподавания \0,25 ставки\.

Старших преподавателей кафедр: вокальной подготовки \6 ставок; русского языка как иностранного (для преподавателей) \3 ставки; 2 по 0,5 ставки и 0,25 ставки \второго иностранного языка\ 2 ставки и 0,5 ставки \психологии человека\ 2 ставки; фонетики английского языка \1 ставка; 3 по 0,75 ставки и 0,5 ставки \психологической помощи\ 1 ставка и 0,5 ставки \дизайна; методов психологического познания; общей и экспериментальной физики; основ производства; романской филологии; социальной педагогики; испанского языка \2 по 0,5 ставки; литературы и методики её преподавания \2 по 0,5 ставки; клинической психологии \0,5 ставки и 0,25 ставки; русского языка как иностранного (для студентов) \0,5 ставки\.

Ассистентов кафедр: психологии человека \4 ставки и 2 по 0,5 ставки; методов психологического познания \3 ставки и 2 по 0,5 ставки; испанского языка \1 ставка и 0,5 ставки; психологической помощи \1 ставка и 0,5 ставки; дизайна; методики обучения технологии и предпринимательству; основ производства; русского языка как иностранного (для студентов); физической культуры; фонетики английского языка; второго иностранного языка \5 по 0,5 ставки и 4 по 0,25 ставки; олигофренопедагогики \0,75 ставки и 0,25 ставки; английского языка \0,5 ставки и 0,25 ставки; клинической психологии \0,5 ставки; социальной педагогики \0,5 ставки\.

Срок подачи документов - месяц со дня опубликования объявления. Адрес: 191186, С-Петербург, наб.р.Мойки,48. РГПУ им.А.И.Герцена, аттестационный отдел. Телефон 312-22-95, добавочный 11-96.