

ВНУТРІШНІЙ PR ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Кучер О. М., ст. викл. каф. 801

**Національний аерокосмічний університет ім. М. Є Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»**

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4554036>

Головною метою внутрішнього PR у закладі освіти є організація цільового інформаційного впливу на внутрішню аудиторію (співробітників і студентів).

Ефективність роботи закладу освіти в цілому великою мірою залежить від того, наскільки правильно функціонує система інформування та впливу на перцепцію колективом та студентами свого закладу та керівників.

Володіння інформацією допомагає членам колективу відчувати своє залучення до спільної справи, відчувати свою значущість, керівництво ж натомість отримує можливість довести до громадськості результати роботи, дізнатися думки співробітників про дії як керівників, так і колективу в цілому.

Такому зворотному зв'язку потрібні засоби внутрішньої комунікації, до яких, у першу чергу, належить преса. Газета закладу вищої освіти має відображати життя і діяльність закладу – навчальну, наукову та виховну роботу, організацію культурних і спортивних заходів, міжнародні зв'язки тощо.

Варто зазначити, що на сьогоднішній день газета часто є підрозділом служби PR освітнього закладу, виконуючи завдання, які як правило, ставляться перед PR: формування позитивної громадської думки про роботу навчального закладу як всередині колективу, так і за його межами.

Крім газети, до інструментів внутрішнього PR, можна й віднести й музей освітнього закладу, який вирішує такі комунікативні задачі, як: відновлення та збереження традицій, що існують в закладі вищої освіти; виховання корпоративної культури, сприяння формуванню у членів колективу (співробітників і студентів) відчуття поваги до історії закладу й гордості за свою alma mater.

Велике значення має також і сайт освітньої установи. Його структура розрахована не тільки на зовнішню громадськість, але й не меншим чином на внутрішнє користування. На сайті навчального закладу має міститися вся інформація про навчальний заклад – історія, професорсько-викладацький склад, структура закладу, сторінки підрозділів, матеріал про наукову, освітню, культурну тощо діяльність, необхідна й корисна інформація для абітурієнтів і роботодавців і т. п.; для студентів і викладачів – розклад занять.

Дієвими та ефективними інструментами внутрішнього PR навчального закладу є проведення різних внутрішніх заходів – спеціальних подій, таких, наприклад, як Посвячення в студенти, День першокурсника, День студента, спортивні змагання між командами викладачів і студентів,

різноманітні творчі конкурси, святкові заходи, присвячені різним подіям (День учителя, День університету, День факультету, Новий рік тощо).

Подобні заходи ведуть до згуртування студентського колективу, надають студентам можливість неформального спілкування з викладачами й представниками адміністрації, активізують спільну діяльність студентів та викладачів, що сприяє налагодженню комунікації між ними, встановлює довірливі стосунки, формує корпоративний світогляд.