

НОУ ВПО «Челябинский институт экономики и права
им. М. В. Ладина»

КВАЛИФИКАЦИОННАЯ (ДИПЛОМНАЯ) РАБОТА

**НАУЧНО-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ
В ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКЕ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО
ЗАВЕДЕНИЯ**

Выполнила студентка
гр. СОЗ-606
Щепетова А. У.
Научный руководитель:
Худякова Н. Э.

Общественные
ожидания

Необходимость актуализации научного имиджа вуза

«Российской науке
необходимо вернуть роль
одного из ведущих
институтов развития
экономики и общества».
Президент РФ

«Основной объём
научных исследований
должен сместиться в
вузы».
Министр образования

Проблема: недостаточное внимание к научным мероприятиям как имиджевой технологии и, как следствие, недостаточная изученность методики организации научного мероприятия как представительского.

Цель: разработка научно-представительского мероприятия — Всероссийская профессиональная конференция «Современное развитие малого бизнеса» для НОУ ВПО «Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладощина».

Задача 1. Обозначить основные понятия и характеристики имиджевой политики вуза

Имидж вуза – устойчивое, эмоционально окрашенное мнение о вузе у группы людей на основе сформированного у них образа данной организации, возникшего вследствие либо прямого контакта с вузом, либо на основе информации, полученной об этом вузе из других источников.

Имиджевая политика вуза – система мероприятий, направленных на формирование имиджа и его трансляцию внешним и внутренним целевым группам посредством различных технологий по разнообразным коммуникативным каналам.

Задача 2. Проанализировать технологии формирования и трансляции имиджа вуза на целевые группы

- ✓ Визуальная коммуникация
- ✓ Вербальная коммуникация
- ✓ Поведенческая коммуникация



Задача 3. Рассмотреть научно-представительские мероприятия вуза как имиджевую технологию



*Изменение подхода к организации и проведению
научного мероприятия преобразует его
в имиджевую технологию*

Задача 4. Проанализировать научную деятельность вузов России в современном контексте

1. Наука стала составляющей актуального имиджа высших учебных заведений.
2. Научно-исследовательская деятельность вузов транслируется на широкую общественность через СМИ и Интернет.
3. Вузы ведут активную научную деятельность, обеспечивающую все направления НИР и НИРС.
4. Используются интересные, яркие формы, которые обладают высоким имиджевым потенциалом.

Задача 5. Проанализировать систему научно-исследовательской работы в НОУ ВПО «Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладощина»



Задача 6. Разработать научно-представительское мероприятие

Условия преобразования научного мероприятия
в имиджевое:

Содержательная часть:

- цели;
- выбор темы;
- участники;
- отбор докладчиков;
- подготовка докладчиков;
- организация общения.

Организационная часть:

- место проведения;
- внешний вид сотрудников;
- встреча гостей
и регистрация;
- навигация по институту;
- материалы конференции;
- ход мероприятия;
- постсобытийная
поддержка.



Спасибо за внимание!