

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

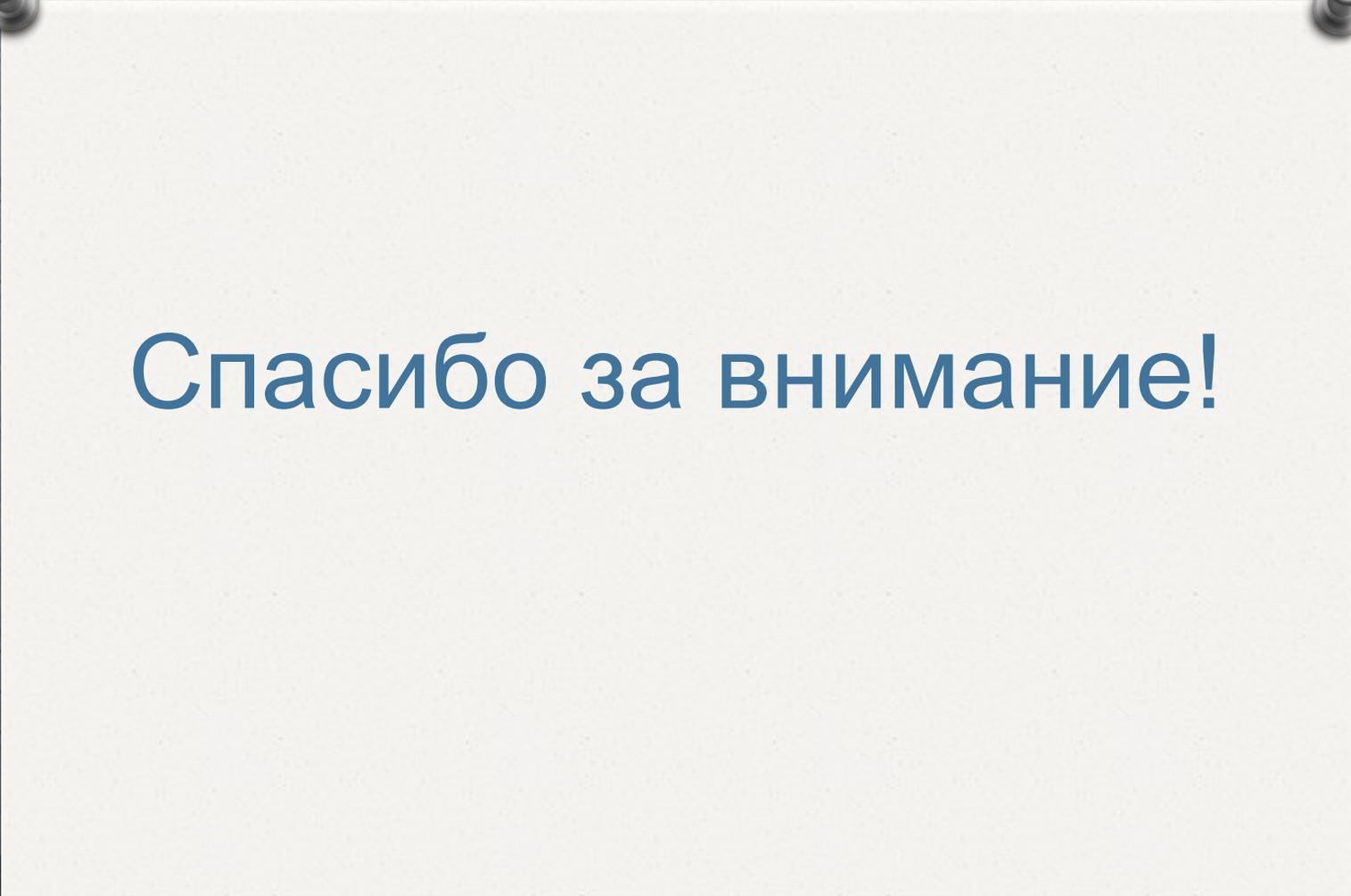
Условия преобразования научного мероприятия  
в имиджевое:

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!