



EUROPEAN CONFERENCE

Conference Proceedings



The XVIII International Science
Conference «Perspective directions for
the development of science and
practice»

June 14 – 16, 2021

Athens, Greece

EVENT ЯК ІНСТРУМЕНТ PR-ТЕХНОЛОГІЙ У КУЛЬТУРНО-ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Поправко Ольга Вікторівна

кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Система освіти – один з найважливіших соціальних інститутів, основною функцією якого є трансляція суспільних цінностей, передача знань і навичок від одного покоління іншому. Однак, в останні роки про освіту все частіше говорять і пишуть як про сферу послуг. У зв'язку з цим заклад освіти розглядається як підприємство, що надає освітні послуги.

У наш час на ринку функціонує широкий спектр підприємств, що здійснюють освітню діяльність, кожне з яких намагається зайняти стійку позицію. Така ситуація обумовлює необхідність розробки ефективної PR-стратегії для формування конкурентних переваг.

PR – один з важливих інструментів проведення успішної комерційної діяльності. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій надає широкий спектр можливостей: за допомогою інструментів PR відбувається вплив на розвиток різних галузей діяльності, зокрема і на сферу освіти. Розробка і застосування конкретних PR-кампаній потребує індивідуального підходу, який враховує особливості діяльності підприємства і, передовсім, специфіку ринку, на якому воно представлене. PR-діяльність у сфері освіти спрямована на зміцнення і формування довірливих відносин між цільовою аудиторією (здобувачами, науково-педагогічними працівниками, батьками, департаментами освіти та ін.) і освітньою установою. Передовсім, заклад вищої освіти (ЗВО) повинен мати гарну репутацію для побудови довгострокових відносин зі споживачами.

Потреби цільової аудиторії постійно змінюються. Цей динамічний процес обумовлює застосування сучасного підходу до системи формування та реалізації освітнього процесу: необхідно відповідати мінливим запитам цільової аудиторії, вміти підлаштовуватися під неї. Якщо ЗВО не буде відслідковувати окреслені тенденції, то це може призвести до зниження кількості здобувачів і звільнення викладачів. І, як наслідок, ЗВО втратить свої позиції в рейтингах, не отримає належного фінансування, що приведе у майбутньому до його реорганізації або ліквідації.

PR-інструменти дозволяють перейти на новий рівень комунікацій між ЗВО і його цільовою аудиторією. Одним з дієвих PR-інструментів є event (спеціальна подія).

Event – це комплекс заходів, організованих для просування товару або послуги. Поняття event включає в себе не лише подію чи захід, а, передовсім, містить смислові відтінки сприятливого впливу, виняткової події, найбільш бажаного результату заходу. Він покликаний створити захід, який би його учасники сприймали як особливу, абсолютно виняткову, неповторну подію. З точки зору бізнесу, спеціальна подія – це форма залучення людини до культури бренду, до корпоративної або іншої спільноти через організацію певних дій, переживань [1, с. 24].

У сучасній практиці PR event-заходи набувають популярності як засіб комунікації і як один з найважливіших інструментів у сфері зв'язків з громадськістю. Вони спрямовані на емоційне сприйняття і є одним з найбільш дієвих способів повноцінно представити організацію, зберегти ознаки її ідентичності у свідомості цільової аудиторії в довгостроковій перспективі.

Реформування системи освіти, збільшення рівня використання PR-засобів і методів призвело до використання подієвого підходу в комунікативній діяльності ЗВО. Основна його перевага полягає в створенні умов для психолого-педагогічного та культурно-просвітницького супроводу процесу професійного самовизначення здобувачів, формування у них соціальних компетентностей. Сучасні event-технології дозволяють перейти на новий рівень освіти і комунікацій між ЗВО і їхньою цільовою аудиторією (здобувачами, батьками, науково-педагогічними працівниками, співробітниками, департаментами освіти і ін.). При цьому використання event-технологій наповнює співпрацю викладачів, здобувачів, батьків, абітурієнтів новим, більш якісним змістом, розвиває толерантність, самостійність у прийнятті рішень і персональну відповідальність, формує командний дух.

Event-заходи в ЗВО мають свою специфіку. Переважно це ділові заходи або заходи, пов'язані з внутрішньою діяльністю закладу, його корпоративною культурою. Серед них виділяють:

- ділові заходи для науково-педагогічних працівників ЗВО;
- внутрішні заходи, спрямовані на ознайомлення, обговорення та поширення важливої інформації;
- прийомні заходи (заходи для внутрішньої аудиторії), які тісно пов'язані з корпоративною культурою ЗВО і покликані транслювати його цінності та традиції;
- іміджеві заходи, спрямовані на залучення суспільної уваги до ЗВО, демонстрації його статусу.

Також можна виділити event-заходи, які використовують як інструменти внутрішнього PR в закладах освіти:

- корпоративні заходи для науково-педагогічних працівників і співробітників (дні народження, нагородження, ювілеї тощо);
- внутрішні ділові заходи (наради, збори, тренінги, змагання тощо).

Важливо усвідомлювати, що event-заходи – це складні, сплановані довгострокові дії, які вимагають не тільки знань в галузі комунікацій і презентацій, а й у галузі управління проектами, технічного оснащення, інновацій

в галузі програмного забезпечення та техніки, навичок креативного підходу і творчого мислення. При цьому важливо контролювати увесь процес організації event-заходу – від розробки концепції, ідеї проекту і комунікаційних цілей до етапу підведення підсумків і оцінки ефективності [2, с. 76]. Погано організований event не тільки не вирішить поставлених завдань, а й може негативно позначитись на репутації компанії, а також призведе до фінансових втрат.

Успішна реалізація event-заходів дозволить ЗВО домогтися важливих результатів, зокрема:

- створити позитивний імідж закладу;
- підвищити індекс цитування науково-педагогічних працівників;
- забезпечити конкурентоспроможність;
- досягти перших позицій у рейтингах;
- сприяти високому рівню продажів освітніх послуг.

Підсумовуючи, зазначимо, що event-заходи забезпечують постійну присутність ЗВО в інформаційному полі. У процесі реалізації event-заходу здійснюється прямий контакт цільової аудиторії не тільки із зовнішніми візуальними атрибутами ЗВО, а й з його внутрішнім середовищем, культурою, викладачами. Зауважимо, що event-заходи можуть мати різний формат, але всі призначені для певних цільових груп, проходять у певний час, у певному місці, створюють подію і співучасть, переслідують визначені цілі, формують певне ставлення, переконання.

Список літератури

1. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR. СПб. : Питер, 2007. 365 с.
2. Шумович А. Великолепные мероприятия. Технологии и практика event management. М. : Изд-во «Манн, Иванов и Фербер». 2007. 320 с.