

**Бочков Д.В.,**

*к.э.н., доцент, доцент кафедры педагогики и менеджмента ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: [dionisoren@mail.ru](mailto:dionisoren@mail.ru)*

**Советова А.Е.,**

*магистрант 2 курса, ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: [aesovet@mail.ru](mailto:aesovet@mail.ru)*

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ УЧЕБНОГО ЦЕНТРА ГУП «СТРОЙЗАКАЗЧИК»**

### **Аннотация**

В статье актуализируется проблема управления репутацией образовательной организации в системе дополнительного профессионального образования.

На основе результатов опытно-экспериментальной работы по совершенствованию механизмов управления репутацией организации авторами выявлены проблемные области и предложены пути решения. Результаты исследования возможно адаптировать под аналогичные учебные центры для повышения их положительной репутации.

В качестве инструментов благодаря которым выявлены основные направления дальнейшей работы авторы представили SWOT-анализ, анкетирование. В качестве экспериментальной базы исследования и проведения опытно-экспериментальной работы предложен учебный центр ООО «Стройзаказчик».

**Ключевые термины и понятия:** образование, образовательная организация, репутация, имидж, управление репутацией, управление имиджем, репутация образовательной организации

**Bochkov D.V.,**

*Candidate of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Pedagogy and Management, Orenburg State Pedagogical University,  
e-mail: [dionisoren@mail.ru](mailto:dionisoren@mail.ru)*

**Sovetova A.E.,**

*2st year undergraduate, Associate Professor of education management Orenburg State Pedagogical University (OSPU), Orenburg, Russian Federation,  
e-mail: [aesovet@mail.ru](mailto:aesovet@mail.ru)*

**PRACTICAL ASPECTS OF IMPROVING THE REPUTATION  
MANAGEMENT MECHANISM OF THE STATE UNITARY ENTERPRISE  
STROYZAKAZCHIK TRAINING CENTER**

**Annotation**

The article highlights the problem of reputation management of an educational organization in the system of additional professional education.

Based on the results of experimental work to improve the reputation management mechanisms of the organization, problem areas have been identified and solutions have been proposed. The results of the study can be adapted to similar training centers to enhance their positive reputation.

The authors presented SWOT analysis and questionnaires as tools that revealed the main directions of further work. The Stroyzakazchik LLC training center is proposed as an experimental base for research and experimental work.

**Key terms and concepts:** education, educational organization, reputation, image, reputation management, image management, reputation of an educational organization

В современной педагогической науке разрабатываются инновационные концепции управления репутацией образовательных организаций, что требует

как теоретического осмысления проблемы, так и проведение практических исследований.

Рассмотрение теоретико-методологических аспектов управления репутацией организации в системе дополнительного профессионального образования позволило выдвинуть предположения, которые потребовали проверки в ходе экспериментальной работы при исследовании заявленной проблемной области. В соответствии с гипотезой и целью данного исследования нами были сформулированы цель и задачи экспериментальной работы по управлению имиджем и репутацией учебного центра ГУП «Стройзаказчик».

Цель экспериментальной работы заключается во внедрении модели конкурентоспособности на основе улучшения репутации организации примере учебного центра ГУП «Стройзаказчик».

На основе цели экспериментальной работы были определены следующие задачи:

1. Проанализировать конкурентоспособность учебного центра ГУП «Стройзаказчик» на рынке;
2. Осуществить внедрение модели формирования положительной репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик»;
3. На основе полученных данных подвести итоги проделанной работы.

Государственное унитарное предприятие Оренбургской области «Стройзаказчик» создано в соответствии с распоряжением главы администрации Оренбургской области от 09.01.2001 №16-р.

Учебный центр ГУП «Стройзаказчик» (далее Учебный центр) является структурным подразделением ГУП «Стройзаказчик», оказывает услуги на основании бессрочной Лицензии выданной Министерством образования Оренбургской области на осуществление образовательной деятельности 56 ЛО1 № №0002866, регистрационный № 1503 от 05.08.2014 года и Аккредитации № 3394 от 28.04.2014 г на право оказания услуг в области охраны труда.

Предприятие является коммерческой организацией. Учредителем является Оренбургская область в лице министерства природных ресурсов, экологии и имущественных отношений Оренбургской области. Деятельность предприятия курирует Министерство строительства, жилищно-коммунального и дорожного хозяйства Оренбургской области. Предприятие создано в целях содействию развития жилищного строительства Оренбургской области.

Основным видом деятельности Учебного центра является реализация программ профессиональной подготовки, переподготовки, повышения квалификации по профессиям рабочих, должностям служащих: дополнительных профессиональных программ: программ повышения квалификации и программ профессиональной переподготовки специалистов.

Наряду с основным видом деятельности, предприятие занимается:

- производством общестроительных работ по возведению зданий;
- предоставление услуг по монтажу, ремонту и техническому обслуживанию прочего оборудования общего назначения;
- строительство междугородних линий электропередачи и связи;
- производство санитарно-технических работ, монтаж отопительных систем и систем кондиционирования воздуха;
- подготовка к продаже собственного нежилого недвижимого имущества;
- покупка и продажа собственных нежилых зданий и помещений;
- аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом;
- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;
- деятельность в области архитектуры;
- технические испытания, исследования, анализ и сертификация;
- исследование конъюнктуры рынка;
- аренда и лизинг прочего автомобильного транспорта и оборудования;

- подготовка кадров высшей квалификации;
- образование профессиональное дополнительное;
- деятельность школ подготовки водителей автотранспортных средств.

Целевыми ориентирами деятельности Учебного центра являются:

- конкурентоспособность Учебного центра, укрепление его позиций на региональном рынке образовательных услуг;
- использование потенциала и опыта деятельности Учебного центра, его партнерских связей и конкурентных преимуществ для оптимизации системы повышения квалификации работников системы жилищного строительства региона в соответствии со стратегическими ориентирами развития Оренбургской области.

Что касается целевого рынка, то в структуре слушателей преобладают работники предприятий. По типам слушателей в разрезе заказчиков наибольший сегмент – это работники предприятий, которые обучаются за счет своего предприятия. За этим сегмент с небольшим отставанием идут сегменты: работники, обучающиеся за счет государства, и работники предприятий, обучающиеся за свой счет. Целевой рынок в исследуемой сфере аналогичен как для Учебного центра «Стройзаказчик», так и для его конкурентов. Учебный центр проводит обучение по заявкам юридических и физических лиц. Основными партнерами являются: АО ПО «Стрела», ГУП «Оренбурггремдорстрой», ООО «Башнефть-Розница», ООО «Т Плюс», ООО «Радиатор», ООО «Ликосстальпром», ООО «Завод РТО», ООО «Уральский бройлер» ООО «Верус», ООО «Газпром питание Оренбург», ОАО «РЖД», хлебоприемные предприятия, муниципальные образования области и др. Оказание образовательных услуг является платным, стоимость услуг варьируется от 500 руб до 11 000 руб. В оказании образовательных услуг задействованы - 11 штатных сотрудников ГУП «Стройзаказчик», более 15 внешних совместителей (специалисты производственники).

Учебный центр укомплектован высококвалифицированными

педагогическими кадрами. Средний возраст преподавателей – 47 лет, средний стаж работы – 15 лет. Педагоги регулярно повышают свой профессиональный уровень, эффективно участвуют в научно-методической работе, знакомятся с опытом работы своих коллег и других высших учебных заведений, а также саморазвиваются. Все это в комплексе дает хороший результат в организации педагогической деятельности и улучшении качества образования.

Вопросы стратегии развития Образовательного центра, его ключевые задачи и цели работы рассматриваются администрацией совместно с сотрудниками на общих собраниях и внутренних тренингах. Регулярно поддерживается взаимодействие со слушателями и представителями работодателей посредством анкет обратной связи, оценивающих эффективность работы подразделений. Организуются проектные семинары с участием сотрудников Центра. Итоги анализа и самооценки систематически применяются руководством для совершенствования как собственной работы, так и деятельности Центра в целом.

Функционирование учебного центра ГУП «Стройзаказчик» базируется на выполнении государственного заказа, утверждаемого Учредителем, а также на договорных отношениях с организациями и частными лицами.

Образовательный центр ГУП «Стройзаказчик» стремится к тесной интеграции своей деятельности с реалиями жилищного строительства в регионе. В связи с этим, все разработки персонала учебного центра базируются на анализе и систематизации практического опыта и регулярно предлагаются слушателям в рамках обучения, что позволяет оценивать их применимость на практике. Модель взаимодействия с обучающимися охватывает основные аспекты разработки персонализированного образовательного процесса: теоретические и методологические принципы, содержание, методики, систему оценивания, информационную и образовательную среду.

Центр обучения ГУП «Стройзаказчик» активно налаживает связи со средними специальными и высшими учебными заведениями, развивая

партнерство для улучшения профессиональной подготовки специалистов в сфере жилищного строительства региона. На основе предприятий области сформирована сеть образовательных полигонов и площадок для стажировок, предназначенных для анализа и распространения прогрессивных методов работы.

В 2023-2024 годах зафиксировано падение интереса к образовательным курсам Центра обучения, что повлияло на финансовые показатели компании. Данная ситуация возникла из-за совокупности внутренних и внешних причин, включая социально-экономическую обстановку в регионе; рост количества организаций, предоставляющих профессиональное обучение, что привело к удешевлению образовательных услуг в регионе; ротацию кадров; износ материальной базы; изменения в нормативных актах Ростехнадзора, касающихся предварительной подготовки специалистов, работающих на опасных производственных объектах (подготовка перестала быть обязательной, а полномочия по аттестации переданы территориальным комиссиям при региональных управлениях Ростехнадзора), в результате чего большинство предлагаемых учебных программ утратили свою актуальность.

Для стабилизации ситуации организацией были приняты следующие меры:

- разработаны и реализуются программы подготовки машинистов трактористов и самоходных машин: Водитель погрузчика, Машиниста бульдозера, Машинист катка самоходного, Машинист экскаватора, Машинист автогрейдера; ДОПОГ; монтер пути, составитель поездов, дорожный рабочий; обучение безопасным методам и приемам выполнения работ на высоте; в ГУ МЧС России по Оренбургской области согласованы программы пожарно-технического минимума, оказание первой доврачебной помощи, что позволило получить в качестве заказчика такие предприятия как ГУП «Оренбурггремдорстрой», ООО «Дорстрой 56», ОАО «РЖД» и др;

- с 2017 г в учебный процесс были внедрены программы

профессиональной переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов по направлениям: «Управление охраной труда на предприятии», «Методика профессионального обучения», «Менеджмент организации», «Управление персоналом»;

– активно внедряется политика обучения в условиях производства и обучение в территории, что позволило привлечь в качестве заказчика новые предприятия ООО «Новотроицкий завод хромовых соединений», ООО ГК «Лист», так же муниципальные образования области.

В 2024 году, учитывая исследование актуальных тенденций рынка образовательных услуг, был существенно дополнен список программ повышения квалификации. Данное расширение основано на потребностях целевой аудитории и включает в себя курсы: «Управление средствами индивидуальной защиты», «Квалифицированный инспектор СИЗ при работах на высоте», «Регулирование обращения с опасными отходами», а также «Нормы использования современных стеллажных систем». Кроме того, откликаясь на запросы предприятий, Учебный центр организовал и оснастил базу для обучения сварщиков аргодуговой сварки. Следует подчеркнуть высокий спрос на данное направление, подтвержденный положительными отзывами и успешной аттестацией в системе НАКС.

Основной фокус Учебного центра направлен на подготовку рабочих профессий, наиболее востребованных в строительстве, дорожном строительстве, газовой промышленности и сфере ЖКХ. Также осуществляется обучение руководителей и специалистов предприятий по вопросам обеспечения промышленной безопасности. Учебные аудитории оснащены необходимыми наглядными материалами, включая стенды и макеты. Компьютерный класс активно использует современные обучающие и аттестационные системы. Помимо теоретической подготовки, слушатели получают практические навыки на специализированных полигонах, включающих мини-котельные, газораспределительные системы, сварочные посты, сантехнические кабины,



учебные колодцы и полигон для занятий промышленным альпинизмом. В реализации образовательных программ задействованы 11 штатных сотрудников ГУП «Стройзаказчик» и более 15 приглашенных специалистов-практиков.

Ключевым способом предоставления образовательных услуг выступает непосредственная реализация, когда учебный центр работает напрямую с потребителем.

Взаимодействие между образовательным учреждением и конечным пользователем обеспечивается благодаря различным маркетинговым инструментам. Это включает в себя: уведомление клиентов о предстоящих занятиях (регулярная отправка расписания постоянным слушателям), интернет-рекламу, публикацию объявлений о наборе в группы в средствах массовой информации, личные встречи и распространение коммерческих предложений.

Обязанность по привлечению клиентов к получению информации возложена на подразделение, отвечающее за организацию и поддержку учебного процесса.

Проведенный SWOT-анализ учебного центра показал возможности развития его конкурентоспособности (таблица 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ Учебного центра ГУП «Стройзаказчик»

| Сильные стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Слабые стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. высокий уровень качества обучения;<br>2. высококвалифицированный педагогический состав;<br>3. мобильность преподавателей (обучение с выездом в территории по всей области);<br>4. удобное расположение в центре города Оренбурга;<br>5. возможность дистанционного обучения.<br>6. опыт, 50 лет на рынке образовательных услуг;<br>7. наработанная клиентская база<br>8. бессрочная лицензия на | 1. слабая организация маркетинговой и информационной системы;<br>2. бессрочная лицензия на образовательные услуги, бессрочная аккредитация в области, обучения по программам охраны труда; сертификация образовательных программ ГОСТЕХНАДЗОРОМ, ГУ МЧС России; в случае ликвидации, слияния предприятий, требуется получение новой лицензии, для чего необходимо время на ее получение более года и финансовые ресурсы, в связи с чем возможна потеря |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| образовательные услуги<br>9. бессрочная аккредитация в области обучения по программам охраны труда;<br>10. сертификация образовательных программ ГОСТЕХНАДЗОРОМ, ГУ МЧС России                                                                                                                                 | клиентской базы.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Возможности</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Угрозы</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1. увеличение производительности на 18-20% с учетом увеличения потока потребителей образовательной услуги;<br>2. применение новых технологий при условии материально-технического оснащения; (организация центров оценки квалификации персонала по направлениям ЖКХ, лифтовое хозяйство, строительная отрасль) | 1. падение спроса, связанные с сезонностью (май, июнь, ноябрь);<br>2. пересыщение рынка учебными центрами – фрилансерами (выписывают документ, но не учат);<br>3. недооценка конкурентов;<br>4. смена местоположения;<br>5. ликвидация либо слияние предприятия (потеря рабочих мест, отсутствие в регионе учебных центров, обеспечивающих качественное обучение). |

Текущее состояние рынка демонстрирует, что потребность в профессиональном образовании значительно превышает имеющееся предложение. Это связано с увеличением числа частных учебных заведений, предлагающих подобные услуги.

Исходя из представленной информации, можно сформулировать следующие заключения:

1. Оценка внутренних факторов, влияющих на качество, демонстрирует, что образовательное учреждение обладает значительными преимуществами. Эти сильные стороны могут быть эффективно использованы для реализации новых возможностей, а также, что критически важно, для смягчения или устранения потенциальных рисков.

2. Система мониторинга качества образования подразумевает всестороннюю оценку, включающую в себя показатели, характеризующие квалификацию педагогического персонала, результаты обучения по программам дополнительного профессионального образования, качество профессиональной

деятельности учащихся и эффективность программ повышения квалификации.

3. Анализ продемонстрировал динамику исследуемых показателей, выявил области, требующие улучшения для повышения качества образовательных услуг, предоставляемых учебным центром ГУП «Стройзаказчик», и подтвердил наличие сильных сторон, свидетельствующих об эффективности внутренней системы оценки качества образования.

4. Изучение конкурентоспособности, основанное на качественных и количественных параметрах, указало на возможность дальнейшего роста этого показателя у исследуемой организации – крупного образовательного кластера. Этот потенциал обусловлен необходимостью оптимизации рабочих процессов в определенных областях деятельности учебного центра ГУП «Стройзаказчик».

5. Выявленные недостатки не носят критический характер и в большинстве случаев могут быть устранены в относительно короткие сроки. Значительное количество возможностей, подкрепленных сильными сторонами, предполагает благоприятные перспективы развития при условии рационального использования имеющихся ресурсов. Несмотря на наличие угроз, многие из них поддаются компенсации, а некоторые могут быть полностью нейтрализованы. В заключение можно сказать, что текущее состояние ГУП «Стройзаказчик» не вызывает серьезных опасений.

Основываясь на результатах исследования в рамках констатирующего эксперимента, сформулируем предложения по результатам формирующего этапа эксперимента. Реализация всех мероприятий по совершенствованию репутации учебного центра ГУП «Стройзаказчик» проводилась в течении 2023-2024 гг..

1) Конкурентоспособность образовательной организации рассматривалась как репутационный навигатор.

С целью усиления конкурентных преимуществ учебного центра ГУП «Стройзаказчик» посредством улучшения репутации и имиджа, была разработана детальная методика создания репутации учебного центра ГУП

«Стройзаказчик» под названием «Репутационный навигатор». В рамках данной методики определены конкретные управленческие шаги, которые будут реализованы в процессе осуществления проекта. Представленный алгоритм состоит из последовательности этапов.

1-й шаг. Проведение репутационного аудита. Комплексный анализ репутации дает возможность получить информацию о том, как учебный центр ГУП «Стройзаказчик» воспринимается аудиторией сегодня и как она должна выглядеть завтра.

Цели проведения репутационного аудита:

- выявить и описать существующий образ учебного центра и его руководства в представлении внешних целевых аудиторий;
- определить «профиль репутации» учебного центра, описать основные составляющие характеристики его деловой репутации, определяющие отношение различных целевых групп;
- выявить сильные и слабые стороны образа учебного центра и его руководства (репутационные активы и пассивы);
- сравнить основные имиджевые и репутационные характеристики учебного центра с имиджем и репутацией конкурентов;
- определить наиболее значимые факторы репутации, влияющие на восприятие учебного центра во внешних целевых аудиториях;
- выработать рекомендации по имиджевому позиционированию и управлению репутацией учебного центра и его руководства в целевых группах.

Анализ репутации – это не просто отправная точка для создания стратегий коммуникации, но и инструмент для оценки результативности PR-кампаний. Система ключевых показателей, созданная на базе такого анализа, позволяет измерить успех PR-активности образовательного учреждения и стать фундаментом для планирования финансовых ресурсов, выделяемых на коммуникации.

Аудит проводится посредством использования следующих

диагностических инструментов:

- рейтинг учебного центра ГУП «Стройзаказчик»;
- анкетирование групп участников проекта;
- контент-анализ образовательного процесса учебного центра ГУП «Стройзаказчик»;
- брицопрос;
- интервьюирование.

2-й шаг. Обработка результатов аудита и определение репутационного потенциала. Результат репутационного аудита предполагает три вида оценок от групп участников проекта:

- не удовлетворены имиджем учебного центра ГУП «Стройзаказчик» – 0-33 % от общего количества опрошенных;
- имидж скорее устраивает, чем нет – 34-66 % от общего количества опрошенных;
- имидж полностью устраивает – 67-100 % от общего количества опрошенных.

На основе анализа можно установить достоинства и недостатки работы учебного центра ГУП «Стройзаказчик», основываясь на мнениях участников проекта из фокус-групп, а также обнаружить имеющиеся выгоды и репутационные возможности. Итоговая формулировка задач, элементов, способов создания имиджа и инструментов его регулирования возможна лишь после анализа результатов проверки.

3-й шаг. Разработка плана репутационных мероприятий. Согласно полученной оценке осуществляются конкретные мероприятия, направленные на улучшение общественного мнения групп участников проекта.

Опираясь на анализ конкурентоспособности учебного центра ГУП «Стройзаказчик», предлагаем следующие практические шаги:

1. Рекомендуется разработать комплекс мер, направленных на укрепление репутации учебного центра для обеспечения конкурентоспособности на рынке

образовательных услуг.

2. Целесообразно увеличить объем внебюджетных средств путем расширения спектра программ дополнительного профессионального образования в учебном центре ГУП «Стройзаказчик».

3. Необходимо наращивать долю программ ДПО, соответствующих актуальным ФГОС (ТОП-50).

4. Рекомендуется активнее привлекать к образовательному процессу высококвалифицированных специалистов из числа работодателей, управленческого персонала и преподавателей с учеными степенями.

5. Следует расширять рамки социального партнерства в сфере организации стажировок.

6. Важно разработать долгосрочную программу развития кадрового потенциала учебного центра, ориентированную на привлечение практикующих специалистов к преподаванию, регулярное повышение квалификации в области современных технологий и стажировки в ведущих образовательных учреждениях (изучение инновационных педагогических методик).

7. Необходимо активно взаимодействовать с местными СМИ, используя любые информационные поводы для продвижения достижений организации ДПО. Важно постоянно искать наиболее эффективные способы такой популяризации, поскольку СМИ играют роль посредника между образовательным учреждением и обществом: своевременное информирование о планах и успехах способствует расширению круга партнеров и формированию положительного имиджа.

### **Список литературы**

1. Беляев, В.И. Репутация, имидж, бренд: создание и использование в практике стратегического управления компаниями и территориями [Электронный ресурс] / В.И. Беляев // Экономика Профессия Бизнес. - 2020. -

№ 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-imidzh-brend-sozdanie-i-ispolzovanie-v-praktike-strategicheskogo-upravleniya-kompaniyami-i-territoriyami>

2. Камшилова, О.Н. «Академическая репутация»: корпусный анализ понятия в российском общественном дискурсе 2000-2011 гг. [Электронный ресурс] / О.Н. Камшилова, В.Е. Чернявская // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. - 2021. - №70. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/akademicheskaya-reputatsiya-korpusnyy-analiz-ponyatiya-v-rossiyskom-obschestvennom-diskurse-2000-2011-gg>

3. Карнаухова, Н.А. Управление коммуникационно-репутационным полем организации [Электронный ресурс] / Н.А. Карнаухова // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. - 2014. - № 1 (25). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-kommunikatsionno-reputatsionnym-polem-organizatsii>

4. Малых, С.В. Репутация университета как основа развития [Электронный ресурс] / С.В. Малых // Социология. - 2020. - № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-universiteta-kak-osnova-razvitiya>

5. Михайлова, Т.В. Научно-популярные статьи как вклад в научную репутацию вуза [Электронный ресурс] / Т.В. Михайлова // Российская школа связей с общественностью. - 2021. - № 20. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnye-stati-kak-vklad-v-nauchnyu-reputatsiyu-vuza>

6. Михеенкова, Т.А. Управление цифровым следом как эффективный инструмент формирования позитивного имиджа университета [Электронный ресурс] / Т.А. Михеенкова, К.В. Морозова, А.С. Лобачева // УПИРР. - 2021. - № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tsifrovym-sledom-kak-effektivnyy-instrument-formirovaniya-pozitivnogo-imidzha-universiteta>

7. Нарутто, С.В. Концепция развития механизма репутационной

ответственности организации в рамках новой модели научной аттестации [Электронный ресурс] / С.В. Нарутто, А.В. Бодров // Правоприменение. - 2023. - № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-razvitiya-mehanizma-reputatsionnoy-otvetstvennosti-organizatsii-v-ramkah-novoy-modeli-nauchnoy-attestatsii>

8. Паршукова, Г.Б. Репутация образовательного учреждения как часть его социального капитала [Электронный ресурс] / Г.Б. Паршукова // Народное образование. -2013. - № 10. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya-kak-chast-ego-sotsialnogo-kapitala>

9. Паршукова, Г.Б. Репутация инновационного образовательного учреждения [Электронный ресурс] / Г.Б. Паршукова, С.С. Комоликова // Сибирский педагогический журнал. - 2012. - № 9. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-innovatsionnogo-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya>

10. Попова, И.Н. Репутационный менеджмент как фактор развития современной школы [Электронный ресурс] / И.Н. Попова // Народное образование. - 2014. - № 1 (1434). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsionnyy-menedzhment-kak-faktor-razvitiya-sovremennoy-shkoly>

11. Прохоров, А.В. Репутация вуза в контексте его присутствия в социальных сетях [Электронный ресурс] / А.В. Прохоров // Ученые записки НовГУ. - 2020. - № 4 (29). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-vuza-v-kontekste-ego-prisutstviya-v-sotsialnyh-setyah>

12. Сарбаа, Л.Н. Методы и технологии формирования репутации организации сферы образования [Электронный ресурс] / Л.Н. Сарбаа, А.Т. Коньков // Социально-гуманитарные знания. 2023. №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-tehnologii-formirovaniya-reputatsii>



organizatsii-sfery-obrazovaniya

13. Сарбаа, Л.Н. Компоненты репутационного капитала образовательной организации [Электронный ресурс] / Л.Н. Сарбаа // Социология. - 2023. - № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/komponenty-reputatsionnogo-kapitala-obrazovatelnoy-organizatsii>

14. Шашкова, Н.В. Управление репутацией: актуальные направления концептуализации в образовательной сфере [Электронный ресурс] / Н.В. Шашкова // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». - 2014. - № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-reputatsiey-aktualnye-napravleniya-kontseptualizatsii-v-obrazovatelnoy-sfere>