

ДЕПАРТАМЕНТ ОСВІТИ ТА НАУКИ ОДЕСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

PR-стратегія закладу освіти: Формування довіри та репутації

Робота слухача

Школи резерву керівних кадрів закладів освіти

Вчителя історії

ОДЕСЬКОГО ЛІЦЕЮ №100

ОДЕСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

Кабанова К. В.

Одеса 2026



Освітній PR — це **стратегічні комунікації**, спрямовані на формування позитивного іміджу та репутації освітніх закладів.

Відмінність від корпоративного PR

Головна мета — побудова довгострокової довіри.

Об'єкт управління

Взаємовідносини з учнями, батьками, колективом та громадою.

Стратегічні цілі комунікації закладу освіти



Формування довіри



Залучення аудиторії



Управління репутацією



Гнучкість

Основні вимоги

Наявність чіткої мети

Перед початком розмови чітко сформулюйте головний меседж та результат, який хочете отримати.

Конкретика та лаконічність

Формулюйте думки стисло, уникайте довгих «розмитих» фраз, які ускладнюють сприйняття

Заклик до дії

Завершуйте робоче повідомлення конкретним поясненням того, що саме має зробити одержувач.

Інформативність

Повідомлення має містити рівно стільки відомостей, скільки потрібно для поточної мети.

Зворотній зв'язок

Ефективна комунікація не є односторонньою. Завжди перевіряйте, що вас зрозуміли правильно.

Правдивість

Не поширюйте інформацію, у якій ви сумніваєтеся або для якої немає достатніх доказів.

Антикризова комунікація:

⚠ Криза — це іспит для репутації закладу освіти. Готовність визначає результат.



Антикризові комунікації — це стратегічний процес збору, обробки та поширення інформації для прогнозування, недопущення або подолання кризи та мінімізації її наслідків. Головна мета — зберегти довіру стейкхолдерів та ділову репутацію.

Оперативність

Миттєва реакція

Відкритість та чесність

Визнання помилки демонструє зрілість і здатність брати відповідальність.

Емпатія

У центрі уваги завжди мають бути люди

STORYTELLING

Бренд закладу

Люди не вірять сухій статистиці та бюрократичним звітам — **люди вірять історіям інших людей.**



→ Айдентика

Елементи, що дозволяють миттєво впізнати заклад серед десятка інших.

→ Культура і традиції

Це неписані правила, ритуали та атмосфера.

→ Випускники

Потужний інструмент, який масштабує впізнаваність та довіру.

Корпоративна культура



Сильна корпоративна культура знижує потребу директивного менеджменту.

Коли працівники поділяють спільні цінності, вони діють в інтересах закладу синхронно.

Мова спілкування та система комунікацій

Усвідомлення своєї ролі в закладі

Профілактика професійного вигорання

Взаємовідносини в колективі

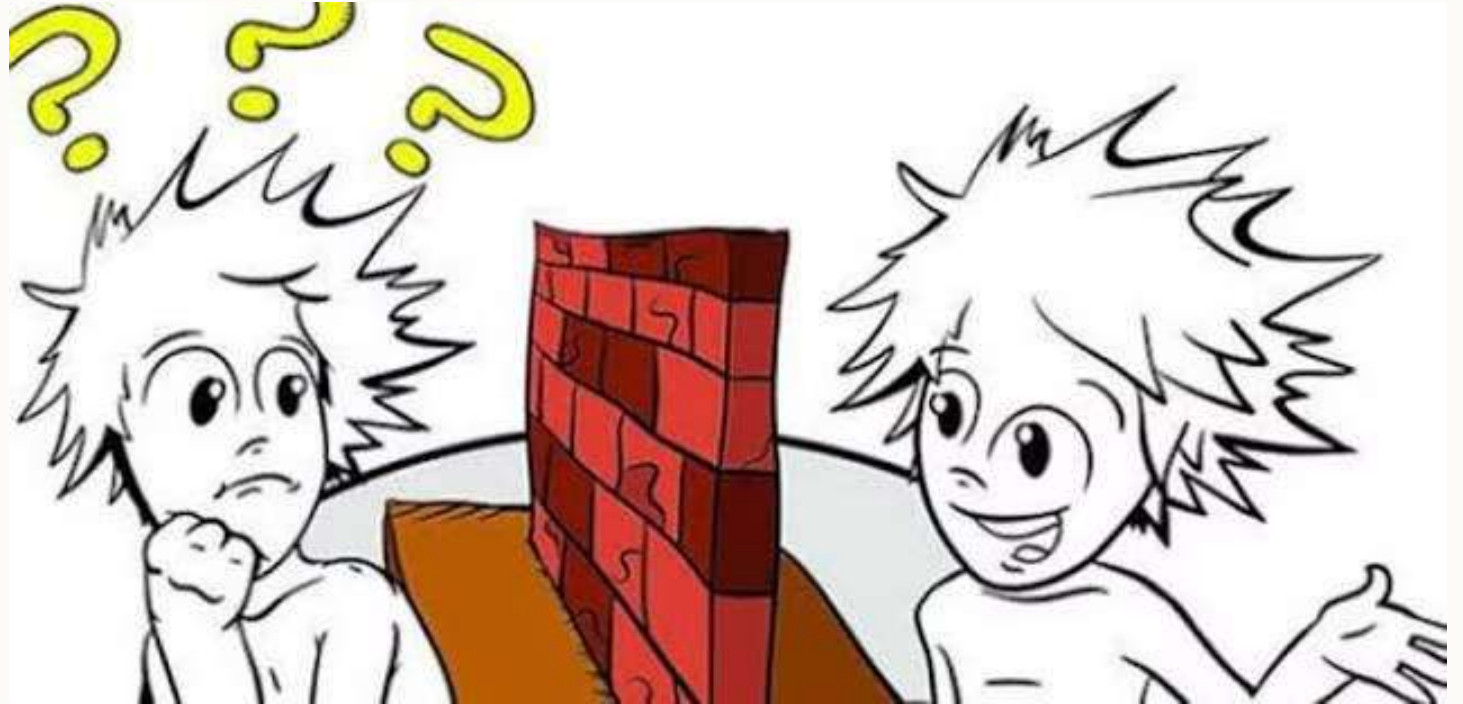
Віра (в успіх, підтримку, справедливість)

Організаційні табу

Спільні цінності

Адаптація нових співробітників

Бар'єри на шляху до ефективної комунікації



Брак часу та ресурсів

Педагоги перевантажені операційною роботою, що шкодить системності PR-активності.



Подолання скептицизму

Суспільство прискіпливо оцінює заяви освітніх установ, вимагаючи реальних доказів.



Управління дезінформацією

Необхідність постійного моніторингу інфопростору для швидкого спростування фейків чи маніпуляцій.

Сім правил ефективної комунікації директора

01

Визначити цільові аудиторії

Чітко окреслити ключові групи та їхні очікування.

02

Антикризовий план

Створити та затвердити комунікаційний протокол дій у кризових ситуаціях.

03

Прозорий вебсайт

Перевести офіційний сайт у режим максимальної інформативності та вимогам законодавства.

04

Живий сторітелінг

Розвивати соцмережі через людські історії.

05

Єдина айдентика

Дотримуватися єдиного візуального стилю закладу у всіх комунікаціях.

06

Робота з випускниками

Налагодити регулярну взаємодію з випускниками ліцею.

07

Внутрішній бренд

Лояльний вчитель — найкращий амбасадор закладу.



PR як інструмент проектування майбутнього

Через розбудову сильної корпоративної культури «зсередини» та накопичення соціального капіталу «зовні» ми реагуємо на виклики та формуємо простір довіри, де народжується майбутнє.

Репутація закладу освіти – головний капітал, який конвертується в успіх кожного випускника та стійкість усієї інституції.

Керівник — архітектор репутації

Директор закладу освіти сьогодні є головним речником і творцем публічного образу школи.

Сильна стратегія — сильна спільнота

PR-стратегія перетворює лицей на авторитетну спільноту, якій довіряє держава та громада.