

КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

Cheklaukova E.L.

COMMUNITY MANAGEMENT IN A HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION

Аннотация. В статье систематизирована информация о понятии комьюнити-менеджмента, его появлении в России и возможности использования его принципов для организации сообществ в высшем учебном заведении. Автором разграничиваются задачи комьюнити-менеджмента в онлайн и офлайн форматах, что требует от администрации ВУЗа привлекать для организации сообществ разных специалистов.

Ключевые слова: комьюнити-менеджмент, сообщества.

Abstract. The article systematizes information about the concept of community management, its appearance in Russia and the possibility of using its principles to organize communities in higher education institutions. The author differentiates the tasks of community management in online and offline formats, which requires the university administration to involve different specialists for the organization of communities.

Keywords: computer management, communities.

Комьюнити-менеджмент — это достаточно молодое направление деятельности, нацеленное на формирование связей между людьми, у которых есть что-то общее (цели, занятия, хобби, место жительства, учебное заведение, проблемы, обстоятельства, интересы, взгляды). Первоначально термин появился в работе основателя крауд-компании Джереми Овианга [1], в которой автор описывал четыре принципа комьюнити-менеджера и его роль при организации сообщества.

От классического менеджмента комьюнити-менеджмент отделяет добровольный принцип участия в сообществах и отсутствие материального (в первую очередь денежного) компонента стимулирования участников.

В начале комьюнити-менеджмент имел направление на бизнес и формирование сообществ вокруг бренда или товара, что позволяло больше зарабатывать и развивать продукты: привлекать инвестиции, получать обратную связь от клиентов, находить новые идеи для развития продукта, получать поддержку в трудные времена. Сегодня навыки комьюнити-менеджмента активно используются на всех уровнях системы образования: начиная с дошкольного и заканчивая системой высшего образования.

Навыки комьюнити-менеджера лежат на стыке компетенций специалиста по связям с общественностью, педагога, менеджера по управлению персоналом, социального педагога-психолога.

У сообщества всегда есть стремление совместными усилиями достичь какой-то результат, который будет важен для каждого участника. И эта цель наиболее ярко представляется и наибольшей степени может быть реализована

с участниками, достигшими определенного уровня зрелости: старшие школьники и обучающиеся в системе профессионального образования.

Система высшего образования позволяет расширить спектр вопросов, которыми может заниматься сообщество. Помимо сообществ по культурно-творческим интересам это может быть и формирование стратегии развития ВУЗа, организация мероприятий по запросам обучающихся, разработка и реализации дополнительного обучения, закупка необходимого оборудования или новых программных продуктов.

Для того, чтобы сообщество функционировало не только на бумаге, но и приносило пользу ВУЗу, необходимо чтобы соблюдались следующие принципы его организации:

1. Оно должно состоять из представителей всех микро-групп (сами обучающиеся, их кураторов, специалиста по воспитательной работе, администрации ВУЗа, возможно представителей по работе с молодежью администрации города, потенциальных работодателей).

2. У комьюнити не должно быть единоличного лидера. Все решения в сообществе обсуждаются и принимаются коллегиально. Задача комьюнити-менеджера – организовать сообщество, обеспечить обратную связь, предотвращать конфликты, но не подавлять участников.

3. У сообщества есть общая цель, к которой вместе идут все участники. Она может меняться по прошествию времени, но цель всегда должна быть и всегда должна приниматься всеми участниками сообщества.

4. У сообщества есть ценности, правила и традиции, которые разделяются и выполняются всеми его участниками.

Прежде всего сообщество – это возможность студентов высшего учебного заведения активно общаться, развиваться и участвовать в развитии своего ВУЗа.

Отдельно следует выделить работу комьюнити-менеджера по созданию сообщества в сети интернет. Тут на первый план встает информирование потенциальных абитуриентов, популяризация учебного заведения, знакомство с новостями студенческой жизни, общение по интересам. И если для сообщества в формате офлайн необходим лидер из представителей администрации ВУЗа по работе с молодежью, то для формирования сообщества в формате онлайн нужен комьюнити-менеджер с навыками SMM- и PR-специалиста.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Овианг, Дж.** Четыре принципа комьюнити-менеджера 25.11.2007 / Дж. Овианг. – Текст: электронный // Internet archive Way Back Machine [Электронный ресурс]. – URL: <http://web-strategist.com/blog/2007/11/25/the-four-tenets-of-the-community-manager/> (дата обращения: 31.01.2023).