

CONFLICT INTERACTION IN PROFESSIONAL ADAPTATION OF STATE CIVIL SERVANTS**Shilikov A.U.**

Institute of regional economy problems of the Russian Academy of Sciences, Rostov-on-don, Russia
(190013, Saint Petersburg, Russia, St. Serpukhov, etc. 38) e-mail: shadow.ne@mail.ru

Article is devoted to the causes of conflict interaction with professional integration of civil servants, as well as developing ways to improve the process through the introduction of new methods of work. Under the conflict interaction is commonly understood set of methods, forms and methods of interaction, giving the conflict a property as dynamism. The focus of the paper, the author focuses on the fact that adaptation is not always in the desired direction. Between employees may experience confusion, contradiction, and sometimes even a power struggle that could lead to a change of attitudes and values. But the development of new recommendations will improve the current system of targeted professional adaptation of employees to increase their efficiency, and therefore reduce the risk of conflict interaction and improve governance.

**ИМИДЖЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ
ВНУТРИУНИВЕРСИТЕТСКОЙ СРЕДОЙ****Шмигирилова Л.Н.**

ФГАОУ ВПО НИУ «Белгородский государственный университет», Белгород, Россия
(308015, Белгород, ул. Победы, 85), e-mail: shmigirilova@bsu.edu.ru

Исследование проблемы имиджа современного вуза в рамках управленческого подхода представляет широкое поле для научных и прикладных изысканий. Актуальность и важность изучения имиджевой деятельности вуза обоснованы существующими тенденциями развития рынка образовательных услуг, в особенности сферы высшего профессионального образования. При этом организационные и управленческие факторы конкурентоспособности вуза, которые формируют его имидж, повышают свое значение для формирования конкурентных преимуществ учебного заведения. Успешное продвижение имиджа делает вуз привлекательным для потребителей его продукции: внешних клиентов – школьников и их родителей, родителей студентов, работодателей; студентов, внутренних клиентов – преподавателей и сотрудников. Эффективно управлять имиджем вуза возможно при осуществлении диагностики процесса имиджевой работы, анализе восприятия характеристик, на основе которых формируется образ вуза, предметном представлении структуры данного образа, в том числе определении направлений мониторинга на основе рассмотрения модели внутривузовской среды.

**IMAGE ACTIVITY IN THE CONTEXT OF THE MANAGEMENT
OF INTERNAL UNIVERSITY ENVIRONMENT****Shmigirilova L.N.**

National Research University «Belgorod State University», Belgorod, Russia
(308015, Belgorod, Pobedyst., 85), e-mail: shmigirilova@bsu.edu.ru

Study of the image problem of a modern University in the framework of the management approach represents a wide field for scientific and applied research. The relevance and importance of the study of the image of the University activity are substantiated existing tendencies of development of educational services market, in particular in the area of higher professional education. The organizational and managerial factors of competitiveness of the University, which form its image, increase of its significance for the formation of competitive advantages of the educational institution. Successful promotion of the image make the University attractive to consumers of its products: external customers – school children and their parents, parents of students, employers, students, internal clients – teachers and staff. Effectively manage the image of the University is possible in the implementation of diagnostics of the process image of the work, the analysis of the perception of the characteristics, on the basis of which is formed the image of the University, the object representation of the structure of the image, including the definition of areas of monitoring on the basis of the model of the internal environment.

**УСЛОВИЯ САМОРЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ВУЗА****Шутенко Е.Н.**

ФГАОУ ВПО НИУ «Белгородский государственный университет», Белгород, Россия
(308015, г. Белгород, ул. Победы, 85), e-mail: shutenko@bsu.edu.ru

Приводятся результаты исследования феномена самореализации студентов в процессе обучения на базе четырех вузов г. Белгорода (технологического, гуманитарного, экономического, юридического). Раскрываются основные составляющие условия самореализации и данные их измерений у студентов различных вузов. Первая составляющая – личностная включенность в обучение, она означает заинтересованность и удовлетворенность обучением, ценность учебы, желание освоить профессию, а также причастность и приобщенность студентов к