

**Шаповал В.В., Глєбова Н.В.**

*Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

**Менеджмент справляння вражень у студентському середовищі**

[lerashapoval15@gmail.com](mailto:lerashapoval15@gmail.com)

**Вступ.** Актуальність використання інструментарію менеджменту справляння враження в студентському середовищі полягає в тому, що в такому товаристві важлива взаємодія зі студентами та задоволеність їх потреб і очікувань. Для досягнення цієї мети можна застосовувати різні інструменти, такі як опитування студентів, аналіз відгуків та пропозицій, розв'язання конфліктних ситуацій і т. д.

Наприклад, застосування опитування студентів може допомогти визначити їх потреби і очікування від університету, що дозволить адаптувати навчальний процес до потреб студентів та забезпечити їхню задоволеність. Крім того, аналіз відгуків та пропозицій може бути корисним для виявлення проблем та завдань, які потрібно вирішувати.

Розв'язання конфліктних ситуацій є також важливим компонентом менеджменту справляння вражень в студентському середовищі. До конфліктів можуть відноситися розбіжності між студентами, курсами чи факультетами, незрозуміння від бібліотеки та інших служб університету. Розв'язання конфлікту може виявитися вирішальним моментом відносно збереження позитивного враження від навчального процесу та налагодження партнерського співробітництва між студентами.

**Мета дослідження.** Розглянути можливість використання інструментарію менеджменту справляння враження у студентському середовищі.

**Матеріали та методи.** Розглянута сучасна література присвячена напрямку самоменеджменту – менеджменту справляння враження, для цього використано аналітичний метод, методи узагальнення, зіставлення і порівняння.

**Отримані результати.** Менеджмент справляння враження (іноді називають "маркетинг вражень") – це набір стратегій та технік, спрямованих на те, щоб створити позитивне враження про підприємство в очах споживачів, клієнтів та інших інтересах публіки. Це може включати в себе рекламу, піар, креативне оформлення товарів та послуг, взаємодію зі споживачами та інше.

Основна мета менеджера з справляння вражень полягає у забезпеченні високої якості обслуговування клієнтів, підвищенні їх лояльності та задоволеності. Для цього менеджер з правління вражень вивчає потреби та очікування клієнтів, аналізує їхні відгуки та пропозиції, розробляє програми покращення обслуговування та забезпечує ефективний комунікацію з клієнтами. У роботі менеджера з правління вражень відіграє важливу роль знання психології споживачів та уміння розв'язувати конфліктні ситуації.

Менеджмент справляння враження може бути корисним і в студентському середовищі, де студенти часто стикаються з необхідністю створення гарного враження про себе перед викладачами, однолітками та майбутніми роботодавцями. Доцільно визначити деякі способи, якими студенти можуть застосувати принципи менеджменту справляння вражень у своїй практиці:

1. Розробка персонального бренду. Студенти можуть створити персональний бренд, використовуючи соціальні мережі, особисту веб-сторінку та інші інструменти, які дозволяють представити себе в якості професіонала в своїй галузі.

2. Користування можливостями університету. Студенти можуть використовувати можливості, які надає університет, щоб зайти в будь-який виграшний положення.

3. Розробка персональної лідерської рецептури. Можливо розвивати лідерські якості на курсах лідерства та аналізу рішень та застосовувати їх в реальних ситуаціях.

4. Змінення своєї зовнішності. Зміна свого стилю в одязі та інші зовнішні аспекти, щоб створювати позитивне враження на оточуючих.

5. Зміцнення мережі контактів. Можливо підвищити свою мережу контактів, зустрівшись з представниками кришталевої ліги і знайомитись з іншими професіоналами в своїй області діяльності.

6. Використання мовних компетенцій. Студенти можуть підвищити свою мовну компетенцію або навички ведення переговорів, щоб створити позитивне враження на своїх однолітків.

**Висновок.** Використання менеджменту справляння вражень діловими структурами є важливим в сучасній епоху на завоювання великої кількості клієнтів та забезпечення конкурентно спроможності на ринку. Результатом вдалого впливу на охочих до покупки потенційних клієнтів може бути зростання збуту, набагато більший клієнтський попит, підвищення рівня задоволеності клієнтів і, як результат, збільшення доходів та збереження позицій на ринку. А також важливим є застосування інструментарію менеджменту справляння вражень у студентському середовищі, де ключовим є взаємодія зі студентами та задоволеність їх потреб і очікувань.

Загалом менеджмент справляння вражень може стати корисним в студентському середовищі. Викладачі, співробітники та потенційні роботодавці часто виявляють зацікавленість у здатності студентів зі створення позитивного враження та дотримання професійних стандартів.