

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ  
КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ  
ПРИВЛЕЧЕНИЯ  
АБИТУРИЕНТОВ

# СОДЕРЖАНИЕ

- ▶ 2022-2024: профориентационная работа с абитуриентами  
2024-2028: тренды, изменения,
- ▶ вызовы Абитуриент: выбор
- ▶ профессии и вуза
- ▶ Система привлечения абитуриентов: новые направления и
- ▶ проекты



# 2022-2024: ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ РАБОТА С АБИТУРИЕНТАМИ

ЦЕЛЬ

- увеличение количества абитуриентов
- привлечение сильных и талантливых выпускников

- Индивидуальная работа с обучающимися
- Школы

Иные цели

Кафедра

- Школы

Разовые мероприятия  
Случайный выбор

2022-2024:

# ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ ФОРМА С АБИТУРИЕНТАМИ

- Международная Открытая Олимпиада
- Выездные Дни открытых дверей и Дни карьеры
- Общегородские родительские собрания
- Выступления на родительских собраниях в школах региона
- Круглые столы, программы повышения квалификации для учителей и администрации школ
- Образовательные выставки в Владивостоке
- Мероприятия порталов "Поступи Онлайн" и "Учеба.Ру"
- Программа «Преподаватель и студент вуза – школе» (мастер-классы, форсайт- сессии, деловые игры)
- Психологические тренинги для старшеклассников «Лидерство», «Целеполагание», «Командообразование», «Экологическое сознание», «Экзамен без стресса»
- Подготовительные курсы к ЕГЭ и ОГЭ



# 2024-2028: ТРЕНДЫ, ИЗМЕНЕНИЯ, ВЫЗОВЫ

## ПОКОЛЕНИЕ Z (1995-2010) «ЦИФРОВЫЕ

### АБОРИГЕНЫ»

«Техноголики»

– полностью зависят от ИТ

–ограниченное понимание альтернатив

Ценности

толерантность,

ь,

экологичность,

полезность

Коммуникация

– преимущественно через смартфон

–традиционные СМИ вне поля зрения

Не читают – нет общего бэкграунда с «поколениями книги»

Не признают классических авторитетов

---

Первое диджитал-поколение – они не знают, каким был мир до интернета, и это определяет их ценности и взгляды

---

Личность

самовыражение, гедонизм, позднее взросление

Решение проблем

– используют сетевые источники

(в том числе опыт и мнения виртуальных собеседников)

Карьера

–легко меняют компании, специфику, профессию  
– «работа+хобби» – «хобби=работа»

# 2024-2028: ТРЕНДЫ, ИЗМЕНЕНИЯ, ВЫЗОВЫ

## ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО

### ЛАНДШАФТА

«Стратегия цифровой трансформации отрасли науки и высшего образования»

(утверждена Минобрнауки в июле 2021 г.)

Изменение способов организации взаимодействия субъектов образования

Новые образовательные платформы

Сетевизация образования

Интеграция открытых образовательных ресурсов в образовательные программы вузов

Альтернативные образовательные курсы и программы

Географическая привязка к месту образования (город, вуз) теряет актуальность

# 2024-2028: ТРЕНДЫ, ИЗМЕНЕНИЯ, ВЫЗОВЫ ФАКТОРЫ ВОЗРАСТАЮЩЕЙ

- НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**
- ▶ Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 02.11.2021 № 27 «О внесении изменения в пункт 3 постановления Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 30.06.2020 № 16 "Об утверждении санитарно-эпидемиологических правил СП 3.1/2.4.3598-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации работы образовательных организаций и других объектов социальной инфраструктуры для детей и молодежи в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)»:
    - Продление запрета на массовые мероприятия в школах до 1 января 2024 г.
    - Исключение сделано для организаций среднего профессионального и высшего образования, организаций дополнительного образования и досуговых организаций.
  - Возможные изменения в «Порядок приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам

# АБИТУРИЕНТ: «ВОРОНКА ПРОДАЖ» – ТАК ПРИНИМАЕТСЯ РЕШЕНИЕ ПО ВЫБОРУ ВУЗА



## ЭТАПЫ ПРИЕМНОЙ КАМПАНИИ

Предварительный  
период:  
СЕНТЯБРЬ-ИЮНЬ

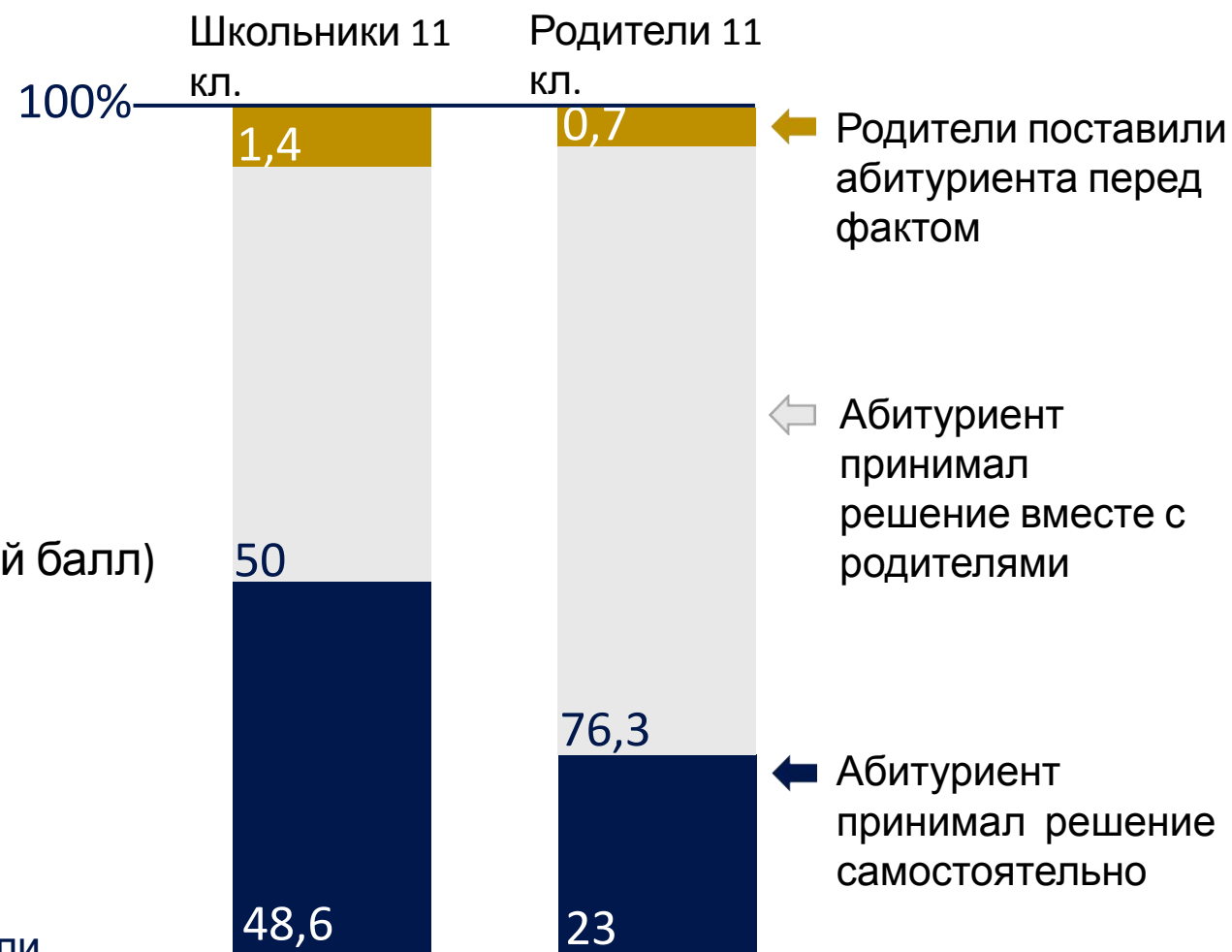
Основной  
период:  
ИЮЛЬ-  
АВГУСТ



# ВЫБОР ПРОФЕССИИ И ВУЗА: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ

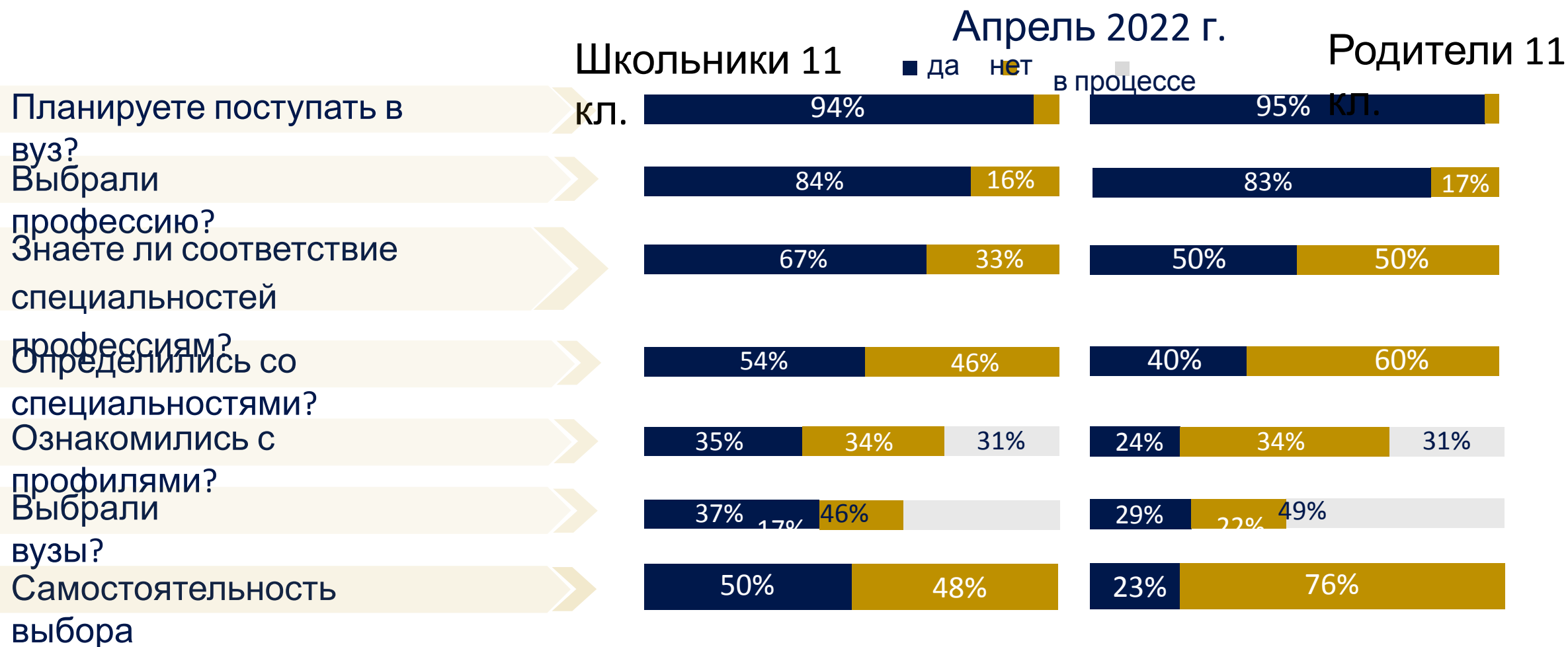
- ✦ Позиция старших членов семьи
- ✦ Позиция товарищей, друзей
- ✦ Позиция учителей, школьных педагогов
- ✦ Личные профессиональные планы
- ✦ Способности
- ✦ Уровень притязаний на общественное признание
- ✦ Информированность
- ✦ Склонности
- + Оценка абитуриентом собственных сил и шансов поступления
- + Доступность вуза для поступления (проходной балл)
- + Транспортная доступность вуза
- + «Сигналы рынка», формирующие спрос на профессии
- + Влияние СМИ, формирующее популярность профессий
- + Популярность специальностей в данном экономическом регионе

Источник: Б.А.Кутимов Психология профессионального самоопределения



Источник: исследование портала «Поступи

# ВЫБОР ПРОФЕССИИ И ВУЗА: ОСОЗНАННАЯ ГОТОВНОСТЬ



Источник: исследование портала «Поступи Онлайн»

КОМПЛЕКСНАЯ СИСТЕМА  
ПРИВЛЕЧЕНИЯ  
АБИТУРИЕНТОВ

НОВЫЕ ПРОЕКТЫ  
2022

# СТРАТЕГИЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О КОММУНИКАЦИИ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

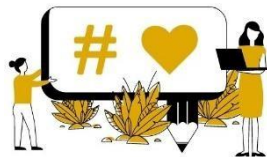
Абитуриенты и родители – первичная аудитория  
Учителя, администрация школ – вторичная  
аудитория

Кому  
демонстрируем?  
Что  
демонстрируем?  
Кто  
демонстрирует?  
Как  
демонстрируем?

# ЭТАПЫ 1-4: от неосведомленности к решению **проект «ДИДЖИТАЛ- КОММУНИКАЦИИ»**



Размещение, контроль, актуализация информации на ведущих порталах для абитуриентов «Поступи Онлайн», «Вузопедия», «Учеба. Ру»



Социальные сети как инструмент профориентации: ВКонтакте – 83,2%  
Инстаграм – 46,5%  
*(опрос студентов 1 курса МГОТУ, 2021)*



«Виртуальный помощник» на сайте университета

# ЭТАПЫ 1-4: от неосведомленности к проект «СТУДЕНТ – ШКОЛЬНИКУ» решению

«Школьникам о Двфу» – студент направлен в свою школу для встречи со старшеклассниками

«Имидж-группа» кафедры – сотрудник(и) + 4-6 студентов, участвующие в работе со школьниками (в том числе удаленно) на регулярной основе

«Руководители проектов» – студент руководит проектной работой школьника/группы школьников в закрепленном профильном классе

«Студенческий педотряд двфу» – члены педотряда участвуют в проектах для школьников по линии

Студент получает дополнительные баллы в рейтинг за участие в мероприятиях для абитуриентов и волонтерской деятельности

# ЭТАПЫ 1-4: от неосведомленности к решению

## Проект «АДВОКАТЫ ТРЕНДА»

«Профессионалы» – видеоинтервью с руководителями партнеров, ведущими специалистами базовых кафедр

«Моя Альма-» – видеоинтервью с выпускником, онлайн и участие выпускников офлайн мероприятиях

«Наши» – ТОП-выпускники на главной странице (фото + должность) сайта

Обновленная цифровая выпускников на сайте и ВКонтакте

# ЭТАПЫ 3-5: интерес – действие

## проект «УНИВЕРСИТЕТСКИЕ СУББОТЫ»

Формат: оффлайн + онлайн

Частота: январь-май **2 раза в месяц, 3 мероприятия** на институт согласно графику

Обязательные элементы:

- Экскурсия/видеофильм
- Мастер-класс/деловая игра/научно-популярная лекция
- Лекторий для родителей
- Консультационно-профорientационная площадка
- «Горячая линия»





# ЭТАПЫ 3-5 интерес – проект «ПОТЕНЦИАЛ»

Содержание: каждая кафедра университета курирует 2-3 класса по своему профилю в школах региона

Программа: разрабатывается кафедрой совместно с администрацией школы и классным руководителем

Формат: преимущественно

Частота: регулярн

а:

о руководство проектами школьников, совместная научно-

Рекомендуемые элемент

работа студента и школьника, лекции, школьные научные конференции, диспуты, экскурсии, деловые игры, мастер-классы

# Этапы 4-5: решение – действие

## СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРИЕМНОЙ КАМПАНИИ 2022

Кафедры,  
институты,

Период

: 20 июня - 09 августа 2022 – ОЧНАЯ форма обучения, бюджет  
г. – ОЧНАЯ форма обучения, контракт  
20 июня - 31 августа 2022 ОЧНО-ЗАОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ форма,  
г. бюджет

### ЦЕНТР ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ АБИТУРИЕНТОВ

Кафедра, 1-2 контроль конкурсной ситуации по своим направлениям  
организация и обеспечение подготовки, оперативной обратной связи с абитуриентами  
соответствующих направлений

Институт, 6-8 модерирование группы абитуриентов института  
консультирование абитуриентов в пределах своей компетенции.

Приемная комиссия – обучение и инструктаж  
студентов

# ИНФОРМАЦИОННО-ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АБИТУРИЕНТОВ

Единый банк видеороликов для продвижения на сайте, в соцсетях и использования на мероприятиях (видеоэкскурсии, информационно-рекламные ролики о направлениях подготовки, интервью с руководителями предприятий-партнеров, ведущими специалистами базовых кафедр, выпускниками)

Плакат/баннер формата А1 с основной информацией об университете и направлениях подготовки для размещения в школах

Печатная информационная продукция (лифлеты, листовки, визитка с QR-кодами соцсетей университета), в том числе в электронном формате

Обеспечение организационного взаимодействия со школами

Обеспечение информирования целевых аудиторий о мероприятиях

# ДОРОЖНАЯ

## КАРТА

реализации комплексной системы привлечения абитуриентов по всем направлениям подготовки

2022

### Проекты:

- 📍 «Цифровые коммуникации»
- 📍 «Студент – школьнику»
- 📍 «Адвокаты бренда»
- 📍 «Университетские субботы»
- 📍 «Потенциал»
- 📍 «Сопровождение приемной кампании 2022»

Информационно-организационная поддержка

Регламентирует этапы, сроки, состав участников, ответственных, функции контроля