

Эффективность PR-деятельности вуза в формировании контингента будущих студентов Золотова Ксения Алексеевна

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Золотова Ксения Алексеевна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

E-mail: kssszzzz69@gmail.com

Эффективность PR-деятельности вуза в формировании контингента будущих студентов Золотова Ксения Алексеевна студент Ульяновский государственный технический университет Гуманитарный факультет, Ульяновск, Россия E-mail: kssszzzz69@gmail.com

Ни для кого не секрет, что привлечение будущих студентов является одной из основных задач любого высшего учебного заведения. И если раньше для информирования школьников о вступительных экзаменах, направлениях подготовки, а также перспективах обучения можно было через сайт вуза или объявления о наборе студентов, то сегодня этого не достаточно. В современных условиях практически все институты и университеты в своей структуре имеют департаменты по работе с абитуриентами. Но для того, чтобы организовать эффективную работу таких управлений необходимо понимать специфику данной деятельности.

Проблема анализа эффективности PR деятельности является актуальной на сегодняшний момент. Она связана с тем, что методология оценки основывается на международных практиках, и вопрос адаптации ее под определенное PR мероприятие стоит до сих пор. Кампаниям (на данном примере-УлГТУ) довольно сложно оценить воздействие мероприятий PR на результаты деятельности в отличие от рекламы. С другой стороны PR деятельность является основным ключом для показателей эффективности и может служить самым важным вспомогательным средством для формирования будущего контингента студентов.

Для того, чтобы описать основные направления PR-деятельности дадим определение данному понятию. PR-деятельность вуза - это комплекс мероприятий, направленных на привлечение внимания и формирование положительного образа высшего учебного заведения среди будущих абитуриентов [1]. Формирование контингента абитуриентов - это эффективная система мер по обеспечению довузовской подготовки абитуриентов, набора студентов, а также система сохранения контингента студентов вуза. Для формирования качественного контингента абитуриентов необходимо: обеспечение равных прав и возможностей для всех поступающих, соответствие деятельности вуза действующему законодательству, всеохватывающая профориентационная работа, которая включает в себя онлайн и офлайн мероприятия для школьников и их родителей, обеспечение преемственности требований «школа - довузовская подготовка - вуз», обеспечение достаточного уровня подготовки абитуриентов для поступления в вуз, расширение географии приема, прямое сотрудничество со школами и средне-специальными учебными заведениями [2].

Обращаясь к вторичным источникам информации, а именно к сайту Сageer.ru, на котором доступны результаты опроса «Как выбирают вузы российские студенты», можем наблюдать такие показатели: «престижность учебного заведения» (63%), «качество обучения» (58%), отзывы друзей, знакомых (35%), стоимость обучения (17%), хорошие отзывы в прессе и реклама (13%), наличие отсрочки от армии, военной кафедры (13%), доступность дальнейшего обучения (где легче учиться) (6%). Как мы можем заметить фактор

престижа играет огромную роль для будущих студентов при выборе вуза, а донести до них эту информацию нам как раз помогает грамотно выстроенная PR-деятельность вуза.

Осуществление профориентационной работы в очном формате было практически невозможным в 2020 году в связи с карантинными мерами, вызванными коронавирусной пандемией. Поэтому перед высшими учебными заведениями стал вопрос о том, как реализовать данный вид деятельности в сложившихся условиях. Многие вузы страны приняли решение изменить формат мероприятий, а именно с очной формы работы перейти на дистанционную. Разберем на примере Ульяновского государственного технического университета профориентационные формы работы онлайн.

Одним из основных мероприятий по привлечению будущих студентов в вуз является «День открытых дверей», на котором будущий абитуриент мог получить всю необходимую для него информацию, пообщаться с преподавателями и действующими студентами, интересующего его факультета. Но ограничительные меры, введенные в марте 2020 года, исключали возможность проведения данной формы профориентационной работы. Перед специалистами Управления довузовского образования УлГТУ встал серьезный вопрос, как в интересной для школьников форме рассказать актуальную информацию об университете, а также дать возможность пообщаться вживую учащимся школ и их родителям с деканами факультетов и представителями вуза. Поэтому 9 апреля на официальном канале УлГТУ в YouTube стартовал проект под названием «Политех Онлайн». «Политех Онлайн» - цикл онлайн-трансляций, который рассказывает не только о жизни Ульяновского государственного технического университета, но и о перспективах обучения в УлГТУ, а также о партнерах вуза. Сотрудники Управления довузовского образования УлГТУ решили проблему «живого общения», во время онлайн-трансляций каждый желающий мог задать вопрос спикеру: ректору, декану факультета или приглашенному представителю разных предприятий области. Данный проект был направлен на популяризацию технического образования в регионе. Суммарное количество выпусков «Политех онлайн» - 40, а просмотров - 8150.

Конечно, просчитать эффективность PR-деятельности вуза задача не из простых. Но грамотно построенная информационная политика любого высшего учебного заведения поможет привлечь большее количество будущих студентов. А PR-деятельность один из основных инструментов для ее реализации.

Список литературы

1. Как выбирают вузы российские студенты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://career.ru/web/guest/library?mode=articleView&articleId=8252359>.

2. Сидельникова О.В. Медиарилейшнз в системе PR-технологий: на примере высшего профессионального образования России. — Воронеж: Воронежский государственный университет, 2008. С. 77