

УДК 37.047

***МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА: НОВЫЙ ПОДХОД***

Терлецкова Е.В.

к.с.н., доцент,

Уфимский университет науки и технологий,

Уфа, Россия

Шабанова Э.А.

Магистрант,

Уфимский университет науки и технологий,

Уфа, Россия

Аннотация

Рассмотрение профориентационной деятельности вуза – современный маркетинговый подход, который позволяет образовательным учреждениям конкурировать на современном рынке. Отрицательные тенденции в желании получать высшее классическое образование вынуждает государство использовать более эффективные способы привлечения абитуриентов в вузы, именно для этого важно анализировать современные подходы и методологии событийного менеджмента, в контексте профориентационной деятельности.

Ключевые слова: Методология, профориентация, университеты, студенты, абитуриенты.

***METHODOLOGY FOR CONDUCTING CAREER GUIDANCE ACTIVITIES OF
A UNIVERSITY: A NEW APPROACH***

Tereletskova E. V.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Shabanova E.A.

Master's student,

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Annotation

Consideration of career guidance activities of a university is a modern marketing approach that allows educational institutions to compete in the modern market. Negative trends in the desire to receive higher classical education force the state to use more effective ways to attract applicants to universities, which is why it is important to analyze modern approaches and methodologies of event management, in the context of career guidance.

Keywords: Methodology, career guidance, universities, students, applicants.

Профориентационная работа университетов стала одним из важнейших инструментов, влияющих на поток абитуриентов и привлекательность вуза в целом. Эффективное определение стратегических целей, процессов работы и направлений деятельности профориентационной работы, как маркетингового инструмента позволяет не просто получить положительный отклик у абитуриентов, но и даёт возможность вузам продемонстрировать свои ключевые конкурентные качества, относительно остальных игроков рынка.

Можно с уверенностью обозначить, что современное образовательное пространство претерпело множество изменений не только в структуре его работы, но и на рынке образования в целом. По данным социологического опроса, приведённого в научно-издательского центра «Аспект»: – «Молодежь ставит под сомнение высшее образование, поскольку не просто не видят в этом необходимости, они также считают, что высшее образование – это устаревший

показатель престижности, который на сегодняшний день утратил свою силу и полезность».

Также, изучив тенденцию поступления в высшие образовательные учреждения (как коммерция, так и бюджет), авторы исследования обнаружили следующие тенденции, рассмотрим и на рисунке 1.



Рис. 1 – Количественные студенты вузов в России [6]

Анализируя представленный рисунок, мы видим, что тенденция к снижению актуальности получения высшего образования снижается. Данный показатель можно объяснить не только нежеланием выпускников поступать в вузы, но и значительным снижением демографических показателей в России.

Таким образом, отрицательный прирост (убыль) составил с 2010 по 2023 год -41,2%.

По данным исследовательского центра «СуперДжоб», проведенный в 2023 году опрос показал, что лишь 43% выпускников школ нацелены на получение дальнейшего образования. В 2010 данный показатель составил 80% [4].

Многие респонденты отметили именно невозможность оплаты коммерческих направлений, несмотря на их спрос и актуальность, что связано с

тяжелой экономической ситуацией в стране. Ещё одной причиной отказа от классического образования для респондентов стал фактор получения информации в более доступных источниках, с меньше ресурсозатратностью: это информационные цифровые площадки, которые позволяют получить корочки и дипломы намного быстрее и уже дают доступ к самостоятельному заработку граждан. Многие также отметили невостребованность дипломов после выпуска студентов, поскольку скорость изменения экономической ситуации в мире быстрее, чем процесс обучения, который занимает от 4 до 6 лет.

Родители школьников также отмечают, что лишь 20% выпускников способны найти работу по специальности. Несмотря на значительный прирост вакансий, по данным статистика HH.RU прирост вакансий по сравнению с предыдущим годом составил 40%, а индекс прироста резюме лишь 1%. Также, hh-индекс говорит о том, что на 4 вакансии приходится лишь 1 резюме. Данный показатель может быть также связан с тем, что молодежь старается не искать работу в найме, а хочет развиваться самостоятельно. Поколение «зет», которое выходит на рынок труда в корне меняют систему ценностей как для сотрудников в целом, так и для работодателей, которые привыкли к иному мышлению [4].

Рассматривая профориентационную деятельность вузов, как системы популяризации институтов образования и развития их привлекательности среди населения, важно организовать эффективную систему работы с молодежью и качественный методологический подход к проектированию событий, в контексте профориентационной деятельности вуза. Институциональный подход к изучению сферы образования позволяет наиболее детально изучать подходы и организовывать процессы внедрения новаций. Составной подход в изучении актуальности образовательных институтов позволит вовремя определить стратегическую направленность профориентационной деятельности [3, С. 21].

Развитие профориентационной деятельности – это неформальный социальный инструмент, в подходе к институционализации образовательной деятельности [5, С.214]. Комбинация формального и неформального диалога с

выпускниками школ позволит не просто определить их место в социуме, но и может повлиять на неформальное развитие структуры их личности, пропаганде здорового формирования поведенческих паттернов во взрослом мире и позволит анализировать важные критерии для абитуриентов в будущем.

Иными словами, проектирование профориентационных событий (мероприятий) должно иметь под собой определенную методологию. Как сделать так, чтобы большая часть выпускников была заинтересована в получении высшего образования именно в вашем вузе.

Представим авторскую методологию проектирования мероприятия для профориентационной деятельности вуза, в которой будет включен новый компонент – цифровые пространства. Данная методология представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Методология профориентационного мероприятия в вузе

Основные параметры	
Цель	Определение профессиональных качеств абитуриентов и реализация их потенциала в высшем образовательном учреждении
Задачи	1) Провести диагностику интересов и склонностей участников 2) Ознакомить с актуальными профессиями и требованиями к ним 3) Создать условия для взаимодействия с профессионалами
Подходы	Комплексный, интеграционный (связать профориентационную деятельность с учебными предметами, чтобы позволить участником применить свои знания на практике)
Структура мероприятия / события	
Подготовительный этап	Проведение опросов среди ЦА, создание банка вопросов (подходящих под направления определенного вуза)
Основной	Психометрическое тестирование, мастер-классы от профессионалов деятельности, проведение виртуальных экскурсий (использование VR-технологий, с целью прохождения созданными аватарами будут выполняться задания, относительно результатов теста), также, можно попробовать себя в иных различных ролях
Заключительный	Сбор обратной связи и прямой диалог с абитуриентами, разработка индивидуальных консультаций для каждого из аватаров и создание их описательного персонажа

Продолжение Таблицы 1

Инновационные технологии	Авторы исследования предлагают ввести процессы машинного обучения и использование алгоритмов для анализа данных опросов и тестирования респондентов (абитуриентов), для выявления наиболее подходящего карьерного потенциала и на основе их создать аватар в VR-пространстве Разработка индивидуальных (для вуза) платформ интерактивного тестирования и получение результатов в режиме реального времени
Оценка результатов	Оценка уровня вовлеченности респондентов (абитуриентов), оценка уровня искренности прохождения тестирования и включенность в задания
Заключение	Методология позволит создать целостную и выстроенную систему включения абитуриентов в процесс обучения и профориентационную деятельность вуза. Данная методология учитывает современные тенденции рынка образовательных учреждений, позволяет использовать передовые технологии, сохраняя конкурентное преимущество

Источник: разработано автором

Подводя итоги, стоит отметить, что самоопределение и проблема идентичности подростков – это один из элементов развития паттерна отказа от высшего образования и «поиск себя». Данная модель не негативна, однако, в последующем она может стать последствием некоторых событий для человека. Общая неопределенность личности и неимение целей может развивать регрессивные пути реализации и девиантные последствия для социума. Сложности, с которыми сталкиваются молодые люди при выборе профессии, требуют системного подхода к профориентации. Эффективная методология профориентационной работы помогает абитуриентам осознанно подойти к выбору будущей профессии, учитывая их интересы, склонности и рыночные реалии [7, С. 74]. Это способствует более успешному переходу от учебы к работе.

Современные рынок труда также характеризуется высокой динамичностью и изменчивостью, что вынуждает вузы подстраиваться под условия неопределенности и адаптироваться к новым запросам бывших школьников [7, С. 76].

Также, важно сохранять игровой формат и процесс интерактива во взаимодействии с абитуриентами, активная мозговая деятельность и концентрация на достижении результата закрепляет позитивные ассоциации, что может позволить сделать выбор в пользу данного учебного заведения.

Актуальное развитие событийного менеджмента университетов, в контексте профориентационной работы подразумевает сотрудничество вузов и профессиональных ассоциаций, школ или спортивных лагерей, где абитуриенты могут погрузиться в научную атмосферу и реализовать свой потенциал, делая выбор направления до поступления. Именно тогда, профориентационная деятельность становится связующим звеном между образованием и практикой, позволяя детям найти себя и реализоваться.

Библиографический список:

1. Абдыракунова, Ж. Педагогические основы деятельности школы и семьи в профориентации выпускников школы / Ж. Абдыракунова // Вестник Бишкекского гуманитарного университета. – 2019. – № 4(50). – С. 102-104.
2. Бекеева, С. И. Виртуальный тур по колледжу как инновационная форма профориентации абитуриентов / С. И. Бекеева, Ш. А. Кобдабаева, Н. К. Исмагулова // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 4-2(72). – С. 65-69.
3. Недоспасова, Н. П. Возможности современных форматов профориентации / Н. П. Недоспасова, О. С. Сотова, М. Б. Апарина // Образование. Карьера. Общество. – 2021. – № 1(68). – С. 20-22.
4. Ннстатистика [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://stats.hh.ru/> (Дата обращения: 09.12.2024)
5. Скупченко, Ю. В. Профориентация: вопросы и ответы / Ю. В. Скупченко // Преемственность в образовании. – 2021. – № 30(12). – С. 213-217.

6. Статистика: Численность студентов России [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://ruxpert.ru/Статистика:Численность_студентов_в_России Дата обращения: (05.12.2024)
7. Ягафарова, И. М. Профориентация как инструмент решения вопросов трудовой занятости подростков / И. М. Ягафарова, А. Ю. Смирнов // Инновационные научные исследования. – 2023. – № 2-3(26). – С. 74-84.
8. Яценко, О. В. Формирование учебной мотивации подростков средствами профориентации / О. В. Яценко // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. – 2021. – Т. 37. – С. 69-87.

Оригинальность 81%