

**Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Приймальна комісія**

**ВСТУПНА КАМПАНІЯ ДО ЗАКЛАДІВ
ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**Збірник матеріалів
III Всеукраїнської науково-практичної конференції**

13 червня 2020 року, м. Київ

Можаровський В. М., к. т. н., доцент; Литвиненко П. Л., к. т. н., доцент;
Мурахівський С. А., к. т. н.; Маркін М. О., к. т. н., доцент; Сегол Р. І., к. н. із соц. ком., доцент;
Янушевська О. І., к. т. н.; Коперсак В. М.; Мотроненко В. В.; Балашов Д. В.;
Залевська О. В., к. т. н.; Фіногенов О. Д., к. т. н., доцент; Сірик М. В., к. е. н.;
Гармаш О. В., к. т. н.; Бондар М. О., студент
КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САЙТІВ СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ТА ЇХНЄ ЗНАЧЕННЯ В ПРОФОРІЄНТАЦІЙНІЙ РОБОТІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

В умовах сучасного суспільства, коли основним джерелом інформації є інтернет, виникає питання пошуку нових підходів для комунікації між представниками ЗВО та вступниками. Особливо актуально це питання в умовах сучасної системи електронного вступу, коли спілкування наживо з потенційними студентами зводиться до мінімуму. Дні відкритих дверей, різноманітні фестивалі та інші заходи подібного роду з кожним роком втрачають свою актуальність. А цієї весни, в зв'язку з епідеміологічною ситуацією, що виникла в світі – їхнє проведення взагалі неможливе. Тому пошук альтернативних шляхів комунікації зі вступниками є однією з ключових проблем сучасної профорієнтаційної роботи.

В цій ситуації єдине правильне рішення для розв'язання цієї проблеми – інтернет-ресурси та соціальні межі. Спектр їх можливостей практично безмежний, головне – правильний підхід. Найбільшою популярністю серед представників ЗВО та вступників сьогодні користуються офіційні сайти університетів та їхніх структурних підрозділів, а також соціальні мережі, такі як Facebook, Telegram, Instagram тощо. Офіційні сайти ЗВО та його структурних підрозділів нині є основним джерелом інформації. Що ж повинен містити сайт, щоб бути корисним для вступників? Як розпізнати хороший сайт на фоні багатьох посередніх? І чому саме цей сайт є хорошим?

При виборі майбутньої професії вступники та їхні батьки керуються рядом власних, лише їм зрозумілих, критеріїв, і на сайті вони хочуть знайти відповіді на свої запитання. У кожного свої цілі та завдання при виборі майбутньої професії: для одних – це перспективна робота в майбутньому, для інших – висока заробітна плата, треті обирають професію, яка буде їм цікавою, і т. ін. Але, попри підходи до вибору, куди ж піти навчатися після школи, та на задачі, які покладаються на майбутню професію, запитання, що ставлять собі вступники, зазвичай, одні й ті ж. В першу чергу, це інформація про те, чим буде займатися людина після закінчення цього університету/інституту/факультету/кафедри. По-друге, а, можливо, навіть для когось по-перше, де буде працювати випускник після закінчення? Наступна інформація, яку хочуть знати вступники, це що я буду вивчати, як і де я буду це вивчати. А також – що потрібно для того, щоб вступити на обрану мною спеціальність/освітню програму і т. ін. Таким чином, хороший сайт підрозділу, з боку профорієнтаційної роботи, повинен повністю відповісти на вищезазначені запитання вступника.

1. Чим я буду займатися після закінчення університету? На це запитання можна відповісти, давши вичерпну інформацію про спеціальність та освітню програму. Ви можете

сказати, що ми розмістили на сайті повний текст освітньої програми – прочитайте її, і все зрозумієте. Проте наведене твердження зазвичай не відповідає дійсності. Для того, щоб середньостатистичний учень одинадцятого класу зрозумів, чим же він буде займатися, йому необхідно «правильно» подати цю інформацію. Саме такий підхід і відрізняє хороший сайт серед значної кількості аналогічних інформаційних ресурсів. Для того, щоб інформація була зрозуміла широкому колу читачів, а не лише вузьким спеціалістам у конкретній сфері, її потрібно подавати лаконічною, інформативно та доступно, пояснюючи основні моменти та розставляючи акценти на головних особливостях (перевагах) вашої освітньої програми серед ряду аналогічних. Для досягнення більшої ефективності можна статті замінити, наприклад, на відеоролики, де та ж інформація буде озвучена викладачами або студентами/випускниками структурного підрозділу. Прикладом такого підходу може бути сайт кафедри інженерної екології КПІ ім. Ігоря Сікорського [1]. Головне, щоб після ознайомлення з матеріалами, розміщеними на сайті, вступник міг чітко встановити, ким він буде після випуску, і загальних висновків на кшталт: «О, я буду інженером!», не достатньо. Потрібно, щоб він зрозумів, яким саме інженером і в якій сфері він буде працювати.

1.2. Де я буду працювати після закінчення? В цьому розділі найкраще просто перелічити підприємства, фірми та наукові установи, де зможуть працювати випускники після закінчення вашого структурного підрозділу. Можна зробити посилання на сайти ваших потенційних роботодавців, наприклад, як на сайті кафедри трансляційної медичної біоінженерії КПІ ім. Ігоря Сікорського [2]. Якщо, ви дасте перелік посад, на які зможе претендувати ваш випускник – буде взагалі чудово. Зараз актуальною буде інформація про закордонні компанії, в яких можна працювати після отримання диплому. Головне, щоб інформація була конкретною.

1.3. Що я буду вивчати впродовж навчання? Де буде проходити моє навчання? На перший погляд, це питання мало кого цікавить, але пропрацювавши не один рік в приймальній комісії, з впевненістю можемо сказати, що ці питання входять до топ 5, які ми найчастіше чуємо від вступників та їхніх батьків. І просто перелічити дисципліни буде замало, оскільки дуже важко зрозуміти, що приховує та чи інша назва. А от доповнивши перелік дисциплін інформацією про навички та уміння, які можна отримати в процесі її вивчення, ви зможете зацікавити ваших вступників. Доцільно навести приклади програмного забезпечення, яке буде використовуватися під час лекційних курсів та практичних занять. Ілюструйте представлений на сайті матеріал результатами, отриманими студентами при виконання практичних та лабораторних робіт, індивідуальних завдань та дипломному проектуванні. Можна у вигляді відеоролика, як на сайті освітньої програми «Інформаційні вимірювальні технології екологічної безпеки» [3], де представлені розробки студентів та викладачів кафедри за допомогою відеопрезентації. До речі, такі відеодемонстрації чудово зможуть доповнити й інформацію про те, чим буде займатися майбутній студент після отримання диплому.

В цій категорії можете описати й різноманітні міжнародні проекти, в яких бере участь ваш структурний підрозділ – освітні, наукові тощо. Маєте договори про співпрацю або програми подвійного диплома з провідними інститутами Європи та світу – напишіть про це. Така інформація дуже приваблива в контексті всепоглинальної ідеї навчатися закордоном, а для вас це можливість спонукати вступників зробити свій вибір на вашу користь.

Обов'язково розкажіть про аудиторії, в яких навчаються студенти. А краще – покажіть їх фото, відео. Не демонструйте все, що у вас є – показуйте тільки найкраще. Для технічних спеціальностей демонстрація лабораторного обладнання повинна стати вашою основною привабливою частиною. Чудово, якщо матеріали представлені на сайті будуть зроблені під час навчального процесу.

1.4. Як вступити на обрану мною спеціальність? Саме цей пункт найбільш конкретний з усіх і повинен містити лише достовірні дані. Вся інформація, яку ви розміщуєте в цьому розділі, має повністю відповідати Правилам прийому вашого ЗВО та Умовам прийому для здобуття вищої освіти. У випадку КПІ ім. Ігоря Сікорського інформація на сайтах структурних підрозділів повинна корелюватися з сайтом Приймальної комісії університету [4]. Конкретно вказуйте спеціальності та освітні програми, за якими ви здійснюєте підготовку, форми навчання, освітні ступені тощо. Пишіть лише ті пункти, які відповідають вашій конкретній спеціальності – те, що актуально для інших, не завжди актуальне у вашому випадку. Розділяйте інформацію за категоріями: окремо вступ на бакалаврат, вступ до магістратури, інформація для вступу іноземців тощо. Обов'язково давайте посилання на офіційні документи та своєчасно оновлюйте інформацію. Пам'ятайте, якщо інформація про вступ на вашому сайті буде не актуальною, то ваші вступники до вас не прийдуть – просто не зможуть, оскільки, кожна вступна кампанія має свої особливості та те, що було актуальним у 2019 році, може кардинально відрізнятись від 2020 року. А, іноді, навіть змінюватися кілька раз впродовж вступної кампанії. Також важливо оперативно забезпечити вступників необхідною інформацією в період подання заяв і документів в умовах обмежених часових рамок.

Сайт структурного підрозділу це його обличчя в мережі Інтернет, це перше, що бачить вступник, а перше враження завжди найважливіше. Зробіть свій сайт лаконічним, зрозумілим та простим в користуванні, наприклад, як сайт факультету соціології і права КПІ ім. Ігоря Сікорського [5].

Не збудьте про контакти – у більшості випадків ваші вступники захочуть з вами поспілкуватися, і чим більше можливостей для зворотного зв'язку, тим краще. В ідеалі, не варто обмежуватися офіційною адресою та стаціонарним телефоном. Обов'язково вкажіть адресу електронної пошти. Якщо ви маєте офіційні сторінки в соцмережах – не забудьте дати на них посилання. Але при використанні соціальних мереж не достатньо просто завести сторінку у Facebook або канал в Telegram і відвідувати їх раз в місяць, їх потрібно активно просувати. Регулярно оновлювати контент, розміщувати повідомлення з новинами про ваш структурний підрозділ, відповідати на повідомлення тощо. Також дуже важливо надати інформацію про контакти приймальної комісії: адресу, телефон гарячої лінії тощо – все залежить від того, як це поставлено у вашому ЗВО. Не зайвим будуть контакти студентських органів самоврядування – така інформація, наприклад, як особливості навчання або проживання в гуртожитку, отримана від студентів, вступниками сприймається краще ніж та, яку надають співробітники ЗВО. Головне, щоб вступник зміг з вами зв'язатися за необхідності та поставити запитання, які в нього залишилися після відвідування сайту.

Дуже важливою стороною будь-якого інформаційного ресурсу є його візуальний складник. Чим краще візуальне супроводження вашого сайту, тим довше вступник захоче на ньому перебувати, і тим більше інформації він зможе дізнатися про вас. А отже, шанс, що він приїде до вас навчатися зростає. Проте при всій візуальній красі головне для сайта –

наповнення. На вашому сайті вступники повинні відразу відшукати необхідну інформацію та отримати відповіді на свої запитання й впевнитися в своєму бажанні стати саме вашим студентом.

Список використаних джерел:

1. Сайт кафедри інженерної екології КПІ ім. Ігоря Сікорського.
URL : <https://ecology.kpi.ua> (дата звернення: 23.05.2020).
2. Сайт кафедри трансляційної медичної біоінженерії КПІ ім. Ігоря Сікорського.
URL : <http://bi.fbmi.kpi.ua> (дата звернення: 23.05.2020).
3. Сайт освітньої програми «Інформаційні вимірювальні технології екологічної безпеки». URL : <https://ivstem.kpi.ua> (дата звернення: 23.05.2020).
4. Сайт Приймальної комісії КПІ ім. Ігоря Сікорського. URL : <https://pk.kpi.ua> (дата звернення: 23.05.2020).
5. Сайт факультету соціології і права КПІ ім. Ігоря Сікорського.
URL : <https://fsp.kpi.ua/ua> (дата звернення: 23.05.2020).