

УДК 338.46

UDC 338.46

**РАЗВИТИЕ КОМПЛЕКСА ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
СТРАТЕГИИ БРЕНДИНГА БГУИР
DEVELOPMENT OF A SET OF CAREER GUIDANCE ACTIVITIES WITH
THE PURPOSE OF ENHANCING THE EFFICIENCY OF THE BSUIR
BRANDING STRATEGY**

Дягель Е.С., Хриптович К.О., студенты гр.974001

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Файзрахманов Ф.М. – старший преподаватель

Dyagel E.S., Khriptovich K.O.

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus*

Fayzrakhmanov F.M. – Senior Lecturer

Аннотация. Проблема выбора университета остается актуальной для абитуриентов. Клиенты высших учебных учреждений находятся в уязвимом положении перед брендом университета, который долгое время передавался только через сайт или рекламную брошюру, а не через опыт, приближенный к реальному обучению. Конкуренция, существующая в сфере высшего образования, а также неблагоприятная эпидемиологическая обстановка стимулируют вузы внедрять инновационные технологии в сфере профориентации, чтобы предложить абитуриентам безопасную альтернативу отсутствующему фактору личного опыта и утвердить имидж, привлекательный для потенциальных студентов. Белорусским вузам, в частности Белорусскому государственному университету информатики и радиоэлектроники, следует уделить особое внимание так называемым “ориентационным неделям” в рамках весеннего сезона ознакомительных мероприятий для абитуриентов.

Ключевые слова. Бренддинг, брендинговые стратегии, сфера высшего образования, образовательные услуги, высшее учебное заведение, профориентация, профориентационные мероприятия, зарубежный опыт, абитуриент, ориентационная неделя, адаптационная неделя, виртуальные платформы.

Annotation. The problem of choosing a university remains relevant for applicants. Clients of higher education institutions are in a vulnerable position to the university brand, which for a long time has been communicated only through a website or promotional brochure, and not through experiences close to real learning. Competition in the field of higher education, as well as an unfavorable epidemiological situation, stimulate universities to introduce innovative technologies in the field of career guidance in order to offer applicants a safe alternative to the missing factor of personal experience and to establish an image that is attractive to potential students. Belarusian universities, the Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics in particular, should pay particular attention to the so-called “orientation weeks” as part of the spring season of student orientation events.

Keywords. Branding, branding strategies, higher education, educational services, higher education institution, career guidance, career guidance activities, foreign experience, applicant, orientation week, adaptation week, virtual platforms.

Согласно данным системы Webometrics Ranking of World Universities, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники является одним из самых престижных белорусских вузов [1]. В январе 2021 года в мировом рейтинге университет уступил только двум белорусским вузам: БГУ и БНТУ (см. таблицу 1). Высокую популярность университета подтверждают и результаты опроса абитуриентов, проводимого ежегодно образовательным

проектом «Адукар». В 2020 году БГУИР стал пятым по привлекательности университетом для будущих студентов [2].

Таблица 1

Положение БГУИР в рейтинге Webometrics среди белорусских вузов и в мировом пространстве (январь 2021 г.)

Наименование ВУЗа	Позиция в Республике Беларусь	Позиция в мировом рейтинге			
	общая	общая	по критерию видимости (Impact Rank)	по критерию открытости (Openness Rank)	по критерию превосходства (Excellence Rank)
Белорусский государственный университет	1	710	1137	656	822
Белорусский национальный технический университет	2	2877	3880	1231	4136
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники	3	3586	6676	2071	4241

Примечание: собственная разработка с использованием [1].

Зарубежные ученые рассматривают сферу высшего образования как «высококонкурентный рынок», на котором соперничество вузов между собой напоминает конкурентную борьбу классических экономических организаций [3]. Несмотря на то, что, исходя из приведенных выше данных, БГУИР характеризуется престижным статусом и повышенным интересом абитуриентов, более низкие позиции университета по сравнению с отдельными белорусскими вузами обуславливают необходимость дальнейшего повышения эффективности его брендинговой стратегии за счет развития комплекса профориентационных мероприятий.

В таком случае важным является фактор осведомленности о преимуществах университета, возможности профессиональной, научной, творческой реализации. Информирование осуществляется путем размещения соответствующей информации на веб-странице университета, а также подчеркивается время ознакомительных бесед на Дне открытых дверей. Набирает популярность также тенденция размещения виртуальных экскурсий по кампусу: среди белорусских вузов такую возможность предоставляют БГУ, МГЛУ, БГУИР, БГАТУ, БрГТУ. Тем не менее, в равной степени важным является фактор отчетливого понимания реалий университетской жизни конкретного учебного заведения. Удовлетворенность абитуриента своим выбором, которая определяется соответствием его ожиданий реальному положению дел в университете уже после поступления, на наш взгляд, может быть достигнута заблаговременно – при наличии исчерпывающего предварительного личного опыта.

При введении мероприятий, направленных на знакомство со студенческой жизнью в университете, полезным может оказаться опыт ряда европейских стран, практикующих адаптационную неделю («ориентационную неделю»), в течение которой проводятся различные мероприятия с целью интеграции студентов в образовательную среду. В ходе адаптационной недели проводится как академическая ориентация с целью ознакомления с доступными услугами внутри университета, так и социальная ориентация: экскурсии по кампусу, встречи с преподавательским составом, конкурсы, вечера и т.д. Такие недели в каждой стране имеют свои отличительные особенности. В Дании, например, получило распространение использование принципов «тимбилдинга»: в университете Роскилле в Дании во время ориентационной недели («русвейпеднинге»), около 14 команд, состоящих из 10–16 наставников, заботятся о доме, в котором размещены студенты [4].

Несмотря на то, что подобные модели знакомства с университетской жизнью в европейских странах проводятся для уже поступивших студентов бакалавриата, мы считаем, что Белорусскому государственному университету информатики и радиоэлектроники стоит адаптировать зарубежный опыт проведения ориентационных недель для еще принимающих решение о выборе вуза учащихся белорусских школ. Целесообразно обратить внимание на опыт Белорусского государственного университета, который в рамках проекта «Студент БГУ на неделю» с 2016 г. предоставляет возможность учащимся 10-11 классов в течение недели посещать занятия в университете наравне

с учащимися вуза. По словам организатора проекта Ярослава Калиновского, проект предназначен для учащихся, не определившихся с выбором профессии. В то время как использование европейской модели предполагает проведение некоторой расширенной версии дня открытых дверей и знакомства с преимущественно внеклассным устройством университета, использование зарубежных методик с одновременной ориентацией на опыт БГУ добавит возможность профессиональной ориентации. Таким образом абитуриент, выбирающий, например, между специальностями «Информационные системы и технологии (в проектировании и производстве)» в БНТУ и «Информационные системы и технологии (в промышленной безопасности)» в БГУИРе и решивший весной принять участие в проекте БГУИРа, сможет ознакомиться не только с академическими и социальными аспектами обучения в университете информатики и радиоэлектроники, но и сформировать четкое видение профессии инженера-системотехника. Мы считаем, что предоставление такой возможности выгодно отличит университет еще на этапе финальных репетиционных тестирований.

Стоит, однако, отметить, что условиях пандемии Covid-19 опасность посещения мест массового скопления людей препятствует проведению очных ориентационных недель. Актуальным становится использование технологических возможностей вуза для создания виртуальной платформы, позволяющей проводить мероприятия ориентационной недели в режиме «он-лайн» (таких как, например, сессия «Вопрос-Ответ со Студентом КСиСа», мастер-класс «Нетворкинг в студенческих организациях БГУИРа» и т.д.). Проведение ознакомительной недели в виртуальном пространстве не только обезопасит абитуриентов от риска заражения инфекцией, но и будет экономически эффективным и подчеркнет уверенное владение инновационными технологиями ведущим IT-вузом страны – ключевой элемент позиционирования БГУИРа.

Мы считаем, что обращение к успешному опыту иностранных университетов, грамотная его адаптация к менталитету белорусов, реалиям и возможностям белорусской студенческой среды, а также обращение к опыту Белорусского государственного университета, его изучение и совершенствование способны повысить конкурентоспособность Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники для целевой аудитории в лице будущих выпускников школ. Необходимость использования информационных технологий при проведении подобных мероприятий обусловлена эпидемиологической обстановкой.

Список использованных источников:

1. Ranking Web of Universities: Webometrics ranks 30 000 Universities [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.webometrics.info/en>. – Дата доступа: 26.02.2021
2. ТОП-10 вузов Беларуси, куда поступают студенты в 2020 году [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://adukar.by/news/abiturientu/top-10-vuzov-belarusi-kuda-postupayut-abiturienty-v-2020-godu>. – Дата доступа: 16.03.2020
3. 3. Демин, П.В. Маркетизация сферы образования и брендинг университетов / П.В. Демин // Вопросы образования – 2019. – № 4. – с. 294-303.
4. Exchange and Guest Students at Roskilde University [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://ruc.dk/en/intro-exchange-and-guest-students>. – Дата доступа: 10.03.2021UDC 338.46