

## ОБНОВЛЕНИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ПРОФИОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

**А. В. Бирюков**, начальник отдела реализации программ  
двузовского образования и профориентации ИПКиП  
Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова  
(г. Могилев, Беларусь), [biryukov@msu.by](mailto:biryukov@msu.by)

**Аннотация.** В статье на примере Могилевского государственного университета имени А.А. Кулешова рассматриваются задачи и содержание современных форм и методов организации профориентационной работы с абитуриентами с учетом развития информационно-коммуникационных технологий и цифровизации системы образования.

**Summary.** The article deals with the tasks and content of modern forms and methods of the career guidance work with applicants to Mogilev State A.A. Kuleshov University. These issues are considered in the context of the development of information and communication technologies and the digitalization of the education system.

Тенденцией последних лет стало активное внедрение в профессиональный и общественный дискурс таких понятий, как «информационное общество», «экономика знаний», «цифровая экономика» и т.п. Информационно-коммуникационные технологии кардинально преобразовали не только средства массовой информации, сферу обслуживания, финансовый сектор, торговлю, но изменили также и систему образования.

Цифровизация образования все еще не имеет строго научного определения, но совершенно очевидно, что она предполагает активное применение обучающимися мобильных и интернет-технологий. Продуктивное

использование цифровых технологий, включение обучающихся в самостоятельный поиск, отбор информации, участие в проектной деятельности формирует у них компетенции XXI века [3, с. 110].

Не вызывает сомнений и то факт, что цифровизация системы образования требует совершенствования профориентационной работы университета – начиная с внедрения современных форм и методов данной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий и заканчивая предъявлением новых квалификационных требований к сотрудникам университета, осуществляющим профориентационную работу [4, с. 117].

При организации профессиональной ориентации в условиях информационного общества следует учитывать и кардинально новые условия, в которые погружена современная школьная молодежь: информатизация всех сфер жизни, быстрые изменения в структуре занятости населения ставят обучающихся при выборе профессии в ситуацию повышенной неопределенности, когда горизонты будущего чрезвычайно размыты. Увеличение потока информации о существующих и возникающих профессиях, действующих и вновь открывающихся специальностях в университетах, вакансиях на рынке труда невероятно усложнило проблемы самоопределения личности. С одной стороны, возросли возможности для будущего профессионального выбора, однако по этой же причине учащиеся, студенты и даже молодые специалисты нередко испытывают затруднения в поиске и анализе необходимой профинформации [1, с. 304].

Сказанное выше позволяет утверждать, что инструментарий современной профориентационной работы университета с учащимися при сохранении традиционных и зарекомендовавших себя форм («дни открытых дверей», «школы юных», распространение печатной промпродукции и т.д.) должен в обязательном порядке включать использование информационно-коммуникационных технологий, прежде всего электронных ресурсов Интернета и социальных сетей. Без этого в условиях высокой конкуренции на рынке образовательных услуг невозможно победить в борьбе за «своего» абитуриента.

Динамичное развитие информационных технологий ставит учреждения высшего образования перед необходимостью формирования запоминающегося и узнаваемого образа университета в насыщенном информационном пространстве, а также требует нахождения оптимальных способов информационного взаимодействия между вузом и абитуриентами как потенциальными потребителями его образовательных услуг.

Эффективная организация такой деятельности позволит решить несколько важных стратегических задач: обеспечить конкурентоспособность университета на рынке образовательных услуг, стимулировать лояльность к вузу потребителей (обучающихся) и заказчиков (родителей, работодате-

лей) образовательных услуг, гарантировать создание и продвижение качественного образовательного продукта.

В МГУ имени А.А. Кулешова профориентационная работа носит комплексный характер и строится на тесном взаимодействии факультетов с отделом реализации программ довузовского образования и профориентации ИПКиП, который выступает координатором деятельности всех структурных подразделений университета по организации довузовской и профориентационной работы. Отдел также обеспечивает организацию сотрудничества с различными образовательными учреждениями г. Могилева и Могилевской области и органами управления системой образования.

Внедрение информационно-коммуникационных технологий в практику профориентационной работы МГУ имени А.А. Кулешова можно рассмотреть на примере следующих направлений деятельности.

1. Активное использование сайта университета, сайтов факультетов, а также университетских и факультетских страниц в социальных сетях.

О важности именно этого способа информационного взаимодействия с потенциальными абитуриентами свидетельствуют результаты анкетирования абитуриентов в период вступительной кампании 2020 года. Им было предложено оценить по 5-балльной шкале источники получения информации при поступлении в МГУ имени А.А. Кулешова (где 1 балл – источник не важен, 5 баллов – источник важен). Ответы абитуриентов показали следующие результаты:

#### **Оценка абитуриентами источников информации по поступлению в МГУ имени А. А. Кулешова, %**

Источники информации	Оценка					К источнику информации не обращался
	1	2	3	4	5	
Справочник «Высшие учебные заведения Республики Беларусь»	11,2	4,4	9,2	8,2	23,8	43,2
Сайт Abiturient.by	6,6	3,6	8,5	12,8	<b>37</b>	31,5
Сайт МГУ имени А.А. Кулешова	3,6	0,7	3,6	10,8	<b>77,3</b>	4
Буклеты и другая рекламная продукция	10,5	6,2	10,5	11,2	14	47,6
«Дни открытых дверей»	7,7	1,8	7,2	12,6	<b>26,9</b>	43,9
Встреча с представителями МГУ имени А.А. Кулешова по месту учебы	8,5	2,6	6,9	9,8	22	50,2
Телевидение, радио	13,3	9,2	6,6	8	9,7	53,2
Публикации в печатных СМИ	15,6	7,7	6,6	8,2	13,3	48,6

Данные цифры говорят о снижении значения использования традиционных печатных средств распространения информации и повышении роли

электронных источников информации, что нужно учитывать при планировании профориентационной работы. Как видно из таблицы, самыми важными источниками информации для абитуриентов на этапе определения вуза для поступления стали сайт МГУ имени А.А. Кулешова msu.by, сайт Abiturient.by, а также «дни открытых дверей», проводимые в университете.

Задачей размещения контента на страницах университета и факультетов в социальных сетях, в новостных лентах факультетских сайтов, а также в специальных разделах «Абитуриенту» стало формирование привлекательного информационного образа МГУ имени А.А. Кулешова для потенциальных отечественных и зарубежных потребителей образовательных услуг. При этом наша информационная политика исходит из того, что недостаточно просто наполнять сайт актуальной информацией и далее пассивно ожидать прихода на сайт заинтересованных лиц. Проводится большая работа в социальных сетях, с помощью которых подписчики перенаправляются на сайты университета и факультетов.

Информационное сопровождение профориентационной работы с потенциальными абитуриентами в социальных сетях, кроме того, включает адресную рекламу, целевую рассылку новостной информации, подписку учащейся молодежи на университетские группы в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram и канал университета в YouTube.

Используются и другие инструменты привлечения абитуриентов к ресурсу msu.by. Так, было проведено размещение баннера со ссылкой на веб-сайт университета на сайтах учреждений общего среднего образования Могилевской области. Во все учреждения образования была разослана электронная версия специального профориентационного выпуска газеты «Універсітэцкі веснік». QR-коды, появившиеся на всей обновленной информационно-рекламной продукции на печатной основе, также помогают учащимся осознанно выбирать наш университет. Например, при считывании QR-кода учащиеся открывают на сайте страницу заинтересовавшей их специальности, на которой размещены профионограммы с информацией о содержании обучения, профессиональных компетенциях, возможностях трудоустройства, отзывах выпускников и др.

2. Проведение стримов – прямых трансляций «дней открытых дверей» на странице официальной группы университета в социальной сети ВКонтакте.

В апреле-мае 2020 года состоялись 4 «дня открытых дверей» в формате онлайн. Их характерной чертой стало наличие обратной связи: без внимания организаторов не остался ни один вопрос, заданный абитуриентами в комментариях под видео в ходе онлайн-трансляции. За университетским стримом следили около 4000 чел. К моменту начала вступительной кампании опубликованное во ВКонтакте видео стрима посмотрели уже около 8000 пользователей сети Интернет. 52% зрителей, ознакомившихся с видео, – жи-

тели Беларуси, чуть больше 40% – россияне, зарегистрированы также пользователи из Турции, Казахстана, Украины, Узбекистана и Туркменистана.

Факультетские стримы смотрели от 1200 до 3000 чел., что свидетельствует о популярности среди абитуриентов такой удобной для них формы профориентационной работы.

### 3. Организация профориентационного тестирования.

Индивидуальное и групповое профориентационное тестирование и консультирование старшеклассников проводится на базе Института повышения квалификации и переподготовки МГУ имени А.А. Кулешова. Учащиеся 9-11 классов проходят компьютерное психологическое тестирование в рамках образовательной программы «Мой профессиональный выбор» с использованием диагностики «Effecton–Профориентация 5.0».

Диагностика включает набор из 8 профориентационных методик, содержит также «Словарь профессий» и «Банк профессиограмм». По результатам тестирования, направленного на выявление типа темперамента, особенностей характера и индивидуального профтипа личности, учащиеся получают диагностическое заключение, рекомендации по профессиям и перечень соответствующих учебных заведений.

Таким образом, использование информационно-коммуникационных технологий в профориентационной работе на сегодняшний день – уже не потенциальная возможность, а настоятельная необходимость. Думается, что именно такие формы работы в наибольшей степени отвечают духу времени и характеру современной молодежной среды. Они позволяют эффективно и на доступном молодежи языке презентовать университет перед его потенциальными абитуриентами, что является главной задачей профориентационной работы и в конечном счете залогом успешного проведения вступительной кампании.

### Список литературы

1. Бельницкая, Е. А. Подготовка обучающихся к будущему выбору профессии в условиях цифровой трансформации образования / Е. А. Бельницкая // Цифровая трансформация образования : сб. мат. 2-й Межд. науч.-практ. конф., Минск, 27 марта 2019 г. / отв. ред. А. Б. Бельский. – Минск: ГИАЦ Минобразования, 2019. – 423 с. – С. 304–305.
2. Болдина, М. А., Деева, Е. В. Понятие и сущность профориентационной работы в образовательном учреждении / М. А. Болдина, Е. В. Деева // Современные проблемы образования. – 2012. – № 12 (46). – С. 431–439.
3. Никулина, Т. В., Стариченко, Е. Б. Информатизация и цифровизация образования: понятия, технологии, управление / Т. В. Никулина, Е. Б. Стариченко // Педагогическое образование в России. – 2018. – № 8. – С. 107–113.
4. Сафуанов, Р. М., Лехмус, М. Ю., Колганов, Е. А. Цифровизация системы образования / Р. М. Сафуанов, М. Ю. Лехмус, Е. А. Колганов // Вестник Уфимского государственного нефтяного технического университета. Серия: Экономика. – 2019. – № 2 (28). – С. 116–121.