

УДК 37(479)

**МЕРОПРИЯТИЯ И АКЦИИ ВУЗОВ РОССИИ  
ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ АБИТУРИЕНТОВ**  
◆◆◆◆  
**EVENTS AND ACTIVITIES OF RUSSIAN UNIVERSITIES  
TO ATTRACT APPLICANTS**

**Матвеев Денис Владимирович**

студент группы 23-КБ-ИБ3,  
Кубанский государственный технологический университет  
vany.yk.com@gmail.com

**Бочкарева Анна Станиславовна**

Кандидат исторических наук,  
доцент кафедры истории, философии и психологии,  
Кубанский государственный технологический университет  
bochka78@mail.ru

**Аннотация.** Статья посвящена анализу мероприятий и акций, проводимых вузами России. Рассматриваются основные методы, направленные на привлечение абитуриентов, позволяющие увеличить количество поступающих и повысить их качественный уровень. Уделяется внимание эффективности развития университета, что позволяет продвижению своих программ обучения.

**Ключевые слова:** абитуриент, вуз, метод, привлечение, поступление.

**Matveev Denis Vladimirovich**

Student of group 23-KB-IB3,  
Kuban State Technological University  
vany.yk.com@gmail.com

**Bochkareva Anna Stanislavovna**

Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor of the Department  
of History, Philosophy and Psychology,  
Kuban State Technological University  
bochka78@mail.ru

**Annotation.** The article is dedicated to the analysis of events and promotions held by Russian universities. The main methods aimed at attracting applicants are considered, allowing to increase the number of applicants and improve their quality level. Attention is paid to the effectiveness of the university's development, which allows the promotion of its training programs.

**Keywords:** applicant, university, method, attraction, admission.

**В**ысшее образование является результатом социального прогресса, предоставляя людям возможность получить профессиональные знания и навыки, развить свои интеллектуальные способности. Оно должно быть качественным и актуальным, так как способствует личностному и карьерному росту. В современных условиях высшие учебные заведения, являясь частью конкурентного рынка услуг, сталкиваются с проблемой набора абитуриентов. По данным многих исследований, это происходит из-за того, что молодое поколение все реже проявляет интерес к получению высшего образования и поступлению в вузы России. Поэтому необходимо усовершенствовать подходы для успешного привлечения и удержания большого количества абитуриентов, так как это является одним из самых важных факторов, определяющих успешность университета.

В развитии университета, улучшении учебного процесса, достижении целей приема, необходимо не только набрать абитуриентов, соответствующих критериям по уровню подготовки и результатам ЕГЭ, но и заинтересовать их в получении высшего образования по выбранным специальностям. Для выполнения этой цели нужно вовремя начать взаимодействие с поступающими, предоставляя информацию о различных образовательных программах. Например, в КубГТУ прошли краевые очные обучающие семинары-консультации по обществознанию, физике, математике и химии для обучающихся 11 классов с участием ведущих экспертов ЕГЭ, где председатели и заместители председателей краевых комиссии рассказали абитуриентам много интересной и нужной информации для подготовки к ЕГЭ.

Программа работы с абитуриентами вовлекает различные подразделения вуза для эффективного функционирования приемной комиссии и содержит следующие компоненты [1]:

- проведение профориентационных и маркетинговых мероприятий;
- отслеживание заинтересованных абитуриентов, с учетом их способностей и потребностей;

– повышение лояльности абитуриентов за счет втягивания их в жизнь вуза (например, информирование о новостях вуза, студенческой жизни, приглашение для участия в мероприятиях, олимпиадах, конкурсах и т.п.);

– заблаговременное информирование о выполнении формальных требований, необходимых для поступления в вуз (ЕГЭ, документы, правила приема и т.п.).

Высшие учебные заведения применяют различные методы и современные технологии, направленные на привлечение абитуриентов. В общем, существующие методы работы можно классифицировать в двух категориях: традиционные и инновационные.

К первому традиционному методу относится организация крупных мероприятий и акций. Он направлен на знакомство выпускников и их родителей с учебным заведением и представленными в нём специальностями. К таким мероприятиям относятся [2]:

1. Дни открытых дверей. Дни открытых дверей являются важнейшим способом знакомства будущих студентов с учебным заведением. В период мероприятия можно посетить университет, презентации факультетов, ознакомиться с программами обучения и встретиться с преподавателями и студентами вуза.

2. Ярмарки профессий. Ярмарки профессий предоставляют абитуриентам информацию о специальностях, условиях поступления, перспективах трудоустройства. На ярмарке профессий Кубанского государственного медицинского университета [9] можно принять участие в мастер-классах от врачей-преподавателей и получить подробную информацию о медицинских специальностях. В Кубанском государственном технологическом университете можно встретиться с депутатами ЗСК, представителями крупного бизнеса, учеными и изобретателями.

3. Олимпиады. Участие в олимпиадах позволяет проявить свои знания и способности в различных областях науки, а также может стать одним из критериев для поступления в вуз на особо востребованные специальности. В Кубанском государственном аграрном университете при поступлении на факультет прикладной информатики участие в олимпиаде по математике может стать шансом получить льготы и дополнительные баллы.

4. Творческие конкурсы. Для привлечения талантливых абитуриентов, университеты часто организуют различные конкурсы, например, конкурс литературных произведений, художественных работ и инновационных проектов, позволяя им продемонстрировать свои навыки и таланты. В Краснодарском государственном институте культуры можно принять участие в творческом конкурсе изобразительного искусства, где лучшие работы будут представлены на различных художественных выставках, а в КубГТУ ИЭУБ проводится Всероссийский конкурс выпускных квалификационных работ «Стартап как диплом» и конкурсы проектов для обучающихся 8–11 классов школ Краснодарского края «Школьный бизнес-старт».

5. Соревнования и фестивали. Университеты проводят различные мероприятия, к которым можно отнести студенческий фестиваль, спортивные соревнования, конференции, концерты и выставки, позволяющие не только развлечься, но и получить новые знания и навыки.

В Кубанском государственном технологическом университете можно принять участие в спортивном программировании, где талантливая молодежь может получить стартовую площадку для карьеры и выход в сообщество лучших разработчиков Краснодарского края.

В 2024 году в Доме Книги г. Краснодар прошел фестиваль русской литературы «Королевство книг», который был организован студенткой ИУЭБ КубГТУ Ангелиной Матвиенко при поддержке Федерального агентства по делам молодежи и совместно с КубГТУ.

Студенты и аспиранты КубГТУ ИЭУБ приняли участие в Дне национальных приоритетов Молодежь и дети. Молодежная политика и воспитание» на выставке Россия, ВДНХ.

6. Проведение презентаций в школах и колледжах. Представители высших учебных заведений рассказывают о программах обучения, особенностях направлений, преимуществах и перспективах для будущих абитуриентов. Представители Кубанского государственного университета проводят презентации о разнообразных образователь-

ных программах, включая гуманитарные, естественно-научные и технические направления, подчеркивая высокий уровень преподавания и научных исследований для студентов.

7. Лекции от стратегических партнеров. В КубГТУ – это лекция от стратегического партнера ПАО «Сбербанк России», от Южной дирекции ПАО «Совкомбанк» и др.

Проведенный опрос в 2020 году [3] Поволжским государственным университетом телекоммуникаций и информатики среди студентов первого курса показал, что более 45 % опрошенных узнали о вузе благодаря информации, полученной от родителей. Из этого следует, что необходимо активно привлекать родителей в процесс привлечения абитуриентов, так как они оказывают огромное влияние на принятие решения о месте обучения [4].

Этот метод имеет ряд преимуществ, так как устанавливает прямой контакт с абитуриентами, повышает уровень информативности о вузе, предоставляя его преимущества, и дает возможность поступающим и родителям задать различные вопросы и узнать на них ответ.

Ко второму, наиболее распространенному традиционному методу относятся рекламные кампании. Данный метод продвигает как определенные мероприятия, так и увеличивает узнаваемость учебного заведения. Это происходит за счет информации, размещаемой в различных источниках: в газетах, местных телерадиоканалах и в интернете.

Для успешной рекламной кампании вузу необходимо определить его преимущества, такие как количество бюджетных мест, возможность получения дополнительных баллов, развитая инновационная инфраструктура и другие.

Поэтому для достижения превосходства над другими вузами, нужно изучить их и свои сильные и слабые стороны и разработать свой собственный способ продвижения [5].

В связи с активным развитием мира и постоянно меняющимися потребностями молодежи, вузы все чаще уделяют внимание инновационным методам и современным технологиям для привлечения абитуриентов. Сегодня большое количество университетов используют разнообразные методы работы для облегчения выбора направления поступающим и продвижения своих программ обучения. К таким инновационным методам относятся:

1. Использование сайта вуза и других интернет-ресурсов, которые информируют выпускников о программе обучения и условиях поступления, помогают стимулировать их интерес к выбору данного учебного заведения.

2. Использование социальных сетей для привлечения внимания школьников к интересным событиям, акциям, конкурсам, создают дополнительный интерес к университету, и предоставляют информацию о студенческой жизни, что способствует положительной оценке учебного заведения.

3. Организация онлайн-информационных сессий обеспечивает возможность поступающим задавать вопросы специалистам университета и получить ответы на них.

4. Создание виртуальных туров по кампусу позволяет будущим студентам познакомиться с инфраструктурой и обстановкой вуза, тем самым помогает им принять решение о выборе учебного заведения.

5. Предоставление онлайн-ресурсов и образовательных материалов для подготовки к поступлению дает возможность эффективно готовиться к вступительным экзаменам и ознакомиться с учебными материалами заранее.

6. Использование нейросетей и искусственного интеллекта при работе с абитуриентами может повысить эффективность общения, предоставления информации и поддержки потенциальных студентов.

7. Использование виртуальной или дополненной реальности для проведения мероприятий по привлечению выпускников может значительно повысить интерес к вузу, давая возможность погрузиться в атмосферу учебного заведения.

Не мало важным в привлечении абитуриентов является создание профориентационной деятельности. Используя современные технологии, позволяющие создавать интерактивные онлайн-платформы для учеников, ориентированные на профиль университета, могут определить направление подготовки и обучения, которое будет

наиболее подходящим для них. Это поможет сформировать положительное отношение к учебному заведению и лучше узнать о востребованных направлениях подготовки специалистов [6].

Инновационные формы работы с абитуриентами ещё включают сетевые методы. Они очень эффективны, так как направлены на участие выпускников, их последующее трудоустройство и непосредственное знакомство с будущей профессией. Также особый потенциал инноваций находится в привлечении абитуриентов к научной деятельности вуза, к которым можно отнести научные школы, конференции, конкурсы проектов, привлечение к реализации научных исследований, публикационной деятельности и т.д. Большое значение имеет пополнение рядов молодых ученых и воспроизводства кадрового потенциала научных отраслей с помощью абитуриентов, так как это обеспечит не только лояльность к вузу, но и раннее профессиональное ориентирование на научную деятельность [1].

Нельзя не отметить, что и символы, и их сочетание использовались и используются в обществе на сегодняшний день как метод массовой коммуникации и рекламы, метод, который весьма эффективен с позиций психологии и манипуляции сознанием [7].

Таким образом, для успешного привлечения абитуриентов вузы должны использовать комплексный подход, включающий как традиционные, так и инновационные методы. Необходимо учитывать современные тенденции и потребности выпускников, в том числе на уровне субъектов РФ [8], проводить разнообразные мероприятия и акции, которые помогут лучше узнать о будущем месте обучения и его программах, чтобы успешно конкурировать за абитуриентов и предоставлять качественное и актуальное образование.

### Литература

1. Инновационные формы деятельности вузов по привлечению абитуриентов. – URL : <https://www.rzu.pf/~file/84445/Мониторинг>
2. Казакова М.С. Разработка комплекса мер по успешному привлечению абитуриентов в отраслевые вузы в сети Интернет / М.С. Казакова, А.А. Кудряшов // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 7. – С. 2939–2952. – URL : <https://1economic.ru/lib/112362>
3. Черных Е.О. Экономическое обоснование интерактивной модели обучения в сфере высшего образования / Е.О. Черных // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – № 11. – С. 2827–2848. – URL : <https://1economic.ru/lib/111127?ysclid=lv5n7f7dq6842040078>
4. Маслевич Т.П. Инновационные методы привлечения абитуриентов / Т.П. Маслевич, Н.Б. Сафронова, Н.Л. Минаева // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2018. – № 6. – С. 52–60. – URL : [http://vestnik.osu.ru/2018\\_6/9.pdf](http://vestnik.osu.ru/2018_6/9.pdf)
5. Никифорова Н.И. Особенности интернет-коммуникаций в привлечении потребителей услуг вуза / Н.И. Никифорова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2019. – № 3. – С. 111–113. – URL : <https://research-journal.org/archive/3-81-2019-march/osobennosti-internet-kommunikacij-v-privlechenii-potrebiteljev-uslug-vuza?ysclid=lv5n8yau5c384509490>
6. Нечай Е.Е. Методы привлечения абитуриентов в вуз (опыт ДВФУ) / Е.Е. Нечай, Н.А. Никифорова, И.В. Кисельников // Образование и педагогика: теория и практика: материалы Всеросс. науч.-практ. конф. Чебоксары, 2020. – С. 89–95. – URL : [https://phsreda.com/ru/article/97189/discussion\\_platform](https://phsreda.com/ru/article/97189/discussion_platform)
7. Бочкарева А.С. Архитектурно-скульптурные символы историко-культурного наследия гражданской войны на территории Кубани / А.С. Бочкарева, Ю.В. Хотина // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – № 120. – С. 307–319.
8. Жане С.Р. К вопросу о роли ислама в современных общественно-политических процессах в Республике Адыгея / С.Р. Жане, З.Я. Емтыль, А.С. Бочкарева // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования: Сборник материалов V международной научно-практической очно-заочной конференции, Краснодар, 22 октября 2020 года. – Краснодар : Кубанский государственный технологический университет, 2020. – С. 889–897.
9. Кубанский государственный медицинский университет как социокультурная ценность региона / А.Н. Редько, Т.А. Ковелина, Е.Л. Никулина [и др.] // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования: Сборник материалов IV Международной научно-практической очно-заочной конференции, Краснодар, 25 октября 2019 года. – Краснодар : Кубанский государственный технологический университет, 2019. – С. 1587–1598.

## References

1. Innovative forms of activity of universities to attract applicants. – URL : <https://www.pecy.pcf/~file/84445/мониторинг>
2. Kazakova M.S. Development of a set of measures for successful attraction of applicants to industry universities on the Internet / M.S. Kazakova, A.A. Kudryashov // *Creative economy*. – 2021. – Vol. 15. – № 7. – P. 2939–2952. – URL : <https://1economic.ru/lib/112362>
3. Chernykh E.O. Economic justification of the interactive learning model in higher education / E.O. Chernykh // *Economy, entrepreneurship and law*. – 2020. – № 11. – P. 2827–2848. – URL : <https://1economic.ru/lib/111127?ysclid=lv5n7f7dq6842040078>
4. Maslevich T.P. Innovative methods of attracting applicants / T.P. Maslevich, N.B. Safronova, N.L. Minaeva // *Bulletin of the Orenburg State University*. – 2018. – № 6. – P. 52–60. – URL : [http://vestnik.osu.ru/2018\\_6/9.pdf](http://vestnik.osu.ru/2018_6/9.pdf)
5. Nikiforova N.I. Features of Internet communications in attracting consumers of university services / N.I. Nikiforova // *International Research Journal*. – 2019. – № 3. – P. 111–113. – URL : <https://research-journal.org/archive/3-81-2019-march/osobennosti-internet-kommunikacij-v-privlechenii-potrebiteluj-uslug-vuza?ysclid=lv5n8yau5c384509490>
6. Nechay E.E. Methods of attracting applicants to a university (FEFU experience) / E.E. Nechay, N.A. Nikiforova, I.V. Kiselnikov // *Education and pedagogy: theory and practice: materials of the All-Russian scientific and practical conference*. Cheboksary, 2020. – P. 89–95. – URL : [https://phsreda.com/ru/article/97189/discussion\\_platform](https://phsreda.com/ru/article/97189/discussion_platform)
7. Bochkareva A.S. Architectural and sculptural symbols of the historical and cultural heritage of the civil war in the territory of Kuban / A.S. Bochkareva, Yu.V. Khotina // *Polythematic network electronic scientific journal of the Kuban State Agrarian University*. – 2016. – № 120. – P. 307–319.
8. Janet S.R. On the role of Islam in modern socio-political processes in the Republic of Adygea / S.R. Janet, Z.Ya. Emtyl, A.S. Bochkareva // *Philological and socio-cultural issues of science and education: Collection of materials of the V international scientific and practical in-person and correspondence conference*, Krasnodar, October 22, 2020. – Krasnodar : Kuban State Technological University, 2020. – P. 889–897.
9. Kuban State Medical University as a socio-cultural value of the region / A.N. Redko, T.A. Kovelina, E.L. Nikulina [et al.] // *Philological and socio-cultural issues of science and education. Collection of materials of the IV International scientific and practical in-person and correspondence conference*, Krasnodar, October 25, 2019. – Krasnodar : Kuban State Technological University, 2019. – P. 1587–1598.