

Об опыте инженерной профориентации в вузе



СПИРИДОНОВ

Олег Борисович, кандидат технических наук, доцент, директор Института радиотехнических систем и управления Южного федерального университета, Таганрог



ПАНЫЧЕВ

Андрей Иванович, кандидат технических наук, доцент, заместитель директора по учебной работе Института радиотехнических систем и управления Южного федерального университета, Таганрог

Аннотация

В статье представлен опыт организации кампании для выявления и развития у учащихся образовательных учреждений среднего общего, среднего профессионального и начального профессионального образования творческих способностей и интереса к научно-исследовательской деятельности, создания необходимых условий для поддержки и развития одаренных детей, распространения и популяризации научных знаний, привлечения талантливой молодежи к получению инженерного образования

Ключевые слова:

инженерное образование, профориентация на инженерные профессии, профориентационные мероприятия

Институт радиотехнических систем и управления (ИРТСУ), входящий в состав Южного федерального университета (ЮФУ), осуществляет подготовку специалистов по инженерным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и аспирантуры. Институт объединяет образовательные и научно-исследовательские подразделения с мощными научно-педагогическими школами, которые охватывают широкий спектр технических областей.

Особенности профориентационной работы в ИРТСУ определяются рядом факторов:

- в институте ведется обучение по трем уровням высшего образования, реализуются разносторонние инженерные образовательные программы по укрупненным группам направлений, включающим электронику, радиотехнику, системы связи, приборостроение, машиностроение, авиационную и ракетно-космическую технику;

- обучение студентов по программам специалитета тесно связано с их обучением в Учебном военном центре при Южном федеральном университете;

- бизнес-партнерами института являются ведущие предприятия в соответствующих научно-производственных отраслях;

- в городах Юга России расположено немало образовательных учреждений СПО, готовящих специалистов среднего звена по родственным направлениям подготовки.

Формы и методы профориентации для разных уровней образования существенно различаются [1; 5; 6]. Наиболь-

шего внимания требует работа по привлечению наиболее подготовленных и мотивированных абитуриентов на программы бакалавриата и специалитета.

В ИРТСУ планомерно реализуется концепция раннего выявления и развития творческих способностей и интереса к научно-исследовательской деятельности у учащихся образовательных учреждений среднего общего, среднего профессионального и начального профессионального образования. Профориентационные мероприятия способствуют распространению и популяризации научных знаний, направлены на создание условий для поддержки и развития одаренных детей. Конечной целью является формирование мотивации у талантливой молодежи к получению инженерного образования по направлениям подготовки и специальностям ИРТСУ.

Профориентация предполагает как участие в общих для университета проектах, так и проведение своих собственных мероприятий.

В рамках первого направления работы как наиболее эффективные зарекомендовали себя следующие мероприятия:

- ежегодный Фестиваль науки Юга России;
- образовательный кластер ЮФУ, обеспечивающий качественную подготовку обучающихся образовательных учреждений к поступлению в вуз, привлекающий абитуриентов к участию в творческой, познавательной, проектной, исследовательской, поисковой, изобретательской деятельности под руководством ученых, аспирантов, преподавателей, обучающихся вуза;
- ярмарки образовательных организаций «Куда пойти учиться?», проводимые два раза в год Центрами занятости населения городов и районов Южного федерального округа;
- Дни открытых дверей, проводимые предприятиями Таганрога и Ростова-на-Дону;
- Дни открытых дверей Инженерно-технической академии ЮФУ в городах Южного федерального округа;
- Дни открытых дверей «Дворца творчества детей и молодежи» (Ростов-на-Дону).

Профориентационные мероприятия, организуемые собственными силами института, разнообразны и проводятся в течение всего учебного года. Традиционными стали следующие формы профориентации:

- Дни открытых дверей ИРТСУ, проводимые с привлечением партнеров из сферы науки, бизнеса и производства;
- олимпиады для школьников по графическому программированию на языке LabVIEW, программированию электротехнических установок, программированию робототехнических средств, программированию в технических системах;
- активное использование сайта ИРТСУ для популяризации инженерного образования [3; 4];
- постоянное присутствие студенческого актива института в наиболее популярных социальных сетях, продвижение духа студенческого братства в специализированных группах пользователей;
- рекламные кампании в средствах массовой информации Юга России.

Одной из новых форм профориентации для института стало открытие Информационно-консультационного центра ИРТСУ. Центр расположен в оживленном городском районе, оборудован компьютерной техникой, средствами наглядной агитации, компактной выставкой научных разработок сотрудников и студентов института. К работе консультантами в Центре привлекаются аспиранты и наиболее подготовленные к агитационной работе старшекурсники.

Оценкой эффективности проводимых профориентационных и агитационных мероприятий безусловно являются результаты приемной кампании в части набора студентов на основные конкурсные места. В 2017 году в ИРТСУ было принято больше обучающихся, чем годом ранее: на программы бакалавриата и специалитета — на 10%, на магистерские программы — на 27%. Немаловажную роль в достижении этих показателей сыграла агитационная активность.

Оценить эффективность проводимых в течение учебного года профориентационных мероприятий также помогает анкетирование первокурсников ИРТСУ [2; 7; 8]. В течение нескольких лет результаты опросов хорошо коррелируются между собой и показывают, что не менее трех четвертей абитуриентов получают необходимые сведения об институте на сайте вуза; более половины первокурсников отмечают высокую информативность Дней открытых дверей. Всегда отмечается значительное влияние на выбор места обучения, оказываемое родителями, выпускниками, школьными учителями. Опрашиваемые регулярно подчеркивают важность доступности информации о кампусе, социальной инфраструктуре вуза, культурно-развлекательной и спортивной жизни студентов.

Детальный анализ эффективности рекламных и агитационных мероприятий, проводимых в ИРТСУ, показывает, что среди выпускников средних специальных образовательных учреждений перспективными являются следующие формы профориентации:

- сотрудничество на основе долгосрочных договоров в области непрерывной подготовки кадров с профильными колледжами и лицеями городов Южного федерального округа;
- проведение для выпускников колледжей вебинаров по основным общеобразовательным предметам с учетом специфики образовательных программ ИРТСУ для подготовки к вступительным испытаниям;
- привлечение студентов колледжей к участию в проектной и исследовательской деятельности по программам ИРТСУ.

Литература

1. Белаш О. Ю. О маркетинговой деятельности в государственном техническом вузе // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 1.
2. Грищенко С. Г., Панычев А. И. Опыт анкетирования первокурсников радиотехнического факультета ТТИ ЮФУ // Практика и перспективы развития партнерства в сфере высшей школы. — Донецк, 2011. — Т. 1. — С. 117–121.
3. Грищенко С. Г., Панычев А. И., Тройченков И. Н. Официальный сайт как инструмент формирования бренда радиотехнического факультета

Южного федерального университета // Материалы XIII Международной научно-методической конференции образовательных организаций, реализующих направление подготовки «Инфокоммуникационные технологии и системы связи» (Ярославль, 25–27 июня 2014 г.). — С. 121–125.

4. Овечкин А. Бренддинг, SEO и оптимизация сайта [Сетевое издание]. — 2016. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.seonews.ru/analytics/brending-seo-i-optimizatsiya-sayta>.

5. Прокопенко С. А. Повышение конкурентоспособности и организация маркетинговой деятельности как важнейшие задачи российских вузов // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2005. — № 6.

6. Селюков М. В., Шалыгина Н. П. Бренд-технологии в системе управления высшим учебным заведением // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 5. — С. 260.

7. Фетисова С. Ю. Анкетирование абитуриентов как источник информации для выявления факторов, определяющих спрос на специальности вуза в 2004 году // Ползуновский вестник. — 2006. — № 1. — С. 215–221.

8. Zharkova O.S., Berestneva O.G., Moiseenko A.V., Marukhina O.V. Psychological Computer Testing Based on Multitest Portal // World Applied Sciences Journal. — 2013. — № 24. — P. 220–224. [Электронный ресурс] // URL: [http://idosi.org/wasj/wasj\(ITMIES\)13/36.pdf](http://idosi.org/wasj/wasj(ITMIES)13/36.pdf).