|  |  |
| --- | --- |
| «А.Байтұрсынов атындағы  Қостанай мемлекеттік  университеті» РМК | РГП «Костанайский  государственный университет  имени А.Байтурсынова» |
|  |  |
| **АНЫҚТАМА** | **СПРАВКА** |
|  |  |
| ғылыми кеңес отырысына | на заседание ученого совета |
| 28.10.2016 ж. | 28.10.2016 г. |
| Қостанай қаласы | город Костанай |

**Содоклад**

***Об итогах набора обучающихся в университет и задачах по совершенствованию профориентационной работы***

Одной из основных задач университета является сохранение и увеличение контингента обучающихся как фактора устойчивой стабильности и развития ВУЗа. Набор абитуриентов – первокурсников является определяющим фактором стабильной работы преподавательского состава университета. Данный наиважнейший вопрос целиком ложится на работу приемной комиссии. Однако, для хорошего набора абитуриентов необходима своевременная и качественная профориентационная работа всего коллектива. В условиях конкурентной среды и уменьшения количества выпускников, а также демпинга стоимости обучения частных ВУЗов – только качественно проведенная работа даст нужный положительный результат.

Для достижения положительных результатов **необходимо**:

- на период работы приемной комиссии необходим качественный подбор технических секретарей от факультетов. Важным моментом в работе технических секретарей является мотивация и личный активный настрой на результат. Для этого необходима прямая «заинтересованность» деканатов факультетов.

- для усовершенствования работы с АИС «Платонус», ускорения заполнения баз данных по контингенту 1-х курсов, исключения орфографических, технических ошибок на период работы приемной комиссии **предлагаю ввести единицу технического секретаря**, ориентированного **только** для работы с **АИС «Платонус»**. Это значительно ускорит процесс работы с набором 1 курсов, формированием групп и т.д. Считаю первоочередным и необходимым – процесс набора абитуриентов и оформления документации обучающихся 1 курсов, а именно: представления, приказы, формирования академических групп и потоков, расписания, составление и оформление индивидуальных учебных планов, справок-подтверждений в различные инстанции и т.д. Имея полную базу данных первокурсников к началу учебного года, это значительно облегчит и ускорит работу с данным контингентом, что приведет к порядку в общем контингенте обучающихся университета.

- важным моментом «завершения» приема абитуриентов является процесс передачи личных дел тех.секретарями специалистам отдела регистрации. Хотелось бы указать, что на сегодняшний момент некоторыми тех.секретарями **до сих пор** не переданы личные дела поступивших! (экономический, юридический факультеты). Наряду с этим, отметим множество замечаний при оформлении и передачи личных дел:

- ошибки в выписках Приказов о зачислении (ошибки в фамилиях абитуриентов, языках обучения, договорная основа/гос.грант и т.д.);

- не достаточное количество фотографий и копий документов;

- не указаны номер и дата проведения собеседований (пустые графы);

- не указаны номера приказов о зачислении на лицевой стороне личного дела;

- нет некоторых личных дел!

- нет сертификатов ЕНТ;

- нет диплома колледжа – **студент зачислен!**

Для упорядочения данного процесса **предлагаю создать студенческую канцелярию в отделе регистрации** с должностной единицей (за счет вакансии ОР) для своевременной проверки качества, полноты оформления, индивидуального приема в требуемые сроки и дальнейшей работы с личными делами обучающихся.

- существует система льгот и скидок на оплату за обучение, что также является «привлекательным» для вчерашних выпускников школ. Однако абитуриенты, должным образом не осведомлены о наличие таковых, что тоже является «недоработкой» работы приемной комиссии.

- требует обновлений рекламные ролики и буклеты университета. Необходимо в более достаточной мере использовать радио и телеканалы. Раздаточный материал – черно-белые буклеты, выглядят не соответствующе, информация трудночитаема.

Положительным моментом при выборе нашего ВУЗа сыграла информация об открытии военной кафедры. Однако данная информация также была предоставлена уже в активный период поступления абитуриентов.

При посещении школ и колледжей для привлечения абитуриентов нужно говорить с ним на его языке, т.к. сухая статистика будет им не интересна, а подача ее живым и привлекательным языком сможет убедить любого школьника. Считаем, что необходимо:

1. С привлечением специалиста разработать короткометражный имиджевый ролик.
2. Раздаточный материал сделать цветным и на качественной бумаге, без орфографических и стилистических ошибок, с интересным графическим наполнением.
3. Регулярно обновлять информацию на университетском сайте.
4. Учитывая быстрое развитие новых технологий необходимо разработать его мобильную версию.
5. Ведущие мировые вузы активно используют возможности социальных сетей для взаимодействия с потенциальными абитуриентами, студентами, выпускниками. Предлагаем перенять эффективный опыт данных вузов и разработать странички в наиболее популярных социальных сетях, работа в которых должна вестись **ежедневно.** С учетом этого на главном сайте вуза разместить переходы на разработанные социальные сети.
6. Мероприятия, проводимые для абитуриентов (День открытых дверей, посещение школ и колледжей), наполнить **новым содержанием**, креативом. Предлагаем проводить:

- вечер открытых дверей;

- фестиваль факультетов КГУ перед главным корпусом (в погожие осенние дни). На нем не только презентовать специальности, но и внести элементы шоу, чтобы каждый гость мог не просто смотреть и слушать, а принять участие в нем, что создаст эмоциональную привязку к университету;

- рассылать видеообращения к лучшим абитуриентам школ;

- привлекать успешных выпускников вуза для профориентации (снимать о них ролики, привлекать их лично).

- непосредственное участие первого руководителя вуза в некоторых

мероприятиях для абитуриентов.

Предлагаем более плодотворно взаимодействовать со СМИ, где возможны следующие варианты работы:

1. В электронных СМИ запись цикла передач о ВУЗе, рассчитанных на разные целевые группы:

- абитуриентов и старшеклассников (развлекательно-познавательные передачи о студенческой жизни, достижениях студентов, учебном процессе, представление факультетов глазами студентов, рассказ о новых специальностях);

- родителей абитуриентов (о преподавателях, научных школах, условиях для студентов, социальной защите);

- органов власти (передачи, посвященные социальным проектам, воплощенным в жизнь преподавателями и студентами вуза).

Итогом работы приемной кампании 2016 года является набор **1451** обучающихся на все формы (очное, заочное) и академические ступени обучения (бакалавриат, магистратура, докторантура). Для сравнительного анализа можно указать: количество выпустившихся в 2016 году очной и заочной форм, всех академических ступеней обучения составило **1119** человек, т.е. фактически выпуск почти равен набору этого года.

Считаю, в случае комплексного решения описанных проблем, приоритетные задачи набора абитуриентов, работа приемной комиссии будут в значительной мере решены.

**Предлагаю (включить в проект решения ученого совета):**

1. В период работы приемной кампании ввести единицу технического секретаря (сотрудник отдела регистрации), ориентированного только для работы с АИС «Платонус».
2. Для упорядочения процесса работы с личными делами обучающихся создать студенческую канцелярию в отделе регистрации.
3. Обновить рекламные ролики и буклеты университета.
4. Максимально использовать возможности социальных сетей для привлечения и взаимодействия с потенциальными абитуриентами.
5. Более тесно взаимодействовать со СМИ области и страны.

**Начальник отдела регистрации А. Жикеев**