ского образовательного процесса и требований работодателей.

Подготовкой информационных материалов для образовательного процесса, как правило, занимаются преподаватели. На наш взгляд, к преподавателям выпускающих кафедр должны предъявляться дополнительные требования, связанные с профессиональной деятельностью по специальности выпускника. Разработка активных методов обучения, заданий для практических занятий и других методических материалов требуют от него всесторонних знаний предмета изучения. Расширить свою практическую компетентность преподаватель может в процессе проведения научных исследований на базе аптечных организаций, что будет способствовать совершенствованию интегративных процессов взаимодействия системы образования и практики.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

М.А. Хусаинов, Д.О. Медведева, Р.В. Габдулхакова, Т.Д. Хлебникова

Уфимский государственный нефтяной технический университет
Уфа, Россия

В условиях демографического кризиса одной из важнейших задач любого вуза является привлечение на учебу максимального количества абитуриентов, достаточного для обеспечения достойного конкурса на бюджетные места всех направлений и специальностей, а также для выполнения плана контрактного приема.

Жесткая конкуренция за потенциального абитуриента требует повышенного внимания к таким аспектам профориентационно-информационной деятельности как формирование популярности и укрепление репутации вуза, его услуг, бренда, формирование доверия потребителей, партнеров, средств массовой информации, формирование привлекательности для целевых аудиторий.

Уфимский государственный нефтяной технический университет как объект PR-продвижения обладает набором конкурентных преимуществ на рынке образования:

- высокое качество оказания обучающимся образовательных услуг, передача желаемых и необходимых знаний, умений и навыков;
- активное сотрудничество с ведущими предприятиями ТЭК в области науки и инноваций;
- высокие показатели трудоустройства выпускников;
- наличие мощной современной инфраструктуры, способствующей всестороннему развитию молодого специалиста.

Основными направлениями PR-продвижения образовательных услуг УГНТУ сегодня являются:

- взаимодействие со СМИ,
- организация и проведение специальных PR-мероприятий;
- презентации, а также личные контакты с представителями целевых аудиторий,
- сотрудничество с Образовательным центром «Музей истории УГНТУ» в области продвижения вуза,
- позиционирование вуза и его услуг в глобальной информационной сети,
- поддержка имиджа вуза в рекламно-информационной деятельности.

Ежегодно в рамках коммуникационной политики университетом организуются следующие виды специальных событий: республиканский семинар для учителей математики, физики, химии, русского языка, городской семинар для руководителей общеобразовательных учреждений «Проблемы непрерывного образования в системе «Школа-вуз», открытый лекторий «Старшеклассник», Дни открытых дверей УГНТУ, а также презентации в школах города Уфы и выездные презентации. Эффективным средством продвижения образовательных услуг является музей вуза, служащий хранителем традиций.

Для выявления эффективности различных каналов коммуникации нами было проведено пилотное анкетирование потенциальных абитуриентов на Дне открытых дверей УГНТУ, в ходе которого было опрошено 238 респондентов. Как показывает данное исследование, из общего числа опрошенных для 35% абитуриентов важнейшим источником информации при выборе профессии является Интернет. На втором месте (24%) – собрания и личные встречи с представителями администрации и приемной комиссии вуза. 22% опрошенных узнают о вузе от знакомых студентов и выпускников УГНТУ и 19% предпочитает получать информацию из специализированных изданий. При этом наиболее важным критерием при выборе вуза являются высокие показатели трудоустройства его выпускников.