

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ АБИТУРИЕНТОВ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФГБОУ ВПО РГУПС

М.С. Тимофеева, к.э.н., доцент Директор Центра мониторинга качества образования; В.Н. Семенов доцент, начальник отдела планирования, методического и психологического обеспечения Центра мониторинга качества образования
ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный университет путей сообщения», Россия
tms_ctko@dep.rgups.ru

В настоящей публикации авторами раскрываются особенности и задачи организации психолого-педагогического сопровождения профессионального самоопределения абитуриентов высшими профессиональными образовательными учреждениями как маркетингового инструмента регулирования спроса на образовательные услуги. Определены ресурсы вуза ФГБОУ ВПО РГУПС, выделены направления сопровождения профессионального самоопределения абитуриентов, что позволит организовать и раскрыть потенциал будущего студента.

Ключевые слова: профессиональная ориентация, инструменты маркетинга, оценка качества, высшее профессиональное образование, потребительский спрос, маркетинг образовательных услуг.

Современные социально-экономические условия российского общества существенно изменили подход образовательных учреждений к процессу профориентации и профессионального самоопределения абитуриентов. Сегодня профориентационная деятельность профессиональных образовательных учреждений – это научно обоснованная система социально-экономических, психолого-педагогических и медико-биологических мер по оказанию абитуриентам лично-ориентированной консультативно-информационной помощи в выявлении возможностей реализации потенциала личности на рынке труда. Актуальность задачи совершенствования системы профессиональной ориентации ФГБОУ ВПО РГУПС требует разработки и применения системы психолого-педагогического сопровождения профессиональной ориентации абитуриентов как маркетингового инструмента регулирующего спроса на образовательные услуги. Система психолого-педагогического сопровождения профессиональной ориентации абитуриентов должна интегрировать диагностику, консультативную работу и иные формы работы с обучающимися и родителями.

С точки зрения маркетинга, современное профессиональное образовательное учреждение является организацией по оказанию образовательных услуги и производству образовательных продуктов –

образовательных программ по видам профессиональной деятельности, обеспеченных средствами для организации процесса их реализации. Эффективность маркетинга образовательного учреждения существенно повышается за счет активного использования различного инструментария. Одним из основных маркетинговых инструментов высших профессиональных образовательных организаций наряду с традиционными, такими как реклама или паблисити является психолого-педагогическое сопровождение профессионального самоопределения абитуриентов с использованием компьютерных технологий, что позволяет влиять на целевую аудиторию с целью информированности и побуждения к приобретению образовательных услуг. Специфика организации психолого-педагогического сопровождения профессионального самоопределения абитуриентов высшими профессиональными образовательными учреждениями как маркетингового инструмента, регулирующего спрос на образовательные услуги, нацелена на продвижение образовательных продуктов для определенной целевой аудитории потребителей – предприятий-заказчиков и потенциальных абитуриентов, что позволит:

- обеспечить профессиональным образовательным учреждениям необходимую наполняемость за счет сокращения оттока потенциальных абитуриентов в более стабильные регионы;
- объединить интересы абитуриентов и работодателей;
- улучшить структуру подготовки кадров в соответствии с региональными потребностями в трудовых ресурсах [1, с. 71-75].

Профессиональная ориентация – это понятие, включающее в себя несколько компонентов общечеловеческой культуры, которое проявляется в форме заботы общества о профессиональном становлении подрастающего поколения, поддержке и развитии способностей, а также проведения комплекса специальных мер содействия человеку в профессиональном самоопределении и выборе профессии с учетом его интересов, потребностей и возможностей, адаптированных к социально-экономической ситуации на рынке труда.

Задачами профессиональных образовательных учреждений является формирование у абитуриентов представлений о структуре современного производства, содержании труда специалистов в различных отраслях, профессиональных компетенциях и, соответственно, мотивации к осознанному профессиональному самоопределению через создание позитивного образа организации. Задачи предприятий, организаций – работодателей сводятся к информированию обучающихся о востребованных в данной области профессиях, об их преимуществах, перспективах, а также к формированию своего привлекательного имиджа.

Система профориентационной работы должна обеспечить формирование способности школьников к сознательному ответственному выбору, а предметом внимания должна стать фундаментальная способность к проектированию собственного жизненного пути.

Психолого-педагогическое сопровождение профессиональной ориентации абитуриентов позволяет организовать и раскрыть потенциал будущего студента. В связи с этим психолого-педагогическое сопровождение абитуриентов в ФГБОУ ВПО РГУПС осуществляется в двух направлениях:

1. С абитуриентами, которым оказывается помощь в правильном выборе профиля, что предполагает необходимость специальной организации их деятельности, включающей проведение встреч с администрацией университета в рамках «Дня открытых дверей», участие в предметных и профильных олимпиадах, организация деятельности лабораторий творческой деятельности, профильных кружков и профориентационном тестировании. По результатам комплексного компьютерного обследования абитуриент получает информацию о себе и рекомендации о предпочтительном выборе будущей профессии, наиболее отвечающей личностным качествам и способностям.

Педагог-психолог определяет направления работы с абитуриентом:

– диагностическое – дает возможность выявить склонности, предпочтения в тех или других предметах, интеллектуальных и личностных особенностей;

– просветительское – направлено на формирование (объяснение или разъяснение) обучающимся того, какой вид деятельности в будущем может являться для них предпочтительным;

– консультативное – учитывает особенности их личности и объясняет обучающимся, какой вид деятельности в будущем может являться для них предпочтительным.

2. С родителями данная работа рассматривается как важнейшая задача, решаемая в системе психолого-педагогического сопровождения обучающихся в формах консультирования (индивидуальная, коллективная), просвещения, профориентационных встреч, как групповых так и индивидуальных, собраний, международных специализированных и профильных выставочно-ярмарочных экспозиционных площадках, с людьми разных профессий. Родители заинтересованы в успешной социализации, в самореализации и личностном успехе своих детей, что возможно достичь с учетом личностных и профессиональных способностей и интересов ребенка, а так же его намерений в отношении продолжения образования. Однако у родителей возникает потребность в получении достоверной информации по вопросам профориентации своих детей. Поэтому возникает потребность осуществления компенсаторных функций в области психологического просвещения, в первую очередь, в организации и проведении консультаций по результатам профориентационного тестирования [2, с. 43].

Профессиональные образовательные учреждения могут выбирать разные формы информационного сопровождения профессиональной ориентации, например:

- помощь через СМИ (специальные циклы передач, рубрики в периодических изданиях);
- распространение информационных материалов о востребованных в регионе специальностях (направлений подготовки);
- распространение сборников статей о профессиях;
- организация тематических интервью о деятельности ФГБОУ ВПО РГУПС;
- организация консультационных пунктов для старшеклассников и абитуриентов на выставках и ярмарках образовательных услуг;
- информационное наполнение сайта университета;
- профдиагностика, профконсультация, профагитация.

Использование различных форм в профориентационной работе, а также тесное сотрудничество с предприятиями работодателями дают возможность каждому абитуриенту и студенту осознанно и ответственно подойти к выбору своего профессионального пути, обеспечивая тем самым постоянное присутствие профессионального образовательного учреждения в сегменте рынка образовательных услуг.

В ФГБОУ ВПО РГУПС на базе ЦМКО ежегодно проводится профориентационная работа с учащимися 8-11 классов общеобразовательных учреждений города и Южного Федерального Округа. Комплексное компьютерное обследование нацелено на определение профессиональной направленности каждого конкретного школьника, помогает в определении личностных качеств и способностей будущих абитуриентов [3].

Отслеживание динамики процесса самоопределения учащегося и формирования его профориентационной компетентности на этапе психолого-педагогического сопровождения профессионального выбора происходит на основе комплексного индивидуального компьютерного обследования, направленного на:

- выявление профессиональных склонностей обучающегося;
- определение предпочитаемого типа профессии у обучающегося;
- выявление интересов и склонностей обучающегося;
- выявление отношения к различным видам профессий;
- оценку коммуникативных и организаторских способностей обучающегося;
- выявление тенденций профессионального выбора школьников;
- выработку предложений по ориентации на профессии, востребованные на рынке труда.

Результаты тестирования представляют собой подробный графический профиль с показателями по каждому измеряемому тестом качеству: интересы, способности, личностные характеристики и диаграмму, показывающую наиболее подходящие для учащегося направления профильного обучения в школе. Результаты профориентационного тестирования позволяют определить направления постдиагностического развития будущего абитуриента.

В период с сентября 2013 года по апрель 2014 года профориентационное тестирование на базе Центра мониторинга качества образования прошли абитуриенты в количестве 1278 человек, что на 242 человека меньше по сравнению с предыдущим периодом профориентационной работы (см. Рис. 1).

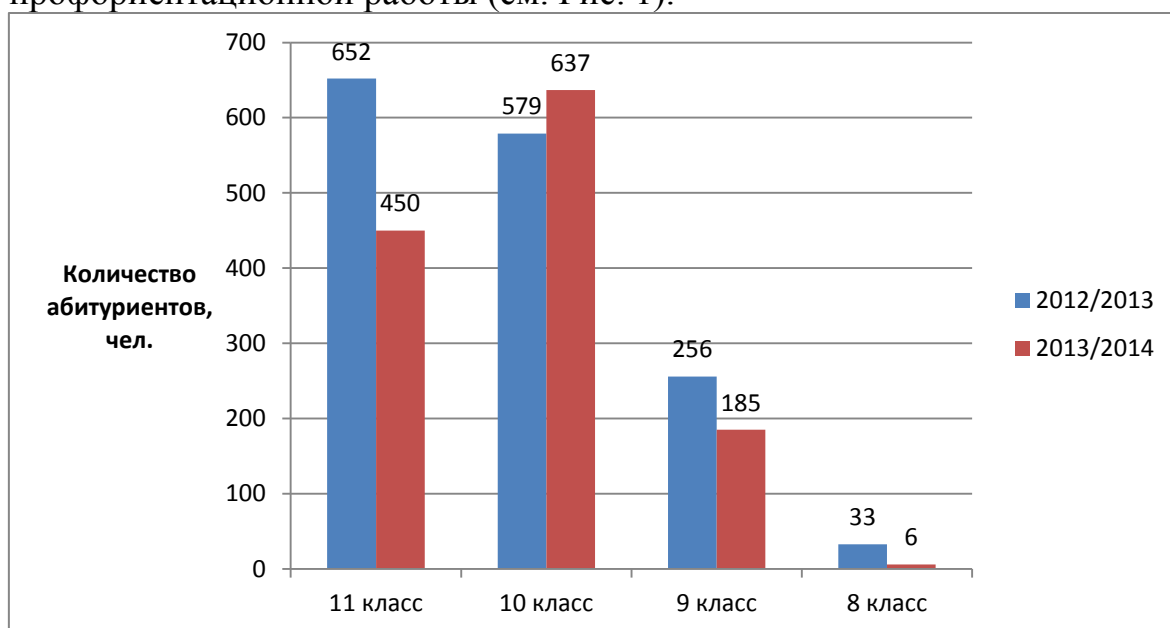


Рисунок 1 – Количество абитуриентов, прошедших профориентационное тестирование

Ключевым этапом профориентационной услуги с использованием компьютерного теста «Профориентатор» является не само проведение тестирования как такового, а обсуждение его результатов в консультативной беседе с психологом. Исходными задачами такой беседы является, прежде всего, разъяснение того, как надо интерпретировать компьютерную распечатку, которую они уносят с собой после прохождения тестирования: как читать факторный профиль, как понимать текстовые пояснения к факторным значениям, как трактовать ранжированный список рекомендуемых направлений подготовки (специальностей) – упорядоченный по убыванию коэффициента соответствия между «реальным» и «идеальными профилями».

Одним из основных компонентов координации работы по профессиональной ориентации обучающихся является создание модели сетевого взаимодействия образовательных учреждений с социальными партнерами, в том числе с работодателями. Механизмы сетевого взаимодействия могут быть выработаны лишь в процессе реализации совместных мероприятий, проводимых на взаимовыгодных условиях, что должно приносить понятную взаимную «выгоду» всем субъектам взаимодействия и иметь четкую, реализуемую программу.

В момент профессионального выбора абитуриента высшим профессиональным образовательным учреждениям необходимо создать условия для психолого-педагогической поддержки, так как от правильного

выбора вида профессиональной деятельности направления подготовки установленного федеральными государственными стандартами профессионального образования формируется стрессоустойчивость индивида в процессе профессионального роста.

Созданная модель взаимодействия высшего профессионального образовательного учреждения с абитуриентами в рамках профориентационного тестирования через повышение мотивации старшеклассников в профессиональном самоопределении, общей психологической культуры, творческих способностей, коммуникативной компетентности снижает порог дискомфорта и тревожности старшеклассников при выборе будущей профессии

В этом случае главными показателями существования и функционирования маркетингового пространства ФГБОУ ВПО РГУПС является количество поданных заявок в 2014 году абитуриентами, принявшими участие в профориентационном тестировании «Профориентатор» по факультетам и количество зачисленных на 1 курс студентов (Рис. 2).

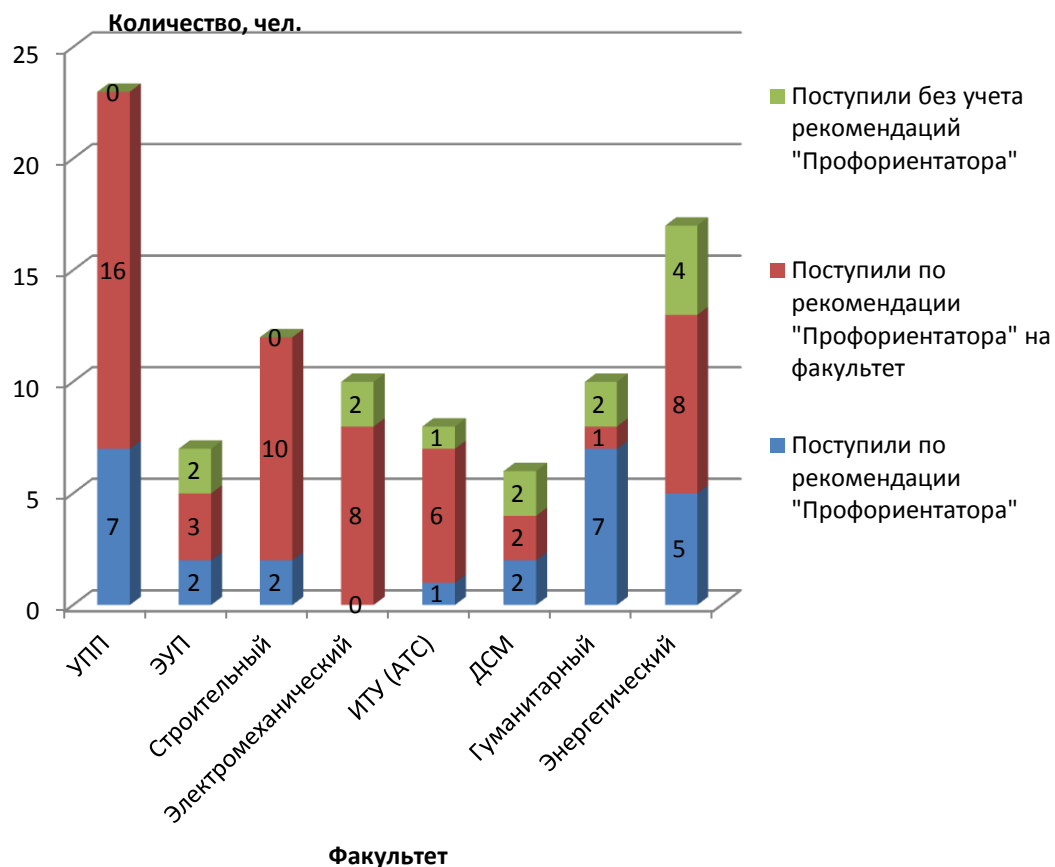


Рисунок 2 – Анализ соответствия выбранных абитуриентами специальностей (направлений подготовки) РГУПС рекомендациям «Профориентатора»

Проанализировав списки студентов – первокурсников, выяснили, что в среднем количество абитуриентов, прошедших «Профориентатор» и

поступивших в соответствии с рекомендованным факультетом по блокам (интересы, интеллект, личность), составляет от 58%.

Нам хотелось бы подчеркнуть, что формирование способности к профессиональному самоопределению является не отдельно стоящей задачей, а частью всей образовательной деятельности. Результатом профориентационной работы ФГБОУ ВПО РГУПС является:

- сформированное представление абитуриента об университете и его филиалах, осуществляющих образовательную деятельность различного уровня, расположенных в городе Ростове-на-Дону, и других городах, оказываемых ими образовательных услугах, условиях поступления на специальности (направления подготовки) и особенностях обучения;

- представление о процессе профильного обучения, своих правах и обязанностях, связанных с определением индивидуальной образовательной траектории, образовательных учреждениях;

- знания об основных специальностях (направлениях подготовки), реализующихся в университет и тенденциях их развития в области железнодорожного транспорта;

- понимание ситуации на рынке труда и тенденциях развития;

- умение анализировать свои мотивы и причины принятия решений, результаты и последствия своих решений, связанных с выбором и реализацией образовательной траектории.

Психолого-педагогическое сопровождение абитуриентов, на наш взгляд, является эффективными, в первую очередь потому, что оно помогает будущим абитуриентам стать субъектами своего профессионального самоопределения. Использование различных форм в профориентационной работе дает возможность каждому абитуриенту и студенту осознанно и ответственно подойти к выбору своего профессионального пути, обеспечивая тем самым постоянное присутствие профессионального образовательного учреждения в сегменте рынка образовательных услуг.

Список использованной литературы

1. *Кайдашова А.К., Ермакова Ж.А.* (2011). Маркетинговые инструменты регулирования спроса на услуги высшей школы // Вестник ОГУ № 4, 2011. С. 71-75.

2. *Курнешова Л.Е., Романова Е.С.* (2010). Профориентационная работа в образовательном учреждении / М.: Генезис, 2010. С. 99.

3. Официальный сайт Профкарьера.ру. Режим доступа: <http://www.profcareer.ru/center/about.php>.

References

1. Kaidashova A. K., Ermakova J. A. (2011). Marketing tools for demand management services in higher education // Vestnik OSU No. 4, 2011.

2. Kurnosova L. E., Romanova E. S. (2010). Vocational work in an educational institution / M: Genesis, 2010.

3. The official website of Career.ru. Mode of access: <http://www.profcareer.ru/center/about.php>.