

## **Инновации в разработке эффективного рекламного метода для привлечения абитуриентов.**

*Солодовникова Р.Ю., Шульженко Д.С.*

При разработке методического пособия по созданию системы мер адаптации абитуриентов к условиям высшей школы, группой ГПО ИСР-1503 проводился постоянный мониторинг эффективных агитационно-рекламных средств. Наиболее эффективными средствами (по результатам анкетирования, проведенного в весеннем семестре 2015, в котором приняли участие 100 студентов с Гуманитарного факультета ТУСУР) можно назвать рекламу в интернете, информацию, полученную от друзей и знакомых, брошюры, содержащие информацию о факультетах и специальностях.

Группа ГПО ИСР-1503 реализуя свой проект, использует все вышеназванные методы агитационной рекламы. Создаются группы в социальных сетях (Вконтакте, Одноклассники), где публикуется актуальная информация о жизни факультета и университета. Это дает возможность предоставить информацию для большого количества абитуриентов и их родителей, проживающих не только в Томске, но также в других городах и странах СНГ (Приложение А).

Группа ГПО ИСР-1503 регулярно посещает школы города Томска совместно с выпускниками школ, которые являются студентами 1-го и 2-го курсов Гуманитарного факультета ТУСУР. Это позволяет старшеклассникам задать интересующие их актуальные вопросы об университете, факультете, специальности, внеучебной и спортивной деятельности и другом непосредственно самим студентам. А так как последние являются недавними учениками этой школы, информация, которую они предоставляют, легко воспринимается и не подвергается сомнениям, так как полученная информация от знакомых лиц и не имеет форму агрессивной рекламы.

Еще одним методом распространения информации среди абитуриентов, является рекламная брошюра. Данный метод является эффективным, но подход к его реализации строится по однотипной, шаблонной схеме. Она представлена общей информацией, не отвечающей должным образом на запросы родителей и абитуриентов (например, у брошюры Гуманитарного факультета отсутствует информация о преподавательском составе, актуальная информация о стоимости обучения, внеучебной деятельности студентов и пр.).

В 2016 году впервые Гуманитарному факультету не было выделено ни одного бюджетного места, соответственно, набор проводился только на места с оплатой стоимости обучения. Если провести сравнительный анализ 2015 и 2016 годов по количеству поступивших на специальность «Социальная работа», то мы увидим разницу: в 2015 поступило 35 человек (20 – на бюджетные места и 15 – на места с оплатой стоимости обучения), а в 2016 году – только 13 человек. Резкое сокращение числа поступивших стало причиной усиленной агитационной работы по привлечению абитуриентов с использованием самых эффективных методов.

В ходе анкетирования (проведенного в осеннем семестре 2016 года, в котором приняло участие 48 человек, т.е. все первокурсники факультета), группой ГПО ИСР-1503 были выделены наиболее актуальные аспекты, которые интересуют абитуриентов и их родителей. На основе полученных данных была подготовлена рекламно-информационная брошюра о кафедре истории и социальной работы ТУСУР. Данная форма раздаточного материала была выбрана, потому что в сравнении с наружной рекламой (баннеры, плакаты), это менее затратный вариант и одновременно более информационно наполненный. Во время посещения школ возможно распространять данные брошюры среди старшеклассников и их родителей на классных часах и информационных стендах.

Брошюра состоит из нескольких информационных блоков, таких как информация о факультете, информация о кафедре истории и социальной работы, краткий обзор специальности социальная работа, места трудоустройства выпускников бакалавриата данного направления, информация о преподавательском составе, контактная информация

для абитуриентов (адрес, номер телефона, ссылка на официальный сайт, группу Вконтакте). На один из вопросов анкетирования «На что обращали внимание ваши родители при поступлении?» все респонденты ответили, что важным критерием является сильный преподавательский состав, именно поэтому данный пункт был учтен и добавлен в брошюру.

Таким образом, группой ГПО ИСР-1503, был разработан эффективный метод для такой целевой группы как абитуриенты специальности «социальная работа» и их родителей. Брошюра была наполнена всей интересующей и актуальной для них информацией. Данные для рекламно-информационной брошюры были подготовлены на основе анкетных опросов, проведенных группой ГПО ИСР-1504. Создание информационно-рекламной брошюры основывалось на опросах первокурсников и их родителей для того чтобы наиболее полно ответить информационным запросам относительно поступления на гуманитарный факультет ТУСУРа.

Приложение А

(Справочное)

Статистические данные посещаемости группы ВКонтakte «Абитуриент ГФ ТУСУР»

страна	количество
■ Россия	79.87%
■ Украина	11.51%
■ Казахстан	4.50%
■ Кыргызстан	0.34%
■ Турция	0.20%
■ Другие	3.58%

город	количество
■ Томск	50.10%
■ Шымкент	8.15%
■ Москва	6.76%
■ Киев	2.44%
■ Санкт-Петербург	2.44%
■ Другие	30.11%