

ПРИЕМНАЯ КАМПАНИЯ 2002: ХРОНИКА СОБЫТИЙ, ВПЕЧАТЛЕНИЙ, РЕЗУЛЬТАТОВ

Среди государственных вузов Санкт-Петербурга, количество бюджетных мест в которых превышает 1500, первое место по общему конкурсу на одно бюджетное место в 2002 году занял РГПУ им. А.И. Герцена.

По данным Совета по координации приема в государственные вузы Санкт-Петербурга.

“ПРОЛОГ”

Если сложить все летние жаркие месяцы работы приемной комиссии, то получится весьма обширная коллекция профессионального опыта, которая в этом году пополнилась новыми интересными находками и, можно сказать, экспонатами в буквальном смысле, поскольку многие из них переданы в Музей университета и уже успели стать частью нашей истории. Приемная кампания окончена, но она пребывает в актуальном прошлом, что побуждает к конструктивным размышлениям о результатах и о перспективах - уже Приемной кампании 2003.

В последние годы подготовка к Приемной кампании осуществлялась с особой тщательностью, поскольку в целом изменилась ситуация в сфере высшего образования: обострилась конкуренция среди вузов города, возникли новые специальности, и, что особенно важно, появилось более требовательное отношение к вузу со стороны абитуриентов и их родителей по следующим позициям - качество обучения, благоприятная образовательная среда, психологический и эмоциональный комфорт.

Как показывает практика, сегодня основные критерии выбора вуза: статус государственного (как гарант качества образования и диплома), наличие традиций (сложившийся исторический имидж и репутация, проверенная временем), современность (способность давать актуальное образование, основанное на солидной научной школе). Наш вуз соответствует перечисленным критериям, именно поэтому занимает прочные позиции среди вузов-лидеров России и Санкт-Петербурга. Но динамика развития в сфере высшего образования не позволяет останавливаться на достигнутом и ставит перед необходимостью гибкого управления современной концепцией вуза...

СЮЖЕТ ПЕРВЫЙ: “ПОДГОТОВКА”

Организация и осуществление рекламной и информационной поддержки любой Приемной кампании, в том числе и этого года, дело не одного месяца. Это целая серия запланированных мероприятий, куда входят: участие в международных, российских и городских выставках, областных и районных ярмарках, посвященных высшему образованию; организация Дней открытых дверей; информация в СМИ и проведение различных PR-акций (например, «Усыновление пеликанов», см. подробнее в ближайшем номере). Новациями этого года в сфере визуальной рекламы университета стали лайт-боксы в метро (станция «Гостинный двор», реклама на балюстрадах - «канал Грибоедова»). Информационная рекламная продукция пополнилась лифлетами по каждому факультету с исторической, научной и просто необходимой информацией, титульный лист которых украшает университетский пеликан, символизирующий определенный факультет. Также был разработан лифлет с актуальной для абитуриента информацией, своеобразный краткий путеводитель по образовательным возможностям университета. В этом году символ университета - пеликан обрел еще одно свое воплощение в виде мягкой игрушки, доброго и умного пеликанчика-талисмана, который приветствовал абитуриентов при входе в Приемную комиссию и уже сумел заработать симпатии многих герценовцев и гостей. Предназначен он, в первую очередь, для создания теплой атмосферы общения и так необходимого хорошего настроения. Для этой же цели на территории университета были размещены банерные плакаты с добрыми пожеланиями.

СЮЖЕТ ВТОРОЙ: “ПРОЦЕСС”

21 июня университет Герцена распахнул свои двери для абитуриентов 2002 года. Впереди нас ждал месяц напряженной работы, и он должен был пройти так, чтобы у абитуриентов укрепилось желание стать нашими студентами. Для создания психологической и эмоциональной комфортной обстановки была организована информационная служба, в которой работали ребята из Герцен-класса. В их задачи входило: готовность ответить на любой вопрос, помочь, проводить и даже просто

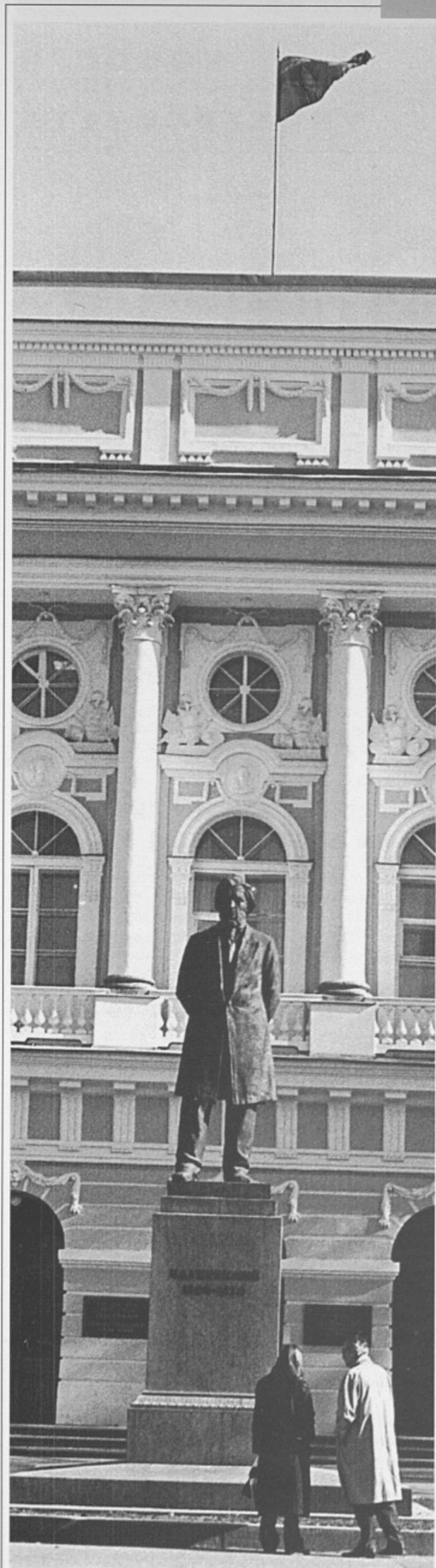


Фото Константина КУЛИКОВА

СЮЖЕТ ЧЕТВЕРТЫЙ: "КУЛЬМИНАЦИЯ"

И вот, пожалуй, самое интересное - результаты Приемной кампании 2002. Отдадим здесь приоритет цифрам, а не словам. И так, «хитовая десятка» направлений и специальностей - лидеров по показателю конкурса на одно бюджетное место.

КОНКУРС 2002 ГОДА (ЧЕЛ/МЕСТО):

Изобразительное искусство** -7,5; Юриспруденция -7,2; Психология (специальность) -6,7; Связи с общественностью -6,6; Психология (направление) -6,6; Педагогика (Псих.-пед.) -6,5; Национальная экономика -6,04; Филологическое образование(англ.яз.) -5,6; Технологическое образование -5,5; Прикладные специальности в области экономики -5,1.

КОНКУРС 2001 ГОДА (ЧЕЛ/МЕСТО):

Изобразительное искусство -4,4; Юриспруденция -7; Связи с общественностью -6,2; Психология (направление) -7,5; Педагогика (Псих.-пед.) -6,7; Национальная экономика -3,8; Филологическое образование(англ.яз.) -4,8; Технологическое образование -5,3; Прикладные специальности в области экономики -5,1.

КОНКУРС 2000 ГОДА (ЧЕЛ/МЕСТО):

Изобразительное искусство -5,6; Юриспруденция -6,4; Связи с общественностью -6,2; Психология (направление) -7,6; Филологическое образование(англ.яз.) -5,6; Технологическое образование -3,3; Прикладные специальности в области экономики -3,8.

Далее рейтинг специальностей и направлений обучения, по показателю увеличения количества поданных в 2002 году заявлений по сравнению с 2001 годом. Что же пользуется наибольшим интеллектуальным спросом в нынешнем году?

КОЛИЧЕСТВО ЗАЯВЛЕНИЙ В 2002 ГОДУ:

Национальная экономика -151; Естественнонаучное образование -228; Прикладные специальности в области экономики -177; Художественное образование (музыка) -158; Филологическое образование (нем.яз.) -105; Социально-экономическое образование -90; Изобразительное искусство -264; Математика -198; Педагогика и методика дошкольного образования (англ.яз.) -82; Физика с углубл. изуч. информатики -126.

КОЛИЧЕСТВО ЗАЯВЛЕНИЙ В 2001 ГОДУ:

Национальная экономика -97; Естественнонаучное образование -155; Прикладные специальности в области экономики -128; Художественное образование (музыка) -122; Филологическое образование (нем.яз.) -84; Социально-экономическое образование -74; Изобразительное искусство -219; Математика -167; Педагогика и методика дошкольного образования (англ.яз.) -69; Физика с углубл. изуч. информатики -108.

ПРИРОСТ В %:

Национальная экономика -56; Естественнонаучное образование -47; Прикладные специальности в области экономики -38; Художественное образование (музыка) -30; Филологическое образование (нем.яз.) -25; Социально-экономическое образование -22; Изобразительное искусство -21; Математика -19; Педагогика и методика дошкольного образования (англ.яз.) -19; Физика с углубл. изуч. информатики -17.

И еще немного лаконичной, но важной информации. Следующая таблица освещает динамику изменения **общего конкурса по факультетам** в 2002 году по сравнению с показателями 2001 и 2000 годов.

КОЛИЧЕСТВО ЧЕЛОВЕК НА МЕСТО В 2002 ГОДУ:

Социальных наук -4,7*; Филологический -3,8; Биологии -3; Коррекционной педагогики -2,5*; Географии -2,8; Изобразительного искусства -5,8; Математики -3,1; Физики -2,3; Химии -2,5; Иностранных языков -4,5; Физической культуры -3,6; Технологии и предпринимательства -3,1; Дошкольного образования -3,1*; Начального образования -3,3; Музыкального образования -3,2; Экономики -5,2; Философии человека -5,1; Институт естествознания -3,3; Безопасности жизнедеятельности -4,4; Психолого-педагогический -5; **Общий** -3,7;

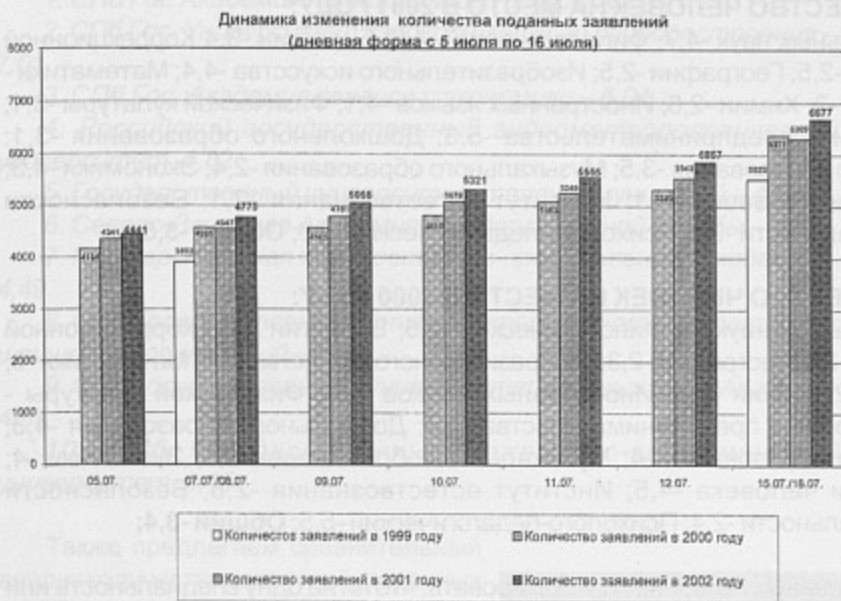


РИСУНОК 1

поболтать по душам с абитуриентами и, что, пожалуй, более важно, с их родителями. Удачным визуальным дополнением к атмосфере Приемной комиссии стала выставка работ изостудии «Палитра» детского дома-школы №46, которой руководит выпускница факультета изобразительного искусства Анастасия Стенина. Выставка стала еще и одним из вариантов ответа на популярный вопрос родителей: где же находят наши выпускники применение своему таланту и профессионализму.

Во время всей Приемной кампании осуществлялись сбор и обработка информации о ходе приема заявлений. Этот процесс на протяжении последних лет хорошо отработан – приемная комиссия факультета – приемная комиссия университета – информационно-аналитический центр - отдел маркетинга. И здесь эмоциональная составляющая уступает место цифрам и фактам. Сейчас мы можем констатировать, что количество поданных заявлений стабильно возрастало не только день ото дня, но и относительно прошлых лет. Динамика изменения количества заявлений на дневную форму обучения на 16 июля (последний день приема документов) такова: 1999 год – 5523, 2000 год – 6371, 2001 – 6309, 2002 – 6677(*). Следующая графическая информация свидетельствует о стабильном интересе к получению высшего образования не только по дневной форме обучения (см. рис. 1), но и по заочной (см.рис.2), что говорит о том, что высшее образование стало осознанным выбором взрослых людей.



РИСУНОК 2

СЮЖЕТ ТРЕТИЙ: "ПОРТРЕТ"

Время работы приемной комиссии - это время прямого открытого диалога с нашими потенциальными студентами, которое позволяет нам нарисовать не только социальный портрет (возраст, процентное соотношение мужчин и женщин, уровень дохода, готовность оплачивать обучение, социальную принадлежность родителей), но и психологический, мировоззренческий портрет будущего герценовца. Проведенное анкетирование абитуриентов позволило собрать и проанализировать богатый интересный материал, который поможет ответить на многие актуальные вопросы и будет способствовать коррекции стратегии развития университета. (Подробный материал, посвященный этому сюжету, читайте в следующем номере).



КОЛИЧЕСТВО ЧЕЛОВЕК НА МЕСТО В 2001 ГОДУ:

Социальных наук -4,7; Филологический -4,6; Биологии -3,4; Коррекционной педагогики -2,5; Географии -2,5; Изобразительного искусства -4,4; Математики -2,8; Физики -2; Химии -2,6; Иностранных языков -4,1; Физической культуры -3,1; Технологии и предпринимательства -5,3; Дошкольного образования -3,1; Начального образования -3,5; Музыкального образования -2,4; Экономики -4,3; Философии человека -5,1; Институт естествознания -2,1; Безопасности жизнедеятельности -3,5; Психолого-педагогический -5,8; **Общий -3,5;**

КОЛИЧЕСТВО ЧЕЛОВЕК НА МЕСТО В 2000 ГОДУ:

Социальных наук -4; Филологический -3,5; Биологии -3,4; Коррекционной педагогики -2,4; Географии -2,3; Изобразительного искусства -5,6; Математики -3; Физики -2,2; Химии -2,7; Иностранных языков -4,6; Физической культуры -3,4; Технологии и предпринимательства -2,5; Дошкольного образования -4,3; Начального образования -4; Музыкального образования -2,5; Экономики -4; Философии человека -4,5; Институт естествознания -2,6; Безопасности жизнедеятельности -2,4; Психолого-педагогический -5,5; **Общий -3,4;**

Анализ данных позволяет констатировать, что ни на одну специальность или направление в 2002 году в РГПУ им. А.И. Герцена не зафиксирован конкурс, равный количеству бюджетных мест или меньше (тенденция сохраняется на протяжении последних трех лет), что характеризует вполне благоприятное и устойчивое положение нашего университета (тем более, что в целом он является гуманитарным) среди ведущих государственных вузов Санкт-Петербурга.

* В 2002 году на некоторых факультетах произошло изменение количества бюджетных мест по сравнению с 2001 годом, что отражается на показателе конкурса на одно бюджетное место.

** Отдел маркетинга выражает благодарность за проявленный интерес, готовность к сотрудничеству, партнерское взаимопонимание руководству и всему факультету изобразительного искусства и поздравляет с лидерством во внутриуниверситетском рейтинге факультетов по показателю конкурса.

СЮЖЕТ ПЯТЫЙ: "КОНТЕКСТ"

Объективности ради рассмотрим контекст, проанализируем ситуацию по итогам приемных кампаний вузов Санкт-Петербурга. Приводим некоторые результаты анализа данных, предоставленных Советом по координации приема в государственные вузы Санкт-Петербурга.

В 2002 году количество поданных заявлений (на конкурсной основе) в государственные вузы (46 вузов) составило 95081, что на 7% больше того же показателя 2001 года (88 827) и на 11% больше показателя 2000 года (85 540 заявлений).

Значительное увеличение (30% - 55%) числа поданных заявлений по сравнению с 2001 годом отмечен в таких вузах, как:

- СПб ФГУ высшая школа экономики - 97% (в 2001 году в группе "значительного сокращения" 18%),
- СПб Гос. Университет технологии и дизайна - 54% (в 2001 году в группе "значительного сокращения" 16%),
- СПб Гос. Университет водных коммуникаций - 41% (12% в 2001),
- СПб Университет аэрокосмического приборостроения - 33% (25% в 2001),
- Ленинградский Государственный областной университет - 33% (в 2001 году в группе "значительного сокращения" 32%),
- СПб Государственный Горный Институт им. Г.В. Плеханова - 30% (36% в 2001).

Значительное сокращение (15% - 40%) числа поданных заявлений по сравнению с 2001 годом отмечено в:

- СПб Гос. Институте машиностроения - 22% (в 2001 году прирост составлял 12%),
- Государственной Морской Академии им. Макарова - 20% (в 2001 году в группе "наибольшего прироста" 53%).

Конкурс на место

В текущем году конкурс на одно бюджетное место увеличился по сравнению с 2001 г. в 26 государственных вузах Санкт-Петербурга (56%).

Самый высокий конкурс среди вузов, где план приема выше 1500 человек, отмечен в РГПУ им. А.И. Герцена (3,7), на втором месте СПбГУ (3,09), на третьем - СПбГЭТУ (2,94).

Первая десятка государственных вузов в рейтинге, составленном по показателю конкурса на одно бюджетное место (с планом приема до 1000 человек), выглядит следующим образом:

1. СПб Гос. Академия театрального искусства – 17,2
2. СПб Гос. Университет аэрокосмического приборостроения – 7,01
3. СПб Гос. Академия сервиса и экономики – 6,01
4. Российский государственный гидрометеорологический университет – 4,82
5. Государственный университет телекоммуникаций – 4,81
6. Северо-Западная Академия государственной службы – 4,71
7. Государственная художественно-промышленная академия – 4,49
8. СПб Государственный университет низкотемпературных и пищевых технологий – 4,43
9. СПб Государственный университет водных коммуникаций – 4,37
10. СПб Государственный инженерно-экономический университет – 4,15

Также предлагаем сравнительный анализ количества заявлений, поданных в РГПУ им. А.И. Герцена и другие вузы Санкт-Петербурга, жителями Ленинградской области и жителями других регионов для оценки современных позиций университета в плане реализации региональной политики привлечения абитуриентов.

В группу явных лидеров (привлечение свыше 50% иногородних абитуриентов) вошли:

- Гос. Морская Академия им. адмирала С.О. Макарова -73%,
- Гос. технический университет растительных полимеров -61%,
- Гос. химико-фармацевтическая академия -57%,

(Причем эти вузы сохраняют позиции лидерства на протяжении последних трех лет).

- В 2002 году в группу лидеров вошли:**
- СПб Гос. университет экономики и финансов -58%,
 - Петербургский Университет путей сообщения -55%.

Университет Герцена в 2002 году вошел в группу успешного привлечения иногородних абитуриентов, увеличив их количество на 27% по сравнению с 2001 годом и на 22% по сравнению с 2000 годом.

Практически для всех вузов группы успешного привлечения иногородних характерно увеличение процента иногородних абитуриентов в нынешнем году по сравнению с двумя предыдущими. Следовательно, можно сделать вывод о том, что такие показатели не являются стихийными, а отражают целенаправленную работу вузов в области реализации региональной политики и свидетельствуют о необходимости дальнейшей планомерной работы в этом направлении.

СЮЖЕТ ШЕСТОЙ: «РЕЗЮМЕ»

В 2002 году в Санкт-Петербурге сохраняется тенденция роста количества желающих получить высшее профессиональное образование в государственной школе. С 1999 года общее количество поданных заявлений в гос. вузы Санкт-Петербурга увеличивается в среднем на 9% (в 2000 году на 16%, в 2001 году на 4%, в 2002 году на 7%).

В 2002 году продолжает сохраняться тенденция стабилизации потребительского интереса к вузам, специализирующимся в области управления, экономики и финансов.

В 2002 году отмечена тенденция падения интереса к медицинским вузам. Практически все мед. вузы попали в группу сокращения количества поданных заявлений.

РГПУ им. А.И. Герцена сохранил стабильную позицию по количеству желающих поступить в наш вуз по сравнению с 2001 годом (прирост составил примерно 4%). А по сравнению с 1999 годом количество поданных в наш университет заявлений увеличилось

примерно на 21%.

Деятельность вуза по расширению спектра направлений и специальностей можно считать эффективной. На открытые за последние годы новые специальности наблюдается стабильно высокий конкурс.

Анализ данных, предоставленных Советом по координации приема в высшие учебные заведения Санкт-Петербурга и всесторонний анализ Приемной кампании 2002 года нашего университета, позволяет сделать вывод, что в 2002 году РГПУ им. А.И. Герцена сохранил стабильные устойчивые конкурентные позиции на рынке высшего профессионального образования Санкт-Петербурга.***

В завершение немного конструктивных размышлений, чего же не хватает нашему университету для того, чтобы не ослаблять свои позиции в группе вузов-лидеров: качественно организованного информационного пространства, а конкретнее, многоканальных

телефонов Приемной комиссии, по которым можно дозвониться и получить вежливый компетентный ответ; университетского сайта, сделанного профессионально, с интеллектуальным вкусом и информационной культурой, стильного и удобного в обращении; университетского радио, пусть даже сделанного по принципу элементарной системы громкой связи, но которое обеспечило бы поступление необходимой информации в нужное время и в нужном месте, и эмоционально оживило бы университетское пространство в целом.

Если вы еще не знаете слогана нынешней рекламной кампании и основную идею всех прошлых и будущих, то читайте:

«Со ВСЕх сторон СОВЕТУЮТ...

ты поступай, как знаешь!

ПОСТУПАЙ В ГЕРЦЕНА!!!»

(Автор слогана Л.В. Даниленко)

Елена КАВЕРИНА

Юлия ЧУЛКОВА

специалисты отдела маркетинга

*** С результатами маркетингового анализа приемной кампании 2002 года можно ознакомиться в отделе маркетинга университета

На странице 7: студенты Герцен-класса в дни Приемной кампании. Наталья Капковская (5 курс факультета филологии), Наталья Белякова (5 курс факультета социальных наук).

Фото Н.Беляковой

