

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішенням Вченої ради

Маріупольського державного університету

(протокол № 6 від 25.11.2020р.),

введено в дію наказом від 30.11.2020р. № 304

Стратегія залучення абітурієнтів на 2021-2023 р.р.



Маріуполь, 2020

Стратегічна ціль: формування вмотивованого контингенту здобувачів вищої освіти МДУ.

Конкретизовані цілі:

1. Вдосконалення системи профорієнтаційної роботи;
2. Впровадження нових напрямів залучення вступників до навчання;
3. Залучення вступників з лінії зіткнення та тимчасово окупованих територій;
4. Розширення спектру послуг доуніверситетської освіти.
5. Розвиток співпраці з благодійними організаціями для забезпечення цільової благодійної допомоги здобувачам вищої освіти соціально незахищених категорій.

Поточні завдання:

- індивідуалізація профорієнтаційної роботи;
- розвиток стратегічного партнерства МДУ з закладами загальної середньої освіти, фахової передвищої освіти;
- популяризація освітніх програм університету;
- популяризація роботи освітніх центрів «Донбас-Україна», «Крим-Україна» МДУ;
- вдосконалення системи доуніверситетської підготовки.

Відповідальні за заходи, на основі яких будуть досягатися стратегічні цілі та виконуватися поточні завдання:

Адміністрація Університету:

- збільшення частки витрат на рекламно-інформаційну діяльність;
- застосування фандрайзингу з метою фінансування значущих загально-університетських проектів.

Приймальна комісія:

- створення банку інформації про потенційних абітурієнтів;
- організація та координація співпраці з департаментом освіти і науки міста;

- проведення комунікативних заходів (Дня відкритих дверей МДУ, факультетів, конференцій, семінарів, майстер-класів для учнів та вчителів шкіл, презентацій, виставок, літніх тематичних практик);
- створення сторінки «Вступник МДУ» у соціальних мережах (зокрема Facebook, Instagram);
- щорічне розміщення оновлених інформаційних та рекламних матеріалів щодо особливостей роботи освітніх центрів «Донбас-Україна», «Крим-Україна» МДУ на контрольно-пропускних пунктах та на сторінці у соціальній мережі Facebook;
- організація комунікації, в т.ч. дистанційної, з закладами загальної середньої освіти, зокрема на лінії зіткнення;
- залучення громадських організацій для цільової благодійної допомоги здобувачів вищої освіти соціально незахищених категорій, що підтверджуватиме стійку репутацію МДУ як соціально дбайливого ЗВО.

Відділ міжнародних зв'язків:

- розвиток повної англійської версії сайту Університету;
- створення на офіційному сайті вкладок-візитівок іншими іноземними мовами;
- створення та розповсюдження рекламної продукції Університету іноземними мовами.

Відділ інформації та зв'язків з громадськістю:

- розробка макету Університету для зовнішньої реклами (білборди, сітілайти тощо);
- створення відеозапрошень на навчання на спеціальності Університету;
- залучення студентів, що вступили через освітні центри «Донбас-Україна», «Крим-Україна» МДУ до інформаційної кампанії серед потенційних вступників;
- створення відеозвернень випускників МДУ, які здобули певних досягнень в отриманій професії;

- створення рекламних матеріалів за участю першокурсників щодо свідомого вибору МДУ для здобуття вищої освіти;

Центр довузівської підготовки та роботи з іноземними студентами:

- висвітлення освітнього процесу курсів довузівської підготовки на сайті Університету та сторінці у FB;
- презентація результатів конкурентноздатності випускників курсів при вступі до Університету;
- посилення реклами Підготовчого відділення серед іноземних громадян;
- організація курсів з підготовки до ДПА та ЗНО, починаючи з 7-8-х класів, в т.ч. і за індивідуальною освітньою траєкторією.

Кафедри Університету:

- створення сторінок кафедр Університету в соціальних мережах Instagram та FB;
- створення Асоціації випускників спеціальностей Університету;
- організація серії майстер-класів для абітурієнтів за спеціальностями університету «Майбутня професія».

Навчальна Лабораторія з організації практики та працевлаштування випускників:

- збільшення кількості учасників Профорієнтаційної практики на базі університету серед учнів 8-10 класів.

Індикатори та показники, на основі яких можна перевірити виконання стратегічних цілей:

- показники кількості абітурієнтів, в т.ч. вступників освітніх центрів «Донбас-Україна», «Крим-Україна» МДУ;
- показники кількості слухачів підготовчих курсів, показники контингенту здобувачів вищої освіти МДУ;
- показники кількості відвідувачів комунікативних заходів: Дня відкритих дверей МДУ, факультетів, конференцій, семінарів, майстер-класів для учнів та вчителів шкіл, презентацій, виставок, літніх тематичних практик;

- показники кількості сторінок у соціальних мережах (зокрема Facebook, Instagram, TikTok);
- показники кількості отримувачів благодійної допомоги від громадських організації;
- показники кількості учасників Профорієнтаційної практики на базі університету.

**Відповідальний секретар
приймальної комісії**

Ю.О. Демидова