

**Основные направления развития коммуникационно-агитационной работы
среднего-специального учебного учреждения КТиХО (г. Тольятти)**

Научный руководитель – Раскатова Елена Робертовна

Зидыганова Елизавета Аркадьевна

Студент (магистр)

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,
Кафедра «Журналистика», Тольятти, Россия
E-mail: marfizkaliza@gmail.com

Современное российское общество обусловлено большим спросом на образовательные услуги. Более доступными из которых являются среднее-специальные учебные заведения, которые за более короткий срок обучают востребованным специальностям. Ситуация в мире на данный момент такова, что с каждым днем их все больше и больше. В связи с этим растет конкуренция между образовательными учреждениями и необходимость в «борьбе» за каждого абитуриента. На усиление конкуренции в сфере образования повлиял ряд факторов[1]:

1. Появление большого количества коммерческих вузов и их филиалов, которые стремятся привлечь студентов на самые востребованные в обществе специальности.
2. Введение единого государственного экзамена привело к тому, что абитуриенты могут, не сдавая дополнительных экзаменов (кроме творческих специальностей), подать свои документы в любое образовательное учреждение.
3. Серьезный демографический спад, в результате которого количество первокурсников в вузах год от года сокращается.

Все эти причины приводят к тому, что образовательные организации вынуждены активнее использовать различные коммуникационно-агитационные средства работы, чтобы об их образовательных услугах узнало как можно больше представителей целевой аудитории (абитуриентов и их родителей).

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Самарской области «Колледж технического и художественного образования» в сокращении ГА-ПОУ КТиХО, предоставляет такие направления подготовки как: народное художественное творчество, декоративно-прикладное искусство и народные промыслы, сварочное производство, дизайн, строительство и эксплуатация зданий и сооружений, техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта, механизация сельского хозяйства, мастер отделочных строительных и декоративных работ, графический дизайн. Данные специальности являются бюджетными, количество бюджетных мест варьируется от 10 до 50.

В качестве развития коммуникационно-агитационной работы КТиХО использует:

1. Выставки, день открытых дверей, посещение школ.

Отличная возможность продемонстрировать самые лучшие стороны учебного заведения. Красивые плакаты, демонстрационные стенды, видео с красочными моментами из учебной жизни, студенты и преподаватели, которые ответят на всевозможные интересующие вопросы. Такие мероприятия учреждение проводит обычно два раза в год (ноябрь, март).

2. СМИ (газеты, медиа-холдинг, реклама);

То, что можно распространять повсеместно. У колледжа есть своя собственная газета «Ровесник». Тираж 100 экземпляров. Выпуски распространяются по школам. Газета содержит в себе информацию о учебной и внеучебной жизни колледжа. Частые колонки: события техникума, спортивные мероприятия, будни КТиХО, комикс про студентов. Выходит раз в месяц.

3. Социальные сети.

У образовательной организации есть своя страница в контакте. Группа посвящена всевозможным конкурсам, мероприятиям и событиям, которые произошли или произойдут в колледже. Содержит в себе фотографии с мероприятий и видеозаписи. Группа открытая, вступить туда может любой человек. Участников сообщества составляет 1945 человек, средний возраст контингента 16-25 лет. В группе можно оставить отзывы или задать интересующие вопросы.

Таким образом, можно сделать вывод, что коммуникационно-агитационная работа колледжа больше направлена на внешнюю среду. Однако немаловажным является проведение коммуникационной политики внутри учебного заведения. Колледж технического и художественного образования нуждается в реорганизации внутренней коммуникационной работы, привлечении студентов к участию и совместной разработки.

Источники и литература

- 1) Гребенникова, И. Ю. Продвижение колледжа на рынке образовательных услуг среднего профессионального образования / И. Ю. Гребенникова. Текст : непосредственный // Таврический научный обозреватель. 2016. - № 6 (11). С. 1-5.