

Сердюк Александра Валерьевна

Реклама и связи с общественностью

бакалавр. направление: «Современные коммуникации и реклама»

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования «Российский государственный
гуманитарный университет», РФ, г. Москва

ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ФАКУЛЬТЕТА МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ РГГУ: ОПЫТ, ДИАЛОГ, РЕЗУЛЬТАТ

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу и итогам проведения двухдневного профориентационного проекта для школьников, реализованного в январе 2026 года в инновационном пространстве «Кванториум» и посвящённого Факультету маркетинга и рекламы Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ). В работе рассматриваются цели и задачи мероприятия, структура презентаций, особенности взаимодействия с аудиторией (10-е и 11-е классы), а также ключевые результаты — формирование имиджа факультета, повышение информированности абитуриентов и установление доверительного контакта. Подчёркивается эффективность дифференцированного подхода и личного общения студентов с потенциальными абитуриентами как инструмента продвижения вуза.

Ключевые слова: профориентация, РГГУ, факультет маркетинга и рекламы, абитуриенты, презентация, образовательные программы, поступление, карьерные перспективы, имидж университета, школьное образование, мотивация, коммуникация.

«Сегодня профориентационная деятельность вузов является важнейшей составляющей их повседневной жизни. Высшая школа... использует многочисленные формы работы со школьниками: очные лекции, научные семинары, мастер-классы... количество вузов, анонсирующих такие мероприятия, увеличилось вдвое»¹. На Факультете маркетинга и рекламы РГГУ этот принцип реализуется через профориентационные проекты, практики, менторство и раннее погружение студентов в профессиональную среду, что помогает осмысленно выбрать направление в сфере маркетинга и рекламы. «Для конкретного выбора профессии необходим широкий кругозор, позволяющий осознанно сопоставить свои личностные качества, ценности и мотивацию с реальными возможностями различных сфер деятельности»².

В январе 2026 года в инновационном пространстве «Кванториум» был реализован двухдневный профориентационный проект, посвящённый Факультету маркетинга и рекламы Российского государственного гуманитарного университета. проведение профориентационного мероприятия, направленного на презентацию моего факультета — Факультета маркетинга и рекламы Российского государственного гуманитарного университета.

Основной задачей было не просто проинформировать школьников о существовании направления, а создать целостный, привлекательный и мотивирующий образ современного, практико-ориентированного образования. Мы ставили перед собой цель: показать спектр актуальных профессий в сфере коммуникаций, маркетинга и брендинга.

В начале встречи было представление руководства факультета, подчеркнут авторитет в профессиональном сообществе и научные достижения, что задало высокую планку восприятия уровня образования.

¹ Илюхина Н.А. Профориентационная работа вузов со школьниками: новые возможности традиционных форм. *Вестник РГГУ Серия «Философия. Социология. Искусствоведение»*. 2016;(4):83-88.

² Васильченко М. Современная профориентация: как искать дело жизни. – Екатеринбург: Издательские решения, 2020. – 144 с.

Я акцентировала внимание на синергии фундаментальной науки и практики, показав слайды как с профессорами-теоретиками, так и с преподавателями-практиками из ведущих рекламных агентств (PHD, Media Instinct, Fields4e). Это стало ключевым аргументом в пользу прикладного характера обучения.

Мною были детально представлены образовательные программы бакалавриата (42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»). Специальность 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в Российском государственном гуманитарном университете ориентирована на подготовку специалистов в сфере рекламы, маркетинга, связей с общественностью и коммуникаций и 38.03.02 «Менеджмент» готовит специалистов для управленческой деятельности в коммерческих и государственных организациях, а также для работы предпринимателями, реализующими собственные бизнес-проекты. Я наглядно, ссылаясь на слайды, показала, чему научатся студенты (от разработки бренда «под ключ» до SMM-таргетинга и маркетинговых стратегий). Кем они смогут стать (бренд-менеджер, арт-директор, стратег, контент-менеджер, интернет-маркетолог и др.). Кто их будет учить (представив руководителей программ). «Подготовка, которую даёт наш университет... оправдана. Выпускники получают хорошую работу, и они реально себя показывают в жизни».

Внеучебной деятельности был посвящен отдельный блок, с представлением базы практик, форумов, научных конференций, культурных и спортивных мероприятий [5].

Мною максимально четко была представлена информация о вступительных испытаниях, минимальных баллах, количестве бюджетных и договорных мест на разные формы обучения, а также о стоимости. Это перевело разговор из плоскости мечтаний в плоскость конкретного планирования [4].

Завершила блок примерами карьерного роста наших выпускников, которые сейчас работают в крупных компаниях и агентствах, что стало убедительным доказательством эффективности обучения.

Аудитория 10-классников проявила вдумчивый и заинтересованный подход. Наибольший отклик вызвали слайды, демонстрирующие связь с индустрией (преподаватели-практики, партнеры для практик) и конкретные навыки, которые можно приобрести (например, разработка фирменного стиля или запуск цифровой рекламной кампании). Аудитория получила не абстрактные, а конкретные ориентиры для построения образовательной стратегии на ближайший год. Установлен позитивный и доверительный контакт с потенциальными абитуриентами, которые увидели в лице выступающего (меня) не просто представителя вуза, а увлеченного студента, искренне любящего свое дело и альма-матер.

Второй блок был представлен как «Дорожная карта абитуриента-2026». На слайдах с подробными таблицами (вступительные испытания, минимальные баллы, количество бюджетных/договорных мест по всем формам обучения, стоимость) остановились максимально детально. Мы вместе с ребятами анализировали стратегию выбора ЕГЭ. Обсуждали почему для «Рекламы» можно выбрать историю, иностранный или информатику, и как это влияет на подготовку, обсудили возможность совмещения учебы на договорной основе с проектной работой.

Если в первый день была успешно заложена мотивационная основа и сформирован образ притягательного, современного факультета у десятиклассников, то второй день стал стратегической сессией для одиннадцатиклассников, переводя их интерес в практическую плоскость конкретных шагов к поступлению.

Таким образом цель практики — представление преимуществ РГГУ, популяризация моего факультета и привлечение мотивированных абитуриентов — были достигнуты в полном объеме. Работа в «Кванториуме» доказала эффективность личного, живого контакта студента-представителя

вуза с будущими абитуриентами, что является неоценимым вкладом в формирование имиджа университета. Мероприятие было нацелено на профессионально ориентированное просвещение, детальную презентацию факультета, создание эмоциональной связи с аудиторией и предоставление исчерпывающей информации о поступлении и перспективах.

Список источников и литературы

1. Азоев Г. Л., Алешникова М. В., Токарев М. В. Маркетинг. Освоение профессии: учебник для вузов. – М., 2023.
2. Васильченко М. Современная профориентация: как искать дело жизни. – Екатеринбург: Издательские решения, 2020. – 144 с.
3. Илюхина Н.А. Профориентационная работа вузов со школьниками: новые возможности традиционных форм. *Вестник РГГУ Серия «Философия. Социология. Искусствоведение»*. 2016;(4):83-88.
4. Поступающим — приемная кампания 2026 // Российский государственный гуманитарный университет: [сайт]. — URL: <https://www.rsuh.ru/> (дата обращения: 22.03.2026).
5. Управление профориентационной работы и организации приема в РГГУ // ВКонтакте: [социальная сеть]. — URL: <https://vk.com/feed> (дата обращения: 22.03.2026).
6. Факультет маркетинга и рекламы РГГУ // Российский государственный гуманитарный университет: — URL: <https://www.rsuh.ru/education/frso/> (дата обращения: 22.03.2026).
7. Официальный канал Российского государственного гуманитарного университета // Telegram: — URL: https://t.me/rggu_official (дата обращения: 22.03.2026).
8. Официальный профиль Российского государственного гуманитарного университета // Одноклассники: [социальная сеть]. — URL: <https://m.ok.ru/group/63149798391992> (дата обращения: 22.03.2026).

