

# ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРИЁМНОЙ КАМПАНИИ 2024 НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА МАТЕРИАЛОВ КОНФЕРЕНЦИИ: ВСЕРОССИЙСКИЙ КРУГЛЫЙ СТОЛ «ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРИЁМНОЙ КАМПАНИИ 2024»

*Савин И.К. студент группы СГНЗ-13Б  
Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана*

*Научный руководитель: Гришнова Е.Е., доктор политических наук,  
профессор кафедры «Информационная аналитика и политические технологии»  
grishnova@bmstu.ru*

**Аннотация:** В связи со стремительным развитием информационных технологий, процесс цифровизации затронул все сферы общественной жизни, в том числе образование и высшие учебные заведения (ВУЗ). В этой статье анализируется влияние цифровизации на приёмную кампанию вузов в 2024 году, систему подачи документов и отношение абитуриентов. Актуальность исследования обусловлена необходимостью глубокого понимания механизмов цифровизации и ее роль в сфере образования. Объектом исследования выступает процесс цифровизации, а предметом – её влияние на приёмную кампанию вузов РФ 2024 года.

**Ключевые слова:** цифровизация, информатизация, высшее учебное заведение, приемная кампания, абитуриент, ЕПГУ, суперсервис, поступление онлайн.

В условиях стремительной глобальной информатизации социального пространства появляются новые требования и тенденции. Всё большее количество организаций переходят к применению новых информационных технологий, в новую цифровую среду. Актуальность данной статьи обусловлена растущей ролью процессов цифровизации и необходимостью их анализа. В условиях, когда информатизация затронула все сферы нашей жизни, важно понимать, как на практике происходит процесс применения новых информационных технологий для обеспечения информационных потребностей современного общества.

Цифровизация приемной кампании становится важным шагом в направлении модернизации системы образования в России, отражающей современные тенденции в информатизации социального пространства, что обеспечит более высокий уровень конкуренции среди учебных заведений и улучшение качества образования в целом. В этой статье будут рассмотрены основные аспекты цифровизации приемной кампании в российских вузах, ее задачи, тенденции, а также прогнозируемые и реальные эффекты от внедрения цифровых решений на примере суперсервиса «Поступление в ВУЗ онлайн».

Цифровизация (цифровое развитие) – процесс организации выполнения в цифровой среде функций и деятельности (бизнес-процессов),

ранее выполнявшихся людьми и организациями без использования цифровых продуктов. Цифровизация предполагает внедрение в каждый отдельный аспект деятельности информационных технологий [1]. Цифровизация приемной кампании представляет собой переход от традиционных методов подачи документов, их проверки и обработки в вузах к более современным, автоматизированным процессам с использованием цифровых платформ и технологий. Важно отметить, что цифровизация должна учитывать потребности всех участников процесса: абитуриентов, преподавателей, административного аппарата и других заинтересованных сторон.

### **Основные задачи цифровизации приёмной кампании**

На основе изучения материалов Всероссийского круглого стола [2], можно сказать, что цифровизация приемной кампании – это комплексный процесс, основными задачами которого являются:

1. Автоматизация процесса подачи документов: создание онлайн-форм для заполнения, интеграция с государственными порталами и образовательными платформами.

2. Онлайн-регистрация на вступительные испытания: возможность зарегистрироваться на экзамены и другие испытания дистанционно, без посещения вуза.

3. Использование электронных портфолио: абитуриенты могут представить свои достижения, сертификаты и результаты экзаменов в электронном виде, что облегчает процесс оценки их академической успеваемости.

4. Виртуальные консультации и помощь: предоставление онлайн-поддержки для абитуриентов и их родителей, включая информацию о поступлении, требованиях к документам и процессе зачисления.

5. Анализ данных и прогнозирование: использование больших данных и машинного обучения для анализа тенденций и прогнозирования спроса на образовательные программы, что помогает вузам адаптировать свои стратегии приёма.

6. Улучшение взаимодействия с абитуриентами: активное использование социальных сетей, мессенджеров и электронной почты для общения с абитуриентами и предоставления актуальной информации о поступлении.

7. Развитие электронных ресурсов и платформ: создание удобных и информативных сайтов и приложений для абитуриентов, которые содержат всю необходимую информацию о поступлении, правилах приёма и возможностях обучения.

8. Внедрение электронных систем управления учебным процессом: автоматизация процессов зачисления, распределения студентов по

группам, составления расписания занятий и других аспектов управления учебным процессом.

9. Обеспечение безопасности и защиты данных: применение современных методов шифрования и аутентификации для защиты персональных данных абитуриентов и сотрудников приёмных комиссий.

### **Основные тенденции цифровизации приемной кампании**

Цифровизация приемных компаний в российских вузах характеризуется рядом важных тенденций, которые обусловлены развитием технологий и изменением общественных ожиданий от системы образования. При анализе докладов участников Всероссийского круглого стола [2], можно сформировать следующие тенденции цифровизации приемной кампании:

1. Использование суперсервисов (комплексов государственных услуг, сгруппированных по типичным жизненным ситуациям, чтобы людям удобнее было ими пользоваться [8]) и единых цифровых платформ. Одной из главных тенденций является создание суперсервисов, таких как «Поступление в ВУЗ онлайн», которые предоставляют абитуриентам возможность пройти весь путь поступления через одну онлайн-платформу. Эти сервисы включают в себя подачу заявлений, выбор вузов и программ обучения, запись на вступительные экзамены и многие другие функции.

2. Развитие системы онлайн-экзаменов и собеседований. Важным шагом в цифровизации является внедрение систем для дистанционного сдачи экзаменов и прохождения собеседований. С помощью таких технологий абитуриенты могут проходить вступительные испытания, не выходя из дома, что особенно актуально для студентов из удаленных регионов.

3. Интеграция с государственными информационными системами. Современные системы цифровизации позволяют интегрировать приемные кампании вузов с государственными сервисами, такими как «Госуслуги», что способствует автоматическому обмену данными и упрощает процесс подачи документов, регистрации и получения результатов.

4. Использование искусственного интеллекта и аналитики данных. В некоторых вузах начали использовать искусственный интеллект для обработки заявлений и рекомендаций по выбору образовательных программ. Это помогает абитуриентам на основе их интересов и предыдущих достижений выбрать оптимальные направления обучения.

5. Персонализированные образовательные предложения. В рамках цифровизации появляются новые подходы к подбору образовательных программ, которые ориентируются на индивидуальные предпочте-

ния абитуриентов. На основе данных о предшествующем образовании и интересах, абитуриентам предлагаются курсы и программы, соответствующие их целям.

### Прогнозы и реальные значения 2024 года

Цифровизация приёмной кампании способствует повышению доступности и удобства процесса поступления, а также улучшению качества предоставляемых образовательных услуг. Передовые вузы страны давно начали задумываться о переходе большинства процессов в электронный формат. Например, в Московском государственном техническом университете им. Н.Э. Баумана в 2005 году началась разработка проекта «Электронный университет», а уже в сентябре 2009 года он был запущен [4]. А совсем недавно с появлением вируса COVID-19 в 2019 году резко встал вопрос цифровизации во всех вузах. Так в 2020 году с началом пандемии в России появилась необходимость изменения процесса приёма абитуриентов. Вузы в срочном порядке начали разрабатывать электронные сервисы для выполнения этой задачи. Примером решения этой проблемы служит государственный проект – суперсервис «Поступление в вуз онлайн», которым по отчёту Минобрнауки в 2020 году воспользовались около 20 тысяч абитуриентов [3]. Данный проект продолжил своё развитие. В 2024 все государственные вузы страны были подключены к суперсервису, и абитуриент мог подать своё заявление в любой из них. В качестве примера успешного процесса цифровизации приёмной кампании можно привести сравнение количества абитуриентов, которые использовали суперсервис «Поступление в вуз онлайн» для подачи заявлений в вуз [6] [7].



*Рис. 1. Диаграмма количества абитуриентов использовавших суперсервис при поступлении*

Данная диаграмма иллюстрирует, что в приемной кампании 2023/2024 года процент заявлений, поданных через суперсервис «Поступление в вуз онлайн» увеличился с 35 до 44.

Таким образом, цифровизация приемной кампании в высших учебных заведениях России представляет собой важный этап в развитии образовательной системы в условиях информатизации социального пространства. Она позволяет ускорить и упростить процесс поступления, улучшить доступность и прозрачность для абитуриентов и снизить административную нагрузку на университеты. Внедрение таких суперсервисов, как «Поступление в ВУЗ онлайн», уже приносит реальные результаты и открывает новые возможности для повышения качества приема в образовательные учреждения.

#### **Литература и источники:**

1. Приказ Минкомсвязи России от 01.08.2018 № 428 «Об утверждении Разъяснений (методических рекомендаций) по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».

2. Цифровизация приёмной кампании 2024. Автоматизация управления учебным процессом вуза и колледжа с учетом изменений законодательства РФ [Электронный ресурс] // СпбГУТ [сайт] URL: <https://www.sut.ru/university/structure/podrazdeleniya-prorektora-po-cifrovoy-transformacii/meropriyatiya/cifrovizaciya-priemnoy-kampanii-2024?ysclid=m3nvs5ht6r577815> (дата обращения 24.11.2024).

3. Более 70 тысяч заявлений абитуриенты направили в университеты с помощью суперсервиса «Поступление в вуз онлайн» [Электронный ресурс] // Минобрнауки [сайт] URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/25245/> (дата обращения 24.11.2024).

4. Презентация системы «Электронный университет» [Электронный ресурс] // Электронный университет [сайт] URL: <http://eun.bmstu.ru/news/2009/09/15/2/> (дата обращения 24.11.2024).

5. Вице-премьер Дмитрий Чернышенко подвел итоги приемной кампании в вузы и доложил о старте нового учебного года [Электронный ресурс] // Правительство России [официальный телеграммканал] URL: [https://t.me/government\\_rus/8725](https://t.me/government_rus/8725) (дата обращения 24.11.2024).

6. Валерий Фальков доложил Президенту Владимиру Путину об итогах приемной кампании в вузах и целевом наборе студентов [Электронный ресурс] // Правительство России [официальный телеграммканал] URL: [https://t.me/government\\_rus/16130](https://t.me/government_rus/16130) (дата обращения 24.11.2024).

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 26 января 2023 г. № 89 «О функционировании суперсервиса «Поступление в вуз онлайн» в рамках приемной кампании 2023/24 учебного года».

8. Что такое суперсервис на портале госуслуг? [Электронный ресурс] // Государственная служба Чувашской Республики по делам юстиции [сайт] URL: <https://minust.cap.ru/press-centr/2022/08/04/chto-takoe-superservis-na-portale-gosuslug> (дата обращения 01.12.2024).

9. Бочарников И.В. Нейтрализация угроз дестабилизации внутривнутриполитической ситуации в России посредством реализации информационных технологий // Человеческий капитал. 2021. № 9 (153). С. 11–28.

10. Информационная аналитика в современном социально-политическом процессе: теория и практика / Ремарчук В.Н., Бочарников И.В., Артемьев А.А., Галаганова С.Г., Гришнова Е.Е., Егоров В.Г., Карась Р.А., Катков О.Н., Ламинина О.Г., Смутьский С.В., Шевчун В.Н., Урсул В.И. Москва, 2024.

11. Ремарчук В.Н. Управление смыслами как инструмент современной политики: технологии, вероятные последствия // Этносоциум и межнациональная культура. 2019. № 2 (128). С. 9–21.