

Казакова Светлана Викторовна

канд. пед. наук, заведующая кафедрой

Пяткова Дарья Владимировна

студентка

МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ ПРОГРАММА КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ДЕТСКОЙ ШКОЛЫ ИСКУССТВ В МАЛОМ ГОРОДЕ

Аннотация: в статье определена сущность понятия «профориентация», охарактеризованы ее типы и виды, обозначена актуальность профориентационной работы в учреждениях культуры. Представлен проект профориентационных мероприятий «Творческие горизонты», обоснована значимость данной деятельности в популяризации и продвижении детской школы искусств в условиях малого города.

Ключевые слова: учреждение культуры, детская школа искусств, профориентация, продвижение, проект, мониторинг.

На детские школы искусств (далее – ДШИ, школа) общество возлагает большую социальную ответственность. Данный тип учреждения дополнительного образования является не только центром предпрофессиональной подготовки по традиционным специальностям в сфере искусства и «инкубатором» творческих профессий нового поколения, но и играет огромную роль в формировании современного общества через систему воспитания талантливой и социально активной молодежи. Тем самым ДШИ становится важным элементом социальной инфраструктуры, способствующим гармоничному развитию общества.

В малых городах меньше возможностей для организации и реализации дополнительного образования. Зачастую детские школы искусств становятся единственным местом, в которых дети могут развивать свои творческие способности. В малых городах очень часто школы искусств становятся центрами культурной, социальной и образовательной жизни.

Система детской школы искусств всей своей деятельностью должна быть нацелена на подготовку людей с активным творческим потенциалом, готовых к созданию интеллектуально-креативной среды, способной изменить «лицо страны» и обеспечить ее высокую узнаваемость.

В настоящее время, учреждения культуры, в частности детские школы искусств, находятся в конкурентной среде, и в целях сохранения популярности и конкурентоспособности ДШИ должны регулярно продвигать свои услуги.

Для популяризации собственной деятельности ДШИ выбирают такие традиционные формы продвижения как конкурс и отчетный концерт, демонстрирующие исполнительское мастерство обучающихся.

Важным способом продвижения такого учреждения культуры как детская школа искусств может стать профориентационная деятельность.

Понятие «профориентация» / «профессиональная ориентация» имеет множество трактовок.

Американский исследователь Е. Гинзберг определяет профориентацию следующим образом: «Профориентация – это процесс структурного вмешательства, имеющий целью помочь индивидам использовать имеющиеся возможности в области образования, профессиональной подготовки и выбора рода занятий» [7, с. 34].

По мнению Ж.-А. Лютрингера, французского эксперта по проблемам молодежи, профессиональная ориентация «является помощью, предоставляемой индивидууму с целью разрешения проблем, касающихся выбора занятия, профессии или профессионального роста с учетом характеристик заинтересованного лица и взаимосвязи этих характеристик с существующими возможностями. Исполнение этой функции основано на свободном и добровольном выборе консультируемого» [7, с. 35].

Применительно к детским школам искусств, профориентация – это система учебно-воспитательной работы, направленной на усвоение обучающимися необходимого объема знаний о профессии (её психофизических характеристиках, востребованности на рынке труда); выявление и поддержка юных дарований и их профессиональное ориентирование, а также создание условий эффективного

развития одаренных учащихся для дальнейшего получения ими профессионального образования в сфере искусства, их эстетического воспитания, духовно-нравственного развития.

Профориентационная деятельность в школе включает и работу с дошкольниками – потенциальными обучающимися детской школы искусств. Профориентация для дошкольников, поступающих в детскую школу искусств, – это важный этап, который помогает детям и их родителям понять направление творческого развития, раскрыть способности и сделать осознанный выбор. Несмотря на то, что дошкольники еще слишком малы для полноценного профессионального самоопределения, работа в этом направлении может быть увлекательной и полезной. Основными аспектами профориентационной работы с дошкольниками являются: выявление интересов и способностей, знакомство с направлениями искусства, работа с родителями, адаптация к обучению в ДШИ, поддержка интереса потенциальных обучающихся детской школы искусств.

Для того, чтобы сохранить лидирующие позиции Детской школы искусств №2 им. Ш.С. Амирова среди учреждений дополнительного образования г. Миасса и продвинуть предоставляемые школой услуги мы разработали проект – профориентационную программу «Творческие горизонты».

Целью проекта является позиционирование МБУДО «Детская школа искусств №2 им. Ш.С. Амирова» Миасского городского округа как одной из лучших творческих и культурных площадок г. Миасса.

К задачам мы отнесли:

- 1) популяризацию творчества музыкально-одаренных детей г. Миасса;
- 2) привлечение внимания к деятельности детской школы искусств;
- 3) привлечение нового контингента обучающихся в детскую школу искусств;
- 4) получение внебюджетных доходов с продажи билетов, а также с организационных взносов.

Данный проект является долгосрочным (реализуется в течение 6 месяцев), организационным, монопроектом (имеется одна цель; четко очерчены рамки по

финансам, ресурсам, времени, качеству, предполагается создание единой проектной группы). Его формат и место проведения позволяют максимально заинтересовать целевую аудиторию – дети от 5 до 15 лет, их родители, бабушки, дедушки, законные представители.

Программа «Творческие горизонты» включала в себя несколько профориентационных мероприятий (табл. 1).

Таблица 1

Проект «Творческие горизонты»

<i>№</i>	<i>Наименование мероприятия</i>	<i>Временные рамки</i>	<i>Цель</i>
1	Посвящение первоклассников в музыканты	07.12.2024 – 09.12.2024	Ознакомление детей с миром музыки; формирование положительного образа Школы
2	Концерт «8+23»	23.02.2025–08.03.2025	Привлечение внимания к деятельности МБУДО «Детская школа искусств №2 им. Ш.С. Амирова» Миасского городского округа, посредством проведения праздника, посвященного 23 февраля и 8 марта для жителей г. Миасса
3	Концерт для детского сада	01.04.2025–02.04.2025	Популяризация музыкального искусства для детей дошкольного возраста

С целью позиционирования МБУДО «Детская школа искусств №2 им. Ш.С. Амирова» Миасского городского округа как одной из лучших творческих и культурных площадок г. Миасса мы использовали следующие инструменты маркетинга.

1. Интернет-маркетинг. Применение интернет-маркетинга для продвижения детской школы искусств будет являться приоритетным, так как основная целевая аудитория (дети младшего школьного возраста и подростки от 7 до 15 лет) являются активными пользователями интернета, социальных сетей. На официальном сайте Школы и на странице «ВКонтакте» оперативно размещается информация о проектах, фото выступлений коллективов, налажена система обратной связи.

4 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

2. Наружная реклама. Наружная реклама в виде афиш располагается в самом учреждении, на фасаде здания, в фойе Школы, в учреждениях партнёров проекта. В качестве партнеров Школы выступили Дворец культуры Автомобилестроителей, МБДОУ №62 г. Миасса.

3. Реклама в СМИ (например, в газете «Миасский рабочий», на местном телеканале ОТВ). Такая реклама отличается широким охватом аудитории без разделения их по каким-либо признакам и без адресации.

К ожидаемым результатам проекта «Творческие горизонты», согласно задачам, мы отнесли:

- 1) увеличение охвата аудитории в социальной сети «ВКонтакте» и на официальном сайте школы;
- 2) положительные отзывы зрителей и участников мероприятия;
- 3) увеличение спроса на обучение по программам дополнительного образования в школе на 15%;
- 4) получение внебюджетных доходов от организационных взносов и продажи билетов в размере 30 000 тыс. руб.

Проект реализовывался в соответствии с планом, включающим: управление временем (общее время подготовки – шесть месяцев; стоимостью (сумма затрат составляет 53508 руб.); персоналом (проектная команда состоит из пяти человек); рисками (возможности их предотвращению или снижения).

Пошаговый план работы (так называемое «дерево целей») включал:

- в рамках предпроектного анализа изучить ситуацию в ДШИ (проводить анализ учреждений-конкурентов, провести анализ проводимых конкурентами мероприятий);
- разработать концепцию проекта (определиться с выбором площадки для проекта; договориться о партнерстве с руководством дошкольных и школьных учреждений); обсудить концепцию проекта;
- создать команду (распределить ее роли, установить объем и сроки работы);

- получить и распределить финансирование (закупить материалы для печати материалов);
- произвести предварительную подготовку к мероприятиям (сделать программы, афиши; разместить анонсы мероприятий в соцсетях);
- провести мониторинг проекта (критерии для сбора информации, сбор данных по критериям, их оценка);
- обобщить результаты, сделать вывод об успешности проекта, его значимости для ДШИ.

Как правило, условия реализации проекта всегда ограничены, следовательно, необходимо добиться такой их мобилизации, которая приведет к достижению цели с минимальными затратами. Поэтому для эффективности процесса необходимо проработать несколько определяющих подсистем, одна из них – управление ресурсами (финансовыми, материальными, человеческими, организационными, управленческими, интеллектуальными, правовыми, технологическими).

Для реализации проекта «Творческие горизонты» были определены следующие типы ресурсов:

- интеллектуальные – участники проектной команды обладают необходимым образованием и квалификацией для реализации проекта;
- материальные – предполагают наличие необходимой площадки для проведения мероприятий, оборудования и технических средств;
- финансовые – бюджет проекта обеспечен МБУДО «ДШИ №2 им. Ш.С. Амирова» Миасского городского округа;
- организационные – проект реализуется в рамках деятельности ДШИ №2;
- управленческие – команда проекта состоит из пяти человек;
- правовые – включают нормативно-правовые документы, обеспечивающие реализацию проекта;
- технологические – предполагают владение членами команды необходимыми для реализации проекта производственными, кадровыми, маркетинговыми и социальными технологиями.

Особую роль в реализации проекта играют человеческие ресурсы, которые рассматриваются, как «профессиональные, деловые, личностные качества и возможности участников проекта, используемые при осуществлении проекта» [7, с. 93]; и способствуют совершенствованию проекта и увеличению доли нематериальных активов.

Для реализации проекта «Творческие горизонты» была собрана команда, в которую входили: автор-менеджер проекта и его исполнители: исполнитель проекта, ответственный за разработку концепции проекта; исполнитель проекта, ответственный за рекламу и продвижение проекта; исполнитель проекта, ответственный за музыкальное сопровождение проекта; исполнитель проекта, ответственный за составление документации проекта. Все члены команды обладали необходимыми для реализации проекта знаниями, умениями и навыками. Каждый участник проекта вносил свой неоценимый вклад, использовал имеющийся опыт, способствующий эффективному достижению результата.

Так как эффективность работы команды оценивается «с позиций достижения целей проекта и внутрикомандных коммуникаций», основанных «на межличностном взаимодействии» его участников» [7, с. 64], особое внимание следует уделить внутренней коммуникационной системе (рисунок 1). Члены команды должны находиться в активном взаимодействии, сотрудничество осуществляется при помощи различных коммуникационных каналов (верbalного и неверbalного), коммуникацию со всей командой осуществляет менеджер проекта.

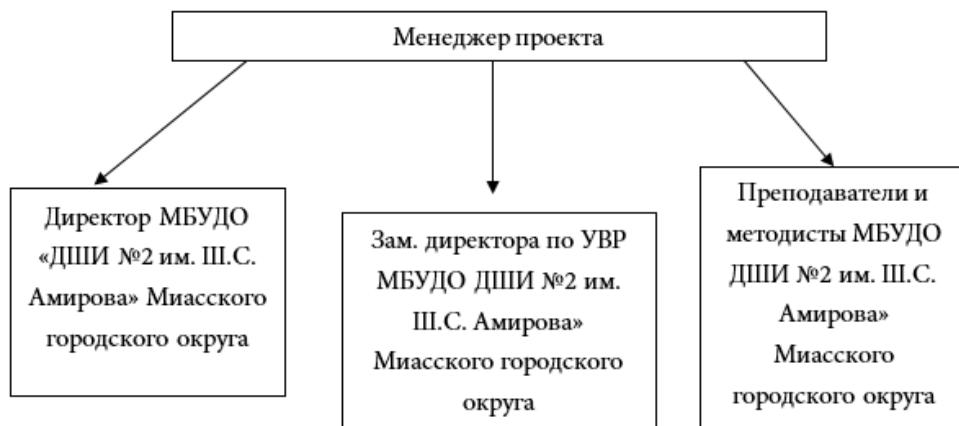


Рис. 1. Внутренняя коммуникационная система

Внешняя коммуникационная структура проекта – это перечень субъектов, с которыми взаимодействует команда проекта на разных стадиях реализации проекта. В рамках внешних коммуникаций проекта происходило взаимодействие с разными организациями (рис. 2).



Рис. 2. Внешняя коммуникационная система

Как правило, проекты существуют в условиях неопределенности, причинами которой выступают недостаток информации, наличие элемента случайности, наличие противодействия. Кроме того, в ходе реализации нашего проекта могли возникнуть следующие риски, требующие определенных действий для их снижения: 1) ухудшение эпидемиологической ситуации (вероятность возникновения средняя) – реализовать проект в режиме онлайн, либо перенести мероприятия на другие даты; 2) непредвиденная поломка аппаратуры (вероятность возникновения низкая) – необходимо иметь запасной комплект звукового оборудования для воспроизведения музыкального сопровождения; 3) возникновение экстренной ситуации, связанной с пожаром (вероятность возникновения низкая) – провести инструктаж с командой и уметь реагировать в экстренной ситуации; 4) риск террористической угрозы (вероятность возникновения средняя) – усилить пропускной режим в учреждении.

Мониторинг и оценка эффективности проектов рассматриваются сегодня как незаменимый инструмент управления проектной деятельностью: это постоянное наблюдение за каким-либо процессом в целях выявления его соответствия желаемому результату или первоначальным предположениям; оценка и прогноз

состояния окружающей среды в связи с хозяйственной деятельностью; непрерывная обратная связь с объектом для получения информации о проделанной работе, оценка эффективности проекта.

Об эффективности проекта свидетельствуют увеличение количества человек, посетивших мероприятия; увеличение положительных отзывов, оставленных в анкетах; увеличение количества просмотров, лайков и репостов в социальной сети «ВКонтакте» и на официальном сайте ДШИ №2; получение внебюджетных доходов с продажи билетов и организационных взносов.

Результаты мониторинга показали эффективность проделанной профориентационной работы.

В начале реализации проекта мы предполагали, что количество зрителей, которые посетят мероприятия составит 350 человек. По окончании профориентационной работы мы зафиксировали 450 человек зрителей, из которых 70 посетителей, по данным анкетирования, изъявили желание поступить ДШИ №2 г. Миасса.

Успешность реализации проекта подтверждает и статистика посещаемости интернет-ресурсов, на которых были размещены все публикации о мероприятиях. Одним из показателей заинтересованности публики в профориентационной деятельности детской школы искусств стали просмотры публикаций в социальной сети «ВКонтакте» и на официальном сайте учреждения культуры. Мы предполагали, что охват аудитории выбранных социальных сетей составит: просмотров – 2000 человек, лайков – 100 шт., репосты – 5 шт. Конечные результаты мониторинга зафиксировали: 4649 просмотров, 119 лайков и 14 репостов.

В рамках получения внебюджетных средств от реализации концертной деятельности школы мы предполагали, что на концерт «8+23» будет продано 230 билетов на общую сумму 64 450 руб. Конечные результаты показали, что сумма проданных билетов на данное мероприятие составило 300 штук, что на 70 штук больше запланированного. Общая прибыль от реализации концерта составила 85 450 руб. Расходы на проведение концерта «8+23» составили 30 000 руб., следовательно, школа получила в виде чистого дохода 55 450 руб.

Таким образом, профориентационный проект, представленный в виде программы «Творческие горизонты», и направленный на продвижение МБУДО «Детская школа искусств №2 им. Ш.С. Амирова» Миасского городского округа доказал свою эффективность. Он позволил познакомиться с творчеством отдельных исполнителей и детских коллективов учреждения дополнительного образования, помог укрепить имидж Школы не только как центра дополнительного образования, но и как перспективной культурной площадки города, а также получить внебюджетные средства от его реализации.

Список литературы

1. Гугнина Е.В. Технологии продвижения образовательных услуг на рынок / Е.В. Гугнина, Е.В. Самсонова, М.В. Самсонова // Электронный научный журнал. – 2015. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scienceeducation.ru/ru/article/view?id=20636> (дата обращения: 06.05.2025).
2. Коленько С.Е. Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие / С.Е. Коленько. – М.: Юрайт, 2016. – 45 с.
3. Овинов Д.О. Специфика продвижения концертных мероприятий для детей / Д.О. Овинов // Аллея наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/DcuWB> (дата обращения: 06.05.2025).
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, П.Ю. Шведова. – М.: А Темп, 2004. – 874 с.
5. Официальный сайт МБУДО «ДШИ №2 им. Ш. С. Амирова» МГО
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dshi2-miass.chel.muzkult.ru/> (дата обращения: 06.05.2025).
7. Официальная страница МБУДО «ДШИ №2 им. Ш. С. Амирова» МГО «ВКонтакте». Социальная сеть в «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/miass_2 (дата обращения: 06.05.2025).
8. Рыжов В.А. Организация профориентационной работы в развитых капиталистических странах / В.А. Рыжов. – М.: Высш. шк., 1987. – 96 с.

9. Шекова Е.Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях: учеб. пособ. / Е.Л. Шекова. – СПб.: Лань; Планета музыки, 2014. – 412 с.
EDN TXRHPZ