

А. В. Хмелев¹✉, А. К. Борзенко¹, Р. Ю. Скоробогатов¹

Презентационный материал как навык и его многофункциональность: конкурентоспособность, информирование, и статус

¹ Сибирский государственный университет телекоммуникации и информатики,
г. Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: ah.04@mail.ru

Аннотация. В современных реалиях необходимо развиваться, а также использовать комплексные подходы к решению ряда задач через один инструмент, например, возможность решения задач повышения конкурентоспособности выпускников, информированности абитуриентов и рейтинга университета посредством использования презентационного материала. В данном материале производится изучение медиа-китов средств массовой информации как примера такой презентации, важные аспекты таких конструкций, и выявление недостатков используемого раздаточного материала, которые нужно учесть при формировании презентации для образовательных направлений.

Ключевые слова. медиа-кит, структура, презентация, аспекты, информация

A. V. Khmelev¹✉, A. K. Borzenko¹, R. Yu. Skorobogatov¹

Presentation material as a skill and its multifunctionality: competitiveness, information, and status

¹ Siberian State University of Telecommunications and Informatics Science,
Novosibirsk, Russian Federation
e-mail: ah.04@mail.ru

Abstract. In current realities, it is necessary to develop, as well as use complex approaches to solving a number of problems through one tool, for example, the possibility of solving the problems of increasing the competitiveness of graduates, the awareness of applicants and the university rating by means of using presentation material. This material studies media kits of the mass media as an example of such a presentation, important aspects of such designs, and identifies the shortcomings of the handouts used that need to be taken into account when forming a presentation for educational areas.

Keywords: media kit, structure, presentation, aspects, information

Введение

На текущий момент времени у субъектов образования есть много задач и потребность в инструментах, позволяющих делать комплексное решение. Презентационный материал можно в определенной мере считать таким инструментом (навыком), но стоит пояснить, что он позволяет решать следующие задачи.

Первое, конкурентоспособность выпускников. Презентации это важный навык, по существу этот навык частично используется при реализации крупных проектов (например, формирование проекта годового отчета для участия в конкурсе годовых отчетов, создание презентационного материала для демонстрации

товаров и услуг на профильных выставках и формах, и т.д.). Так же нужно понимать, что навыки презентации играют роль как для малого бизнеса, так и для самих обучающихся, так как среди критериев оценки многие кафедры выделяют презентацию как важную часть выпускной квалификационной работы (ВКР) [1].

Второе, использование презентации для повышения информированности абитуриентов (с целью снижения ошибочного выбора). Ошибочный выбор это на текущий момент актуальная проблема в сфере образования [2], поскольку многие абитуриенты поступают на модные на текущий момент специальности, а не на те к которым у них есть предрасположенность (данные) [3], что приводит к ряду отрицательных аспектов. Это и проблемы с контингентом для выпускающих кафедр, и дисбаланс между образовательными программами, и относительный уровень выпускников, а также проблемы у самих обучающихся которые ощущают разочарование (в исследовании Мишустин И.С., Королева К.Ю. 2024 – только 53 россиян работают по специальности, которую получили в вузе, 29 % трудятся в совершенно другой сфере, 18 % – в близкой к диплому. По статистике, около 50 неудовлетворенности жизнью связано с профессиональной деятельностью человека, а точнее ее неправильным выбором») [4] по результатам обучения.

Третье, статус (рейтинг) учебного заведения. Решая две ранее упомянутые задачи, субъект высшего образования повышает свой рейтинг (так как он ведет профориентационную работу, помогая с выбором абитуриентам, а также дает навыки, которые в определенных направлениях являются важными, например в сферах рекламы, маркетинга, в сфере малого бизнеса, в рамках процесса презентации новых проектов и получения инвестиций).

При всем при этом важно понимать, что нужна база (как в обучении, так и с точки зрения разработки алгоритма) для таких проектов.

Методы и материалы

В данном материале производится изучение вопросов создания структуры презентационного материала с точки зрения эффективного использования для решения обозначенных задач. В качестве примеров изучаются медиа-киты информационных ресурсов, а также изучается раздаточный материал направлений СИБУТИ.

Результаты

Первое с чего начинается конструкция – это структура или скелет проекта (в журналистике используется слова «рыба»). Если цель научить студентов строить, то нужно дать им понять, что такое структура и порядок, если делать презентацию для абитуриентов, то нужно в ней дать им последовательно информацию и ответить на все вопросы что у них есть (могут быть). Получается, что нужен пример, в качестве которого можно было бы использовать медиа-кит средств массовой информации. Что такое медиа-кит – это документ или веб-страница с подробным рассказом о компании, издании или блоге, чаще всего его создают медиа и СМИ [5]. То есть это последовательная презентация, отвечающая на вопросы потенциальных рекламодателей, что тем самым влияет на их выбор (процесс

аналогичный тому что происходит с абитуриентами), при этом медиа-кит отображает фирменный стиль, стилистику и дизайн проекта [6]. А ведь многие СМИ делают для партнеров информационные инфографические презентации, которые те используют в рамках отраслевых конференций и форумов для освещения своей деятельности, получается и сами эффективно используют и используют в качестве дополнительных услуг, которые дают дополнительный доход, из чего следует что медиа-киты СМИ это отличный пример презентационного материала, который строится на базе информации полученной при беседе с целевой аудиторией. То есть можно выделить два ключевых момента:

- Первый, анкетирование целевой аудитории и анализ полученных данных для определения ключевой информации влияющей на выбор;
- Второе, разработка скелета проекта и упорядочивание материалов и информации, которые целевая аудитория (для средств массовой информации целевая аудитория медиа-кита – это потенциальные рекламодатели) обозначила важной и влияющей на выбор.

Если взять для рассмотрения медиа-киты таких проектов как (информационный портал «НГС.ру», журналы «Status», «Я покупаю», «Leaders Today», и «Ski Industry») [7-11], и провести анализ их структуры и наполнения можно сделать несколько важных выводов, а именно:

- Отдельное внимание уделяется разделу о целевой аудитории (рис.1);



Рис. 1. Страницы с целевой аудиторией в медиа-китах проектов «НГСПРУ», «Status», и «Я покупаю»

Как видно из представленных примеров, важным аспектом является выделение гендерных и возрастных показателей, а также социально-экономического статуса, чтобы максимально идентифицировать аудиторию. Это важный раздел, так как основная цель данных документов – это информирование потенциальных рекламодателей, которые заинтересованы в том, имеет проект выход на их целевую аудиторию или нет.

- Отдельно выносятся про возможности и каналы продвижения рекламы (рис.2).



Рис. 2. Страницы из медиа-китов по распространению информации

Данная информация так же играет важную роль для рекламодателей, так как дает понять, как, где, какой охват человек (пропускная способность сайта или социальной сети).

- Они имеют определенную последовательность материала, а также элементы фирменного стиля. В данный аспект можно отнести то, что структуры медиа-китов последовательны, так же в них имеются фирменный стиль, элементы дизайна и стилистика проекта (что видно из примеров на рис.1 и рис.2);

То есть получается, что есть определенная система, которую можно использовать в двух ракурсах – первый, для адаптации в сфере образования (создание презентации по образовательным направлениям подготовки), второй, использовать эту информацию (знания) в образовательном процессе (для обучения специалистов). Второй ракурс выглядит слабей первого, но это на первый поверхностный взгляд. Стоит выделить несколько моментов:

- Во-первых, сейчас в ряде курсов использую презентацию, то есть студент делает задание, показывает промежуточные результаты, вносит коррективы и в конце выступает с презентацией где рассказывает про проделанный объем работ (освоение инструментов и трудности);

- Во-вторых, на текущий момент времени на многих кафедрах есть предзащиты (это тестовые тренировочные выступления с целью оценки объема ВКР), и презентация тут играет важную роль, так как в ней отражается то, что было сделано (поэтому ряд кафедр рассматривает вариант того что полнота презентации, которая сопровождает выступление на защите должна влиять на оценку ВКР).

Из этих двух пунктов видно, что навыки создания и структурирования презентаций (которые важны сейчас в коммерческой среде), так же играют роль в образовательном процессе влияя на оценки и даже на ВКР.

Что касается адаптации по образовательные направления, то это так же важный аспект. Сегодня не все профили имеют качественную раздаточную продукцию. В качестве примера можно обратиться к раздаточному материалу «Сибирского государственного университета телекоммуникации и информатики (СибГУТИ)», и отдельно к презентационному материалу по направлению «09.03.02 Информационные системы и технологии в Медиаиндустрии» (рис.3 и рис.4).



Рис. 3. Раздаточный материал по учебному направлению «09.03.01 «Информатика и вычислительная техника» профиль «Электронно-вычислительные машины, комплексы, системы и сети» (ЭВМ)»: слева общий вид, справа информация по трудоустройству

Первое что нужно отметить – эта проблема была выявлена только летом 2024 года в результате бесед с абитуриентами Она заключается в том, что нет конкретной информации кем работают выпускники «Выпускники кафедры успешно работают в ведущих IT-компаниях России и мира», при этом кем, на каких должностях, с каким багажом знаний, не указано, этот момент есть и в других раздаточных материалах. Аналогичные проблемы можно увидеть и в презентации по направлению «09.03.02 Информационные системы и технологии в Медиаиндустрии».



Рис. 4. Фрагмент презентации о трудоустройстве

Отдельно стоит отметить, что в беседах с абитуриентами фигурировала информация о баллах ЕГЭ, бюджетных местах, а так же предметах – вся эта информация влияет на выбор специальности, а анализ раздаточной продукции и презентации показал что эта информации частично отсутствует (так как она есть на сайте учебного заведения, то ее не включают в материалы), или же есть не в полном виде (например предметы) – представлены дисциплины, но иногда только в общих чертах без пояснения о том что изучается, а это мотивирует абитуриентов искать ответы в интернете.

Обсуждение

Получается, что навыки построения презентационного материала играют важную роль, но стоит отметить, что в основе работы лежат ответа на вопросы целевой аудитории. Их можно получить через анкетирование и анализ полученных данных (данный этап очень часто игнорируется и презентации отражают точку зрения и мнение преподавательского состава, которая может радикально отличаться от молодого поколения).

Заключение

В целом интеграция технологии в образовательный процесс - это актуальный и правильный шаг, но стоит понимать, что нужно давать эти навыки не только с технической стороны (с помощью какого ПО, какие инструменты и т.д.), но так же с социально-экономической стороны (анкетирование, как составить вопросы, какие ответы, какая есть информация, какая может быть, какая имеет большую значимость и ценность и т.д.). Если говорить в ракурсе информированности абитуриентов, то в этой плоскости нужны системные доработки начиная от соблюдения фирменного стиля при создании, подбора материалов (учитывая мнение абитуриентов и их родителей), и заканчивая устранением пробелов в перечне информации.

А также необходимо понимать, что презентация образовательного направления – это отражение его навыков. То есть плохой дизайн, отклонения в правилах визуального комфорта и т.д., все это будет оседать в сознании поступающих, и формировать первичный имидж определенной кафедры. Если говорить более простым языком – «как можно учить презентации продукта, когда свой продукт кафедра подает с такими нарушениями», а это аспект, влияющий на статус и отношение.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Борзенко А. К. Адаптация технологии медиакита в рамках процесса привлечения и информированности абитуриентов // Коммуникация в современном мире: Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью, Воронеж, 24 мая 2024 года. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2024. С. 53-54
2. Калашникова О.В. Проблемы профессиональной ориентации молодежи в современном образовательном пространстве // Проблемы современного педагогического образования. 2022. № 76-4. С. 377-379

3. Профессиональное консультирование старшеклассников / Н. А. Вареников, А. М. Зенин, Н. И. Волкова [и др.] // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2021. № 10 (200). С. 50-54. DOI 10.34835/ISSN.2308-1961.2021.10. p50-54
4. Мишустин И.С., Королева К.Ю. Исследование эффективности профориентационной деятельности в системе социальной работы с обучающимися общеобразовательной школы (прикладное исследование) // Научные результаты в социальной работе. 2024. Т.3, №2. С. 80-88. DOI 10.18413/2949-267X-2024-3-2-4
5. Медиакит: что это такое и как его создать. URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/что-такое-media-kit-i-kak-ego-sostavit/?ysclid=m7x8on4jqj518149041> (дата обращения 12.02.2025)
6. Борзенко А.К. Актуальность внедрения презентационного наполнения в структуру сайтов образовательных организации в рамках национальных проектов // Шаг в науку: Материалы II межвузовской научно-практической конференции для магистрантов, аспирантов и студентов выпускных курсов, Новосибирск, 07-08 декабря 2023 года. - Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2023. С. 87-93
7. NGS.RU Новосибирск онлайн // URL: <https://mediakit.iportal.ru/novosibirsk> (дата обращения 19.10.2023)
8. Журнал Status // URL: <https://status-media.com/category/archive/> (дата обращения 03.10.2023)
9. Журнал Shopping Guide «Я Покупаю» // URL: <https://www.yapokupayu.ru/about/mediakit> (дата обращения 10.02.2025)
10. Журнал Leaders Today // URL: <https://leaderstoday.ru/> (дата обращения 03.10.2023)
11. Журнал Ski Industry // URL: <https://s-a-r.ru/media-kit-sky-industry/> (дата обращения 10.02.2025)

© А. В. Хмелев, А. К. Борзенко, Р. Ю. Скоробогатов, 2025