

**Мина Ж. В.**

Національний університет «Львівська політехніка»

**Малетич Д. В.**

Національний університет «Львівська політехніка»

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ З АБІТУРІЄНТАМИ ПРИ ВСТУПІ В МАГІСТРАТУРУ

*У статті проаналізовано інформаційне забезпечення комунікації з абітурієнтами при вступі в магістратуру. Показано глобальну мережу Інтернет як таку, яка відіграє важливу роль для вдосконалення комунікації без територіальних кордонів. Підкреслено, що в сучасному світі одним із ключових напрямків представлення вступникам спеціальності є проведення професійної орієнтації, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології. Наголошено на тому, що профорієнтація важлива і при вступі в магістратуру, яка дає можливість покращити свій кваліфікаційний рівень, здобути новий досвід, як теоретичний так і практичний. Відкривається більше можливостей для майбутнього працевлаштування, продовження наукових досліджень в аспірантурі та кар'єрного росту. Зазначено, що абітурієнти здійснюють релевантний пошук інформації про вибір спеціальності та ЗВО, тому університети проводять свою інформаційно-комунікаційну діяльність для привернення уваги вступника, застосовуючи вебсайти, соціальні мережі, чат-боти, листівки, буклети і т.д. Здійснено аналіз публікацій по темі. Проаналізовано міжнародний досвід проведення профорієнтації в магістратуру. Зроблено висновки, що під час електронної комунікації зі вступниками, потрібно дотримуватися певних правил, які закріплені в законодавстві, міжнародних стандартах та нормативних документах. Створення чат-боту дозволить оптимізувати діяльність різних структурних підрозділів ЗВО, дозволить виконувати інформаційне забезпечення абітурієнта необхідними даними для успішного вступу.*

**Ключові слова:** абітурієнт, вступна кампанія, інформація, вебсайт, чат-бот, рекламне забезпечення, інновації, магістратура.

**Постановка проблеми.** На сьогодні одним із ключових напрямків представлення вступникам спеціальностей є проведення профорієнтації з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Для ознайомлення абітурієнтів із професіями та вирішенням проблем їх вибору потрібно подавати детальну, цікаву та пізнавальну інформацію.

Значна частина студентів бакалаврату після захисту кваліфікаційних робіт стоять перед вибором: продовжувати навчання на магістратурі чи ні? Причини цих вагань різні, в залежності від конкретної ситуації: не бажання займатись наукою; бажання йти працювати, страх поєднувати навчання з роботою, причини особистісного чи іншого характеру.

Однак, магістратура – це не лише про можливість здобути ще один диплом. Магістратура відкриває широкі перспективи. Вона дає можливість покращити свій кваліфікаційний рівень, здобути новий досвід, як теоретичний так і практичний. Відкривається більше можливостей для майбут-

нього працевлаштування, продовження наукових досліджень в аспірантурі та кар'єрного росту.

Профорієнтація і на цьому етапі важлива, адже дає можливість абітурієнту прийняти правильне рішення. Абітурієнти здійснюють релевантний пошук інформації про вибір спеціальності та ЗВО, тому університети проводять свою інформаційно-комунікаційну діяльність для привернення уваги вступника, застосовуючи вебсайти, соціальні мережі, чат-боти, листівки, буклети і т.д.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Існує достатньо теоретичних досліджень та узагальнень як в українських так і в зарубіжних вчених у питаннях проведення профорієнтаційної роботи. Аналізу цих проблем присвячені праці Журавльової Л. С. та Червоненка К. С. [9], Берка А. Ю. [5], Бикова В. Ю. [6], Мина Ж. В. [11], Москалика Г. Ф. [12], Осадчого В. В. [13], Попова Т. С. [15] та інших.

Т. Попова розкриває основні аспекти проблеми свідомого вибору професії в умовах інформацій-

ного суспільства. Авторка аналізує можливості ресурсів мережі Інтернет, які існують в українському просторі всесвітньої мережі [15, с. 184].

У своєму дослідженні В. Осадчий обґрунтовує педагогічні засади професійного консультування молоді засобами Інтернет [13, с. 10].

Л. Журавльова та К. Червоненко стверджують, що реалізація профорієнтаційної діяльності вимагає застосування чітко визначених форм методів, змісту, залежно від вікових і психологічних особливостей кожної особистості [9, с. 163].

Аналіз джерел показує, що на сьогодні є достатньо ґрунтовних праць що стосуються профорієнтаційної роботи з молоддю. Автори даної статті зосередили свою увагу саме на дослідженні питання залучення інформаційно-комунікаційних технологій до профорієнтаційної роботи при вступі в магістратуру.

**Мета статті** полягає у дослідженні питання інформаційного забезпечення комунікації з абітурієнтами при вступі в магістратуру та переваг створення чат-боту.

**Виклад основного матеріалу.** У Законі України «Про вищу освіту» розглядається характерна особливість освітнього процесу ЗВО [16]. Поняття «вища освіта» означає, що людина пройшла навчальний шлях за обраною спеціальністю у закладі вищої освіти для того, щоб здобути рівень знань та практичних навиків для реалізації майбутнього працевлаштування. У статті 4 зазначеного Закону передбачено, що кожен має право один або декілька разів здобувати вищу освіту, маючи при собі документ, який засвідчує інформацію про закінчення навчання за ступенем повної загально-середньої освіти, бакалавра та магістра.

У Законі України «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах» (стаття 4) говориться, що доступ до інформації для користувачів, а також можливість надання повноважень для обробки призначає той, кому належить право на інформацію, тобто володільцю. Також у законі підкреслено, що власник системи може гарантувати захист інформації володільцеві, уклавши з ним відповідний договір, ознайомлює користувача з правилами роботи в системі та надає йому доступ до інформації [17].

Електронна комунікація є найбільш затребуваною, популярною та використовується у всьому світі [14, с. 39].

Для проведення електронної комунікації з абітурієнтами під час профорієнтаційної діяльності ЗВО використовують вебсайти, соціальні мережі та чат-боти [10, с. 139].

Вебсайт містить [19, с. 105] кілька вебсторінок інформації про спеціальність, особливості навчання, майбутнє працевлаштування, відгуки, здобутки тощо. Вебсайт повинен мати привабливий дизайн: тексти, кольори, зображення, таблиці тощо. Для того, щоб абітурієнт міг ознайомитись з інформацією, вебсайт потрібно просувати в соціальних мережах, новинах тощо.

Соціальні мережі – це віртуальне комунікативне середовище, де можна обмінюватися своїми думками, розповідями, подіями, просувати бренди, продавати товари, надавати послуги тощо [18, с. 289]. Загалом там проводять багато часу багатомільйонні користувачі. Тому для профорієнтації соціальні мережі є ефективним засобом для інформаційного представлення спеціальностей.

Створення чат-боту має ключові переваги. Так, А. Гавриленко виділяє серед них наступні [7, с. 9]:

- доступність цілодобово 24/7;
- економія часу, тобто швидкий зворотній зв'язок відповідно до заздалегідь розрахованих питань та відповідей для абітурієнта;

- багато користувачів можуть заходити в чат-бот в один час для отримання важливої інформації.

Основні можливості чат-боту для вступника [7, с. 11]:

- після завершення розмови зберігається перегляд користувача;
- діалог між ботом і користувачем здійснюється за розроблених команд;
- зрозумілий та простий інтерфейс;
- комунікація проводиться у неформальному стилі.

Досягнення в профорієнтаційній роботі залежать і від показників якості, які включають:

- достатню інформацію про дану спеціальність;
- мотивацію у професійному виборі вступника;
- ступінь самопізнання та самовизначення вступника щодо вибору спеціальності.

Одним із яскравих прикладів Інтернет-ресурсу, що стосується тематики роботи є освітній чат-бот, який створений Міністерством освіти та науки України для навчальних закладів (<http://surl.li/lrixp>) (див. рис. 1).

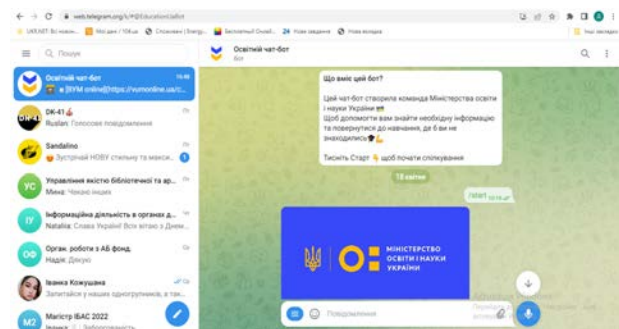


Рис. 1. Телеграм-бот «Освітній чат-бот»

Абітурієнту потрібно вибрати один із двох варіантів за місцем знаходження: Україна чи за кордоном. Якщо в Україні, то потрібно обрати ще область.

Якщо перейти за вказівкою «Про вищу освіту», то можна знайти інформацію про поновлення або продовження навчання у ЗВО, відновлення документів про освіту, вступну кампанію, центр психологічної допомоги, стипендії, навчальні ресурси онлайн, а також можна поставити своє запитання.

На вебсайті «Освіта.UA» на сторінці «Вступ на магістра» (див. рис. 2) подано детальну інформацію про магістратуру. Тут можна пройти тест ЄВІ та ТЗНК попередніх років та звірити правильні відповіді, розрахувати конкурсний бал, ознайомитися з дорожньою картою вступника в магістратуру, переліком спеціальностей та найчастішими питаннями.

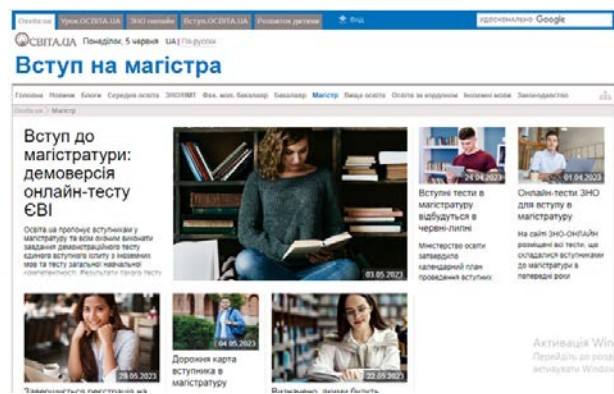


Рис. 2. Вебсайт «Освіта.UA»

Офіційний вебсайт Міністерства освіти та науки України на сторінці «Магістр» подає інформацію у вигляді запитань та відповідей.

Щодо аналізу міжнародного досвіду, то комунікація зі вступниками у різних формах є основним інструментом, що дає можливість проінформувати абітурієнтів про перелік спеціальностей, а також надати їм необхідну допомогу для вибору професії.

При вступі в магістратуру багато закордонних університетів розміщують інформацію на своїх офіційних вебсайтах та соціальних мережах.

Дослідники Супратіп Гхосе та Джагат Джойти Баруа вважають, що Всесвітня павутина перетворилася на багате сховище різноманітної інформації, в якій можна розгубитись і саме штучний інтелект допоможе зменшити тягар пошуку та перегляд інформації користувачами стосовно вступної кампанії [2, с. 3].

Брітц наголошує, що чат-бот як комп'ютерна програма здатна вести діалоги, подібні до розмов між людьми. Він стає дуже популярним та виглядає перспективним не тільки для підтримки бізнесу та промисловості, а й для освітнього закладу [1, с. 1]. Матус Плева та інші зазначають, що чат-бот є альтернативою людській підтримці в Інтернеті, який надає потрібну інформацію, а у випадку більш складних запитів може перенести взаємодію на експерта-людину [4, с. 577].

Незважаючи на те, що більшість інформації доступна в Інтернеті, абітурієнти часто люблять особисто спілкуватися з консультантом [2, с. 4]. У такому середовищі чатовий робот повинен бути розроблений для надання академічних порад. Основною метою такої системи є зручний пошук інформації без необхідності переглядати кілька вебсторінок, щоб отримати відповіді на запитання, що часто задаються.

Прикладом розробленого чат-боту є KENTbot, який розміщений на вебсайті кафедри електроніки та мультимедійних телекомунікацій (Словацька Республіка) (<http://kemt.fei.tuke.sk/>). Тут можна знайти потрібну інформацію не тільки про вступну кампанію даної спеціальності, а й сучасну діяльність кафедри [4, с. 579].

На сьогодні існують інші методи взаємодії, такі як спілкування електронною поштою та особиста взаємодія, однак це не сприяє миттєвому та персоналізованому спілкуванню для абітурієнтів.

Для організації комунікації з абітурієнтами при вступі в магістратуру потрібно дотримуватися стандарту ISO 21001:2018, який визначає вимоги щодо забезпечення системи якості освітнього закладу, а також надає послуги для потреби не тільки для навчального процесу, а й для вступної кампанії, які будуть корисними та цікавими [8]. Також ці питання розробляє технічний комітет ISO/IEC JTC 1/SC 36 Information technology for learning, education and training, що має 8 робочих груп, які займаються стандартизацією стосовно інформаційних технологій освіти [3].

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, досвід вступних кампаній показує, що важливою є про-

форієнтація не тільки на бакалаврат, а й в магістратуру, адже від цього залежить кількість зацікавлених абітурієнтів, які мають бажання продовжити навчання за тією ж або іншою спеціальністю та таким чином отримати можливість вдосконалити свої здібності та навички. Університети використовують різні методи для комунікації зі вступниками, зокрема вагоме місце відводиться вебспілкуванню.

Для того, щоб електронна комунікація зі вступниками пройшла успішно, потрібно дотримуватися певних правил, які закріплені в законодавстві, міжнародних стандартах та нормативних документах.

Створення чат-боту дозволить оптимізувати діяльність різних структурних підрозділів ЗВО, дозволить виконувати інформаційне забезпечення абітурієнта необхідними даними для успішного вступу. Особливо це актуально в умовах повномасштабної війни в Україні, адже нововведення у вступній кампанії можуть бути для контингенту абітурієнтів незрозумілими і спричинити певні труднощі.

#### Список літератури:

1. Britz D. Deep Learning for Chatbots. Part 1, WILDML. Artificial Intelligence Deep Learning and NLP. 2016, 6 p.
2. Ghose S., Barua J. J. Toward the implementation of a topic specific dialogue based natural language chatbot as an undergraduate advisor. In 2013 International Conference on Informatics, Electronics and Vision (ICIEV). 2013. P. 1–5. <http://doi.org/10.1109/ICIEV.2013.6572650> (дата звернення: 18.08.2023).
3. ISO/IEC JTC 1/SC 36 Information technology for learning, education and training. ISO. URL: <https://www.iso.org/committee/45392.html> (дата звернення: 19.08.2023).
4. Ondáš S., Pleva M., Hládek D. How chatbots can be involved in the education process. In 2019 17th International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA). 2019. P. 575–580. IEEE.
5. Берко А. Ю., Коляса У. Я. Інформаційне забезпечення інтелектуальних систем професійної орієнтації. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Інформаційні мережі та системи». Том 673, № 1. 2010. С. 41–49.
6. Биков В. Ю. Відкрите навчальне середовище та сучасні мережні інструменти систем відкритої освіти. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 2 : Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання. Київ, 2010. № 9. С. 9–15. URL: <http://surl.li/lsgzy> (дата звернення: 15.08.2023).
7. Гавриленко А. В. Навчальний чат-бот на платформі Telegram для профорієнтаційної роботи з випускниками коледжу : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра : спец. 122 – комп'ютерні науки / наук. кер. В. В. Шендрик. Суми : СумДУ, 2021. 77 с.
8. ДСТУ ISO 21001:2019 Освітні організації. Системи управління в освітніх організаціях. Вимоги та настанови щодо застосування (ISO 21001:2018, IDT). Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2019. С. 181.
9. Журавльова Л. С., Червоненко К. С. Профорієнтаційна робота з підлітками як умова їх успішної соціалізації. Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія: Педагогіка. Мелітополь. 2013. Вип. 2. С. 161–165.
10. Малетич Д. В., Мина Ж. В. Інформаційне забезпечення комунікації зі вступниками при поступленні в магістратуру ЗВО. Інформаційні та комунікаційні технології в Internet та World Wide Web: матеріали 12-ї Міжнародної наукової конференції ICS-2023. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2023. С. 138–139.
11. Мина Ж. В. Соціальні мережі як засіб інформаційної підтримки учнівської та студентської молоді у навчально-виховному процесі та професійному виборі. Науковий журнал «Вчені записки Таврійського Національного Університету імені В.І. Вернадського». Серія: Філологія. Журналістика: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Том 32 (71) № 1. Ч. 3, 2021. С. 278–282. URL. <http://surl.li/lqyjj> (дата звернення: 15.08.2023).
12. Москалик Г. Ф. Філософські засади професійної орієнтації особистості в загальноосвітній школі в системі ринкових трансформацій : автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.10. Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова. К., 2009. 19 с.
13. Осадчий В. В. Педагогічні засади професійного консультування молоді засобами Інтернет: дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Вінницький держ. педагогічний ун-т ім. Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2005. 20 с.
14. Остапчук Ю. Роль електронної комунікації в інформаційному суспільстві. Вісник Книжкової палати. 2016. № 5. С. 38–40.
15. Попова Т. С. Реалізація професійної діяльності шляхом застосування сучасних засобів інтернет-технологій *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2013. Вип. 17(2). С. 181–190. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tmpvd\\_2013](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tmpvd_2013) (дата звернення: 16.08.2023).

16. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.14 р. № 1556-VII: станом на 28 трав. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення: 16.08.2023).

17. Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах: Закон України від 05.07.94 р. №80/94-ВР: станом на 01 лип. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 17.08.2023).

18. Хатько А. В. Соціальні мережі як сучасний засіб залучення абітурієнтів до ВНЗ. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Сер. : Педагогічні науки*. Вип. 1. Бердянськ, 2015. С. 285–293.

19. Шаров С. В., Хрептус В. С. Загальні принципи створення веб-сайту. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення*: зб. тез доповідей Міжнар. наук. Інтернет-конф. (м. Тернопіль, 13 листопада 2018 р.). Тернопіль, 2018. Т. 33. С. 104–106.

#### **Myna Zh. V., Maletych D. V. INFORMATION SUPPORT FOR COMMUNICATION WITH APPLICANTS UPON ADMISSION TO A MASTER'S PROGRAM**

*The article analyzes the information support for communication communication with applicants upon admission to a master's program. The global Internet is shown as such, which plays an important role in improving communication without territorial boundaries. It is emphasized that in today's world, one of the key areas of presentation to entrants of the specialty is professional orientation using information and communication technologies. It was emphasized that career guidance is also important when entering a master's program, which provides an opportunity to improve one's qualification level and gain new experience, both theoretical and practical. It opens up more opportunities for future employment, continuing scientific research in graduate school, and career growth. It is noted that applicants conduct a relevant search for information about the choice of specialty and higher education, therefore universities conduct their information and communication activities to attract the attention of applicants, using websites, social networks, chatbots, postcards, booklets, etc. An analysis of publications on the topic was carried out. The international experience of career guidance for the master's degree is analyzed. It was concluded that during electronic communication with entrants, it is necessary to follow certain rules, which are enshrined in legislation, international standards and regulatory documents. The creation of a chat-bot will allow to optimize the activities of various structural divisions of the Higher Education Institution, will allow to provide information to the applicant with the necessary data for successful admission.*

**Key words:** applicant, admission campaign, information, site, chatbot, advertising support, innovation, master's program.