

УТВЕРЖДЕНО

Директор ГБПОУ МО «ШЭТ»

Давыдов В.Ю.

2026

ПЛАН МЕДИАГРУППЫ ШЭТ (ПРОФОРИЕНТАЦИЯ + ПРИЕМ 2026)

Главная идея года: «ШЭТ — твой старт в энергетику будущего».

Тон коммуникации: Энергичный, современный, честный, дружелюбный.

ЭТАП 1. ЗИМА-ВЕСНА: ПРОГРЕВ АУДИТОРИИ (Формирование интереса)

Цель: Показать техникум изнутри, познакомить с профессиями.

ЯНВАРЬ: ПОГРУЖЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ

- **Сотрудничество с Молодежным центром:** Участие в городских профориентационных квизах или ярмарках. Съемка процесса подготовки команды ШЭТ.
- **Памятная дата (День студента):** Акция «Стань студентом на час». Пригласить школьников на пару (например, электротехнику). Снять их реакцию.

ФЕВРАЛЬ: НАУКА И КАРЬЕРА

- **День науки:** Сюжет про исследовательские работы студентов. Показать, что в техникуме тоже занимаются наукой и инновациями.
- **Профориентация (Акцент на работодателей):**
 - Запуск серии «Из ШЭТ на ГРЭС». Видео-интервью с молодыми специалистами Шатурской ГРЭС, которые 2-3 года назад окончили техникум.
 - Вопросы: Сколько получаешь? Что делаешь? Страшно ли было начинать?
- **23 Февраля:** Связать с профориентацией. Рубрика «Технар — это защитник». Интервью с выпускниками, служившими в войсках связи или инженерных войсках.

МАРТ: ТЕХНИКУМ ГЛАЗАМИ ДЕВУШЕК

- **8 Марта:** Спецпроект «Девушки в энергетике». Разрушаем миф, что это мужская профессия. Снять стильный фотопроjekt студенток в касках и спецовках (получится очень контрастно и красиво для соцсетей).
- **Встречи с работодателями:** Репортаж с мастер-класса от профессионалов с производства прямо в мастерских техникума. Крупные планы инструментов, искр (сварка), приборов.
- **Подготовка к Дню открытых дверей:** Тизеры-анонсы: «Через неделю увидишь, как паять микросхемы своими руками».
- **Рубрика #ПрофНавигатор:** Короткие вертикальные видео (Reels/Shorts) о каждой специальности.

- *Идея:* Студент держит в руках ключевой инструмент профессии (электрик — индикатор, сварщик — маску, техник — ноутбук с чертежом) и за 15 секунд рассказывает, чему он научился.

АПРЕЛЬ: МАКСИМАЛЬНАЯ НАГЛЯДНОСТЬ

- **Ключевое событие: День открытых дверей.**
 - **Форматы съемки:**
 1. **Прямой эфир** с экскурсией по мастерским для тех, кто не смог приехать (родители из других городов).
 2. **Интервью-экспресс** с пришедшими школьниками: «Что хочешь выбрать?».
 3. **Интервью с директором** коротко: «Какие специалисты нужны Шатуре прямо сейчас?».
 - **Сотрудничество с выпускниками:** Пригласить выпускников прошлых лет на День открытых дверей как живых «экспонатов» успеха. Взять у них комментарий.
-

ЭТАП 2. МАЙ: ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПЕРЕХОД

Цель: Связать память о прошлом с выбором будущего, зафиксировать окончание учебного года как точку входа для новых студентов.

МАЙ: ПАМЯТЬ И ВЫБОР

- **9 Мая (Связь поколений):**
 - Проект «Бессмертный полк ШЭТ» + **Профориентационный контекст.** Истории о том, как прадеды восстанавливали энергосистему после войны или работали на торфопредприятиях. Это формирует уважение к профессии.
 - Видео: Студенты ШЭТ возлагают цветы к памятнику энергетикам (если есть в Шатуре) или к Вечному огню.
 - **Последний звонок (для выпускников техникума):**
 - Но снимаем это не как грустный праздник, а как **трамплин**. Рубрика «Куда я пойду работать». Опрос выпускников, у которых уже есть распределение или приглашение от работодателей.
 - **Запуск «горячей линии» по поступлению:** В конце мая начинаем выходить в прямой эфир с ответами на вопросы. Первый эфир: «Какие документы собирать и куда нести?».
-

ЭТАП 3. ИЮНЬ-ИЮЛЬ: ГОРЯЧАЯ ПОРА (ПРИЕМНАЯ КАМПАНИЯ)

Цель: Обработать возражения, снять страхи, довести абитуриента до подачи заявления.

ИЮНЬ: АТАКА КОНТЕНТОМ

- **Рубрика #Вопрос_Ответ_ШЭТ:**
 - Каждый день (или через день) пост/видео с ответом на 1 конкретный вопрос.

- Темы: Общежитие (показать комнату!), стипендия (сколько, за что), распорядок дня, можно ли работать после 2 курса, есть ли бюджетные места, берут ли с тройками.
- **Интервью с приемной комиссией:**
 - Детальное видео о том, как заполнять заявление, чтобы не отказали. Разбор типичных ошибок.
- **Абитуриент-блог:**
 - Найти реального школьника, который планирует поступать в ШЭТ, и дать ему телефон. Пусть снимает процесс подачи документов «из первых рук». Это кратно повышает доверие.
- **12 июня (День России):** Связать с профориентацией. «Работая в энергетике, ты обеспечиваешь энергобезопасность страны».

ИЮЛЬ: ФИНИШНАЯ ПРЯМАЯ

- **Прямые эфиры каждую неделю с приемной комиссией.** Тема: «Остались места? Какой проходной балл сейчас?».
- **Сюжеты о внеучебной жизни:** Спортзал, кружки, волонтерство. Родители переживают не только за учебу, но и за досуг ребенка. Показать, что в техникуме весело.
- **Напоминания:** Посты-счетчики: «Осталось 5 дней до конца приема документов!».
- **Вручение дипломов (Выпускной):**
 - Снять историю успеха. Например, выпускник-краснодипломник, который уже получил предложение о работе на ГРЭС. Его путь от первокурсника до профессионала (флэшбек из архивов медиагруппы).

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ НА ПОЛГОДА

1. **«Честный разбор специальностей» (Видео-гид):**
 - Снимаем 5-минутные ролики по каждой специальности (Теплоснабжение, Электрические станции и т.д.).
 - Структура: Что буду изучать? Где буду работать? Сколько буду получать? (опрос реальных работодателей). Есть ли отсрочка от армии?
2. **«Родительское собрание онлайн»:**
 - Отдельный стрим только для родителей. Пригласить психолога (можно из Молодежного центра) + преподавателей. Говорить о безопасности, быте, стипендии.
3. **Коллаборация с блогерами Шатуры:**
 - Пригласить популярного городского блогера (из TikTok/Instagram) провести день в техникуме. Пусть он снимет свой челлендж: «Сможет ли блогер стать электриком на один день?». Это даст охват за пределами подписчиков техникума.

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ МЕДИАГРУППЫ НА ПЕРИОД ПРИЕМА

- Сделать навигационные таблички (куда идти абитуриенту) и снять про это сторис.

- Записать видео-приветствие для абитуриента от директора.
- Снять обзор общежития (комнаты, душ, кухня).
- Снять обзор столовой (показать меню и цены).
- Сделать памятку иногороднему студенту (как добраться от вокзала до техникума) в формате видео.

Этот план делает упор на **результат** (подача документов), а не просто на фиксацию событий. Каждая съемка должна отвечать на вопрос: «Поможет ли это школьнику выбрать нас?».