



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Организация работы Центра карьеры в начале года: анализ

Лазарева Валерия Михайловна,
заместитель начальника Центра аналитики и статистики среднего
профессионального образования, ФГБОУ ДПО «ИРПО»

28 февраля 2023 года

Анализ и его значение в деятельности Центра карьеры

Анализ – это сбор информации, количественных и качественных данных, на основе которых выстраивается система работы Центра карьеры.

Цель анализа – установить факторы, влияющие на развитие текущей ситуации занятости в ПОО.

ЧТО АНАЛИЗИРУЕМ В НАЧАЛЕ ГОДА?



Анализ состояния рынка труда субъекта Российской Федерации, а также состояние контингента и выпуска ПОО



Оценка ресурсов Центра карьеры и образовательной организации для достижения целевых показателей в настоящем году



Оценка достижения/недостижения целевых показателей деятельности центра карьеры, а также факторов, повлиявших на эффективность деятельности центра карьеры в прошлом году, новых вызовов



Опрос студентов и выпускников ПОО по вопросам деятельности центра карьеры

Анализ состояния рынка труда субъекта Российской Федерации, а также состояние контингента и выпуска ПОО

ЧТО НЕОБХОДИМО ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ?



1. Определить ключевых работодателей уровня региона, уровня муниципалитета и их специализацию



2. Выявить приоритетные профессии и специальности, требующие среднего профессионального образования, реализуемые в ПОО



3. Выявить профессии и специальности, реализуемые в ПОО, по которым наблюдается низкий уровень занятости, сопоставить с перечнем приоритетных

ГДЕ ИСТОЧНИК ДАННОЙ ИНФОРМАЦИИ?

<https://companies.rbc.ru/regions/>

Открытые источники в сети «Интернет»; вакансии

Перечень наиболее востребованных и перспективных специальностей и рабочих профессий в субъекте РФ, требующих среднего профессионального образования (ТОП-Регион)
Список 50 наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, требующих среднего профессионального образования (ПРИКАЗ от 26 октября 2020 года N 744) (ТОП-50)

Результаты мониторинга Роструда (письмо Департамента в адрес региональных министерств образования от 7 февраля 2023 г. № 05-347)

Анализ состояния рынка труда субъекта Российской Федерации, а также состояние контингента и выпуска ПОО

ЧТО НЕОБХОДИМО ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ?

4. Определить численность студентов и выпускников ПОО

ГДЕ ИСТОЧНИК ДАННОЙ ИНФОРМАЦИИ?

Запрос информации у структурного подразделения ПОО

Где пригодится результат анализа?

- В процессе сотрудничества с работодателем по вопросу организации временного трудоустройства, стажировок, практики.
- В процессе информирования студентов и выпускников на предмет востребованности той или иной профессии и специальности, об имеющихся вакансиях, требуемых компетенциях от соискателя.
- В процессе разработки плана мероприятий на год, постановки целевых показателей.
- Анализ позволит выявить те профессии и специальности, а также тех студентов и выпускников, которые потенциально находятся под риском нетрудоустройства. Для таких студентов и выпускников необходима организация опросов, бесед на предмет низкой мотивации к трудоустройству, организация дополнительных совместных мероприятий с работодателем или их реструктуризация.

Достижение целевых показателей деятельности Центра карьеры в предыдущем году

Проблема

Менее 50% центров карьеры ставят себе целевые показатели в планах мероприятий

Последствие

Отсутствует возможность оценить эффективность деятельности, проведенных мероприятий

Что необходимо проанализировать?

1. Результаты мониторинга эффективности деятельности Центра карьеры (05-2635 от 29.12.2022)

- Были ли поставлены целевые показатели деятельности центра карьеры? Достигнуты ли те целевые значения, которые были поставлены? Если нет, то почему?
- Какой уровень занятости наблюдается в ПОО? Как уровень занятости меняется в разрезе профессий, специальностей, различных целевых аудиторий?
- Активно ли привлечение аудитории к деятельности центра карьеры через сайт, социальные сети?
- Все ли выпускники охвачены деятельностью центра карьеры?
- Сколько было охвачено поступающих?
- Нет ли *постоянного* фокуса внимания на определенные профессии и специальности?
- Коррелирует ли охват деятельностью центра карьеры и уровень занятости по определенным профессиям, по отдельным целевым аудиториям?
- Как много выпускников получили индивидуальную адресную помощь?
- Сколько профориентационных мероприятий (в т.ч. профессиональных проб) проведено на базе ПОО?
- Обеспечено ли разнообразие мероприятий по содействию занятости для разных целевых аудиторий (студенты; выпускники, в т.ч. с инвалидностью и ОВЗ; выпускники, завершившие службу по призыву; выпускники с договором о целевом обучении)?
- Сколько работодателей вовлечено в деятельность центра карьеры (заключено соглашений)?
- Сколько работодателей принимают участие в мероприятиях ПОО?
- Сколько работодателей, с которыми заключены соглашения, трудоустроили выпускников ПОО?
- При наличии: какое место в рейтинге центров карьеры региона занимает ПОО?

Где пригодится результат анализа?

При составлении плана мероприятий и целевых показателей

Оценка ресурсов Центра карьеры и образовательной организации для достижения целевых показателей в настоящем году

Что необходимо проанализировать?



1. Наличие локально-нормативных документов

- Утверждено ли положение Центра карьеры?
- Существует ли регламент работы, определены ли бизнес-процессы?
- Разработаны ли должностные инструкции?
- За центром карьеры закреплены отдельные сотрудники или это внутреннее совмещение?
- Со всеми работодателями заключены соглашения о взаимодействии? ... и др.



3. Применение цифровых ресурсов в работе центра карьеры

- Используются ли в работе: сайт ПОО, социальные сети (какие?)?
- Привлекаются ли СМИ к освещению работы центров карьеры?
- Ведется ли интерактивная работа через социальные сети с поступающими, студентами, выпускниками?
- Как часто пользователи посещают страницы цифровых ресурсов? Куда чаще всего переходят? Как часто отмечаются «реакции» на контент? (Метрики)



2. Кадровый капитал центра карьеры

- Сколько сотрудников задействовано в работе Центра карьеры?
- Как распределены должностные обязанности? Все ли учтены, все ли задачи распределены?
- Привлекаются ли к работе центров карьеры студенты старших курсов?



4. Взаимодействие с работодателями

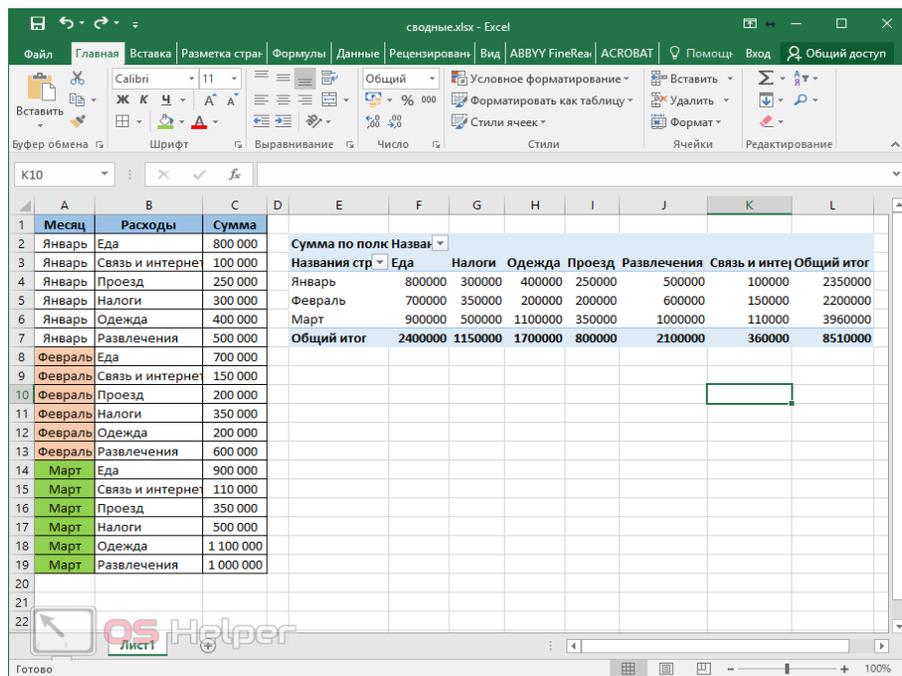
- Со сколькими работодателями заключены соглашения о взаимодействии?
- Все ли работодатели активны?
- Не ограничивается ли взаимодействие с работодателем только практической подготовкой?
- Ведутся ли выездные мероприятия? Организовывается ли временное трудоустройства, в т.ч. в летний период?

Оформление базы данных

Советы:

1. База данных ведется, преимущественно, в Excel или доступных табличных аналогах (MS Word исключен).
2. При использовании таблиц исключить функцию «объединение ячеек», идентичные записи должны иметь единое начертание.
3. Изучить механику работы со сводными таблицами.

Это упростит процесс предоставления любой официальной отчётности!



The screenshot shows an Excel spreadsheet with a pivot table. The pivot table summarizes expenses by month and category. The categories include: Еда, Связь и интернет, Проезд, Налоги, Одежда, Развлечения, and Общий итог. The data is organized into columns for each category and rows for each month (January, February, March).

Месяц	Расходы	Сумма	Сводная таблица							
Январь	Еда	800 000	Сумма по полк Назва							
Январь	Связь и интернет	100 000	Названия стр	Еда	Налоги	Одежда	Проезд	Развлечения	Связь и инте	Общий итог
Январь	Проезд	250 000	Январь	800000	300000	400000	250000	500000	100000	2350000
Январь	Налоги	300 000	Февраль	700000	350000	200000	200000	600000	150000	2200000
Январь	Одежда	400 000	Март	900000	500000	1100000	350000	1000000	110000	3960000
Январь	Развлечения	500 000	Общий итог	2400000	1150000	1700000	800000	2100000	360000	8510000
Февраль	Еда	700 000								
Февраль	Связь и интернет	150 000								
Февраль	Проезд	200 000								
Февраль	Налоги	350 000								
Февраль	Одежда	200 000								
Февраль	Развлечения	600 000								
Март	Еда	900 000								
Март	Связь и интернет	110 000								
Март	Проезд	350 000								
Март	Налоги	500 000								
Март	Одежда	1 100 000								
Март	Развлечения	1 000 000								

Где можно научиться?

Примеры:



<https://stepik.org/course/3554/syllabus>

Более 5 бесплатных курсов по Excel



<https://my-excel.ru/excel/>

Текстовые пошаговые инструкции

Иные платформы обучения, курсы

Опрос студентов и выпускников ПОО по вопросам деятельности центра карьеры

Что необходимо спросить у студентов и выпускников в рамках опроса, а также проанализировать?



Блок 1. Осведомленность о деятельности центра карьеры

- Знают ли студенты и выпускники о том, что в ПОО функционирует центр карьеры?
- Обращались ли ранее студенты и выпускники в центр карьеры?
- С какими вопросами обращались в центр карьеры?
- Помог ли в решении вопроса центр карьеры?
- Как студент и выпускник обратились за помощью (с использованием социальных сетей, по телефону, по почте или лично)?



Блок 2. Профессиональные представления

- Имеется ли опыт работы у студента и выпускника?
- Планируют ли студент и выпускник работать «по профессии»?
- Что наиболее важно при трудоустройстве?
- Какой ожидаемый уровень заработной платы?
- Кем планируют работать студент и выпускник через 3 года, 5 лет?



Блок 3. Применение цифровых ресурсов

- Какие источники информации по вопросам занятости наиболее эффективны в поиске работы?
- Какие социальные сети предпочтительнее для освещения вопросов занятости?
- Насколько полезна та информация, которая публикуется в социальных сетях и на официальном сайте?
- Чего не хватает в социальных сетях и на официальном сайте для того, чтобы стать более привлекательными для студента и выпускника?



Блок 4. Мероприятия центра карьеры

- В каких мероприятиях центра карьеры студент и выпускник уже принимал участие?
- Какие мероприятия показались наиболее интересными, эффективными, а какие нет?
- Какие мероприятия студент и выпускник хотели бы посетить?
- По каким вопросам студент и выпускник хотели бы получить индивидуальную консультацию?



Опрос можно провести как при помощи официального сайта ПОО, социальных сетей, Яндекс.Формы, так и с помощью напечатанных форм. Проще анализировать те опросы, которые проведены электронно.



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Организация работы Центра карьеры в начале года: цифровые ресурсы

Лазарева Валерия Михайловна,
заместитель начальника Центра аналитики и статистики среднего
профессионального образования, ФГБОУ ДПО «ИРПО»

28 февраля 2023 года

Цифровые ресурсы ПОО

Цифровые ресурсы – средства передачи информации при помощи сети «Интернет»

Зачем использовать в работе цифровые ресурсы?

Для распространения информации о процессе трудоустройства и занятости, популяризации среднего профессионального образования, создания имиджа центра карьеры



Сайт образовательной
организации



Вкладка Центра
карьеры



Социальные сети



Вконтакте



Телеграмм



Одноклассники

Принципы оформления цифровых ресурсов

Чтобы цифровые ресурсы помогали в работе, а не стали дополнительным «ненужным» фронтом работ, необходимо уделить внимание следующим принципам работы в социальной сети:



- **Клиентоориентированность.** Цифровой ресурс должен прежде всего отвечать на вопросы и решать «боли» потенциального пользователя – поступающего, студента, выпускника и работодателя.



- **Визуальная привлекательность.** Цифровой ресурс должен визуально привлекать потенциальных пользователей. Должны быть использованы комплиментарные цветовые решения или брендбук, картинки высокого разрешения. В случае наличия дополнительных вкладок на странице центра карьеры, вкладки должны быть также структурированы и понятны.



- **Отсутствие высокой концентрации терминов и лаконичность.** Контент должен быть структурирован и понятен, не должен быть похож на отчетность. Лучше написать меньше, но понятно.

С чего начать?

Чтобы цифровые ресурсы помогли в работе, а не стали дополнительным «ненужным» фронтом работ, необходимо выполнить следующие шаги:

1. Вернуться к этапу анализа и ответить на вопросы:
 - Как часто пользователи посещают страницы цифровых ресурсов?
 - Куда чаще всего переходят?
 - Как часто отмечаются «реакции» на контент?
 - На какой цифровой ресурс центром карьеры выполнен фокус? Из-за чего выбран именно этот ресурс? На чем фокуса нет?
2. Если случилось так, что на большинство вопросов дать ответ затруднительно, нужно провести опрос среди студентов и выпускников.

На основе анализа и опроса определить наиболее часто встречающиеся «точки роста», определить интересы вашей аудитории.

Как оформить вкладку центра карьеры на сайте образовательной организации?

1. Визуально вывести вкладку Центра карьеры в «шапку» сайта или боковое меню.
2. Вывести на стартовую страницу *понятную молодежи* информацию о: чем занимается центр, с чем поможет, чем обладает, кто работает в центре, расписание групповых мероприятий и контакты для индивидуальной консультации, новости о деятельности центра карьеры.
3. Добавить раздел «**Для работодателя**». Информация в данном разделе носит более официальный характер. В данном разделе размещается информация о том, кого обучает ПОО, сколько специалистов в год она готова направлять на трудоустройство, с каким оборудованием умеют работать специалисты.
4. Использовать привлекательные изображения, фотографии мероприятий, выездов на предприятия.
5. Создать дополнительные вкладки для нормативно-правовых актов, для банка вакансий, для сотрудников (если таковых много).
6. Добавить на сайт элементы аналитики (например, Яндекс.Метрика), снимать статистику ежемесячно.

Центр карьеры и содействия трудоустройству обучающихся и выпускников

На базе колледжа функционирует центр карьеры и содействия трудоустройству обучающихся и выпускников.

Настоящий центр создан в образовательной организации в соответствии с Федеральным Законом № 273-ФЗ от 29 декабря 2012г. «Об образовании в Российской Федерации», распоряжением Руководителя Департамента образования города Москвы от 21 апреля 2015 года № 107р. «Об организации мониторинга трудоустройства выпускников ПОО города Москвы», письмом Министерства образования и науки РФ № ИК-35/03 от 18 января 2010г. «О создании и функционировании центров (служб) содействия трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования», письмом заместителя Министра образования и науки Российской Федерации от 24 марта 2015г. № АК-763/06 «О направлении рекомендаций по организации мониторинга трудоустройства выпускников»

Направления работы Центра:

- повышение уровня конкурентоспособности и информированности обучающихся и выпускников о состоянии тенденциях рынка труда с целью обеспечения максимальной возможности их трудоустройства;
- сотрудничество с предприятиями и организациями, выступающими в качестве работодателей для обучающихся и выпускников;
- формирование банка данных вакансий, предлагаемых работодателями по соответствующему профилю;
- организация временной занятости обучающихся; организация стажировок и практик; проведение организационных мероприятий;
- организация взаимного сотрудничества с социальными партнерами – работодателями, Центрами занятости населения г. Москвы, кадровыми агентствами и другими заинтересованными организациями, занимающимися вопросами профессионального консультирования и трудоустройства.

Служба содействия трудоустройству выпускников осуществляет комплексное консультирование обучающихся и выпускников по вопросам трудоустройства, вопросам самоопределения на рынке труда, развития трудовой карьеры, ведения переговоров с работодателями, а также заключает договоры с работодателями о временном трудоустройстве обучающихся и выпускников с перспективой дальнейшего трудоустройства на постоянной основе. Обучающиеся, положительно зарекомендовавшие себя во время прохождения практики, в дальнейшем трудоустраиваются в те же организации.

Руководитель Центра – _____

Время приема: вторник _____

Нормативно-правовые акты:



Приказ о создании центра карьеры и содействия трудоустройству обучающихся и выпускников колледжа



Положение о центре карьеры и содействия трудоустройству обучающихся и выпускников колледжа



Распоряжение



Рекомендации

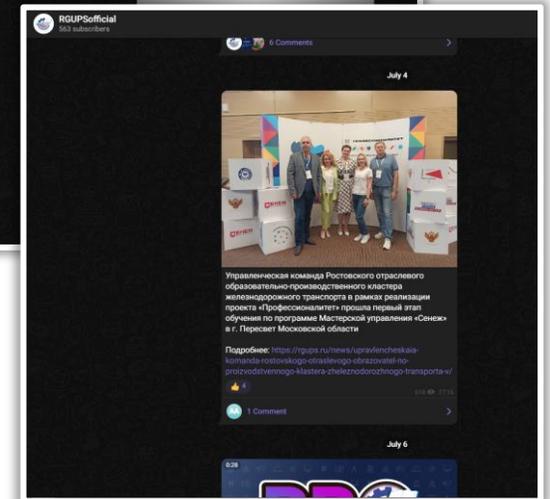
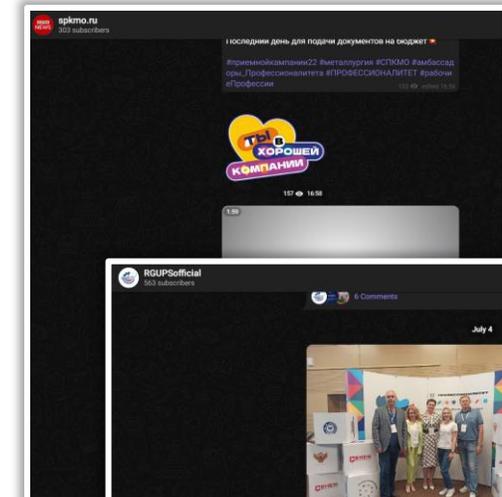
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ



Использование социальных сетей особенно важно для популяризации среднего профессионального образования среди молодежи

Типичная социальная сеть образовательной организации сейчас – какая она?

- ✓ 2 800-3 000 подписчиков в группах ВКонтакте
- ✓ В среднем 15-20 лайков на публикацию 3-5 комментариев на публикацию
- ✓ В Телеграмм каналах 350-400 подписчиков
- ✓ По 30-35 публикаций за месяц
- ✓ 300+ просмотров публикаций в Телеграмм-каналах



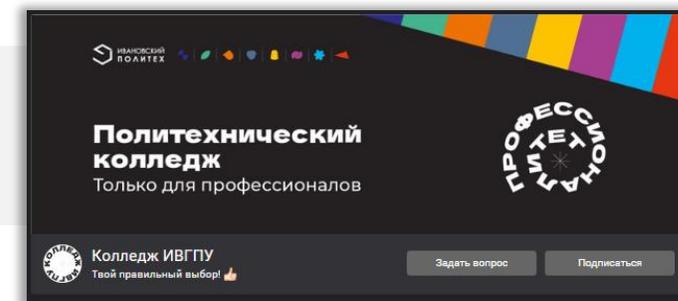
Принципы оформления социальных сетей



НАГЛЯДНОСТЬ

Оформления сообщества в ВК важны дизайн и графические элементы — они привлекают внимание.

1. Высокая пиксельность аватара группы, отсутствие размытости (не менее 200x200 px)
2. Наличие информативного и/или красивого баннера с изображением студентов или здания колледжа и иных элементов, обозначающих колледж
3. Изображения для публикаций подобраны по теме публикации и/или использованы разнообразные фотографии участников, фото высокого качества без размытости



УНИКАЛЬНОСТЬ ПОСТОВ/ИНФОРМАТИВНОСТЬ

Это оригинальная, неповторимая информация.

Уникальность текста – это показатель отсутствия повторов текста в Интернете или соотношение частей созданного текста к уже существующему

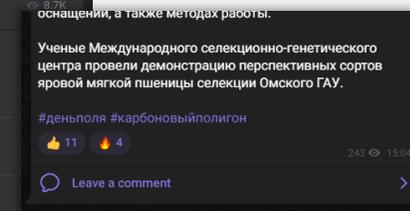
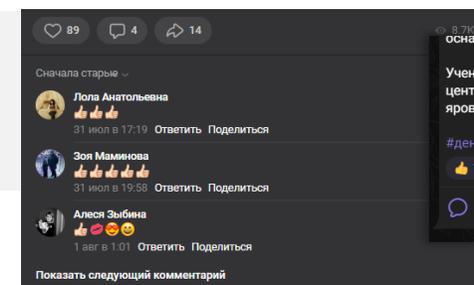
1. Текст публикации не является копией публикации на сайте образовательной организации или репостом (репосты допустимы, но не часто)
2. Использованы смайлики; Текст отформатирован и разделен на абзацы
3. Отсутствуют «лонгриды» – длинные, неотформатированные публикации



АКТИВНОСТЬ ГРУППЫ

(лайки/комментарии к постам)

1. Под публикациями есть живые комментарии, на публикации ставятся «реакции»

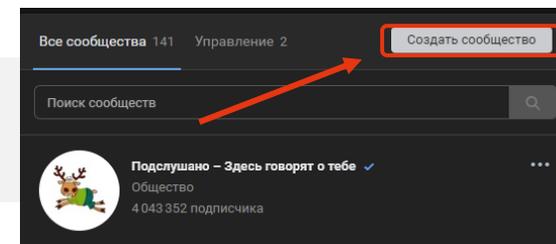


КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



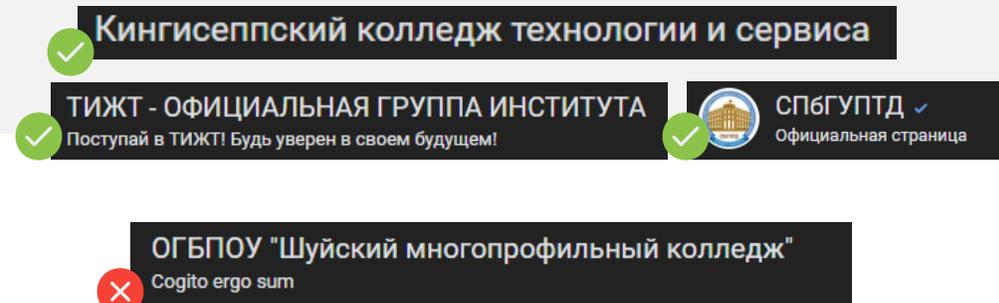
- 1 Создать сообщество тем колледжам, кто в настоящий момент ведет страницу

Нажимаем на кнопку «Мои сообщества» - «Создать сообщество».



- 2 Выбрать название для сообщества

Лучше отказаться от использования аббревиатуры «ОГБПОУ» и подобных и использовать аббревиатуры «ИвГПУ», «ДВССК» и иные, которые посетитель страницы способен узнать и соотнести с названием ПОО. Допустимо полное название колледжа, например, «Шуйский многопрофильный колледж», если название недлинное.



- 3 Выбрать аватар для сообщества

Аватар должен быть:

1. Чётким: пиксельность картинки 1080x1080px (для универсального применения);
2. С круглым или вписывающимся в круг элементом: основная картинка (логотип, аббревиатура и т.д.) должна вписаться в форму круга;
3. Узнаваемым: поступающий должен сразу понять, что вот это – колледж, куда я хочу поступить.



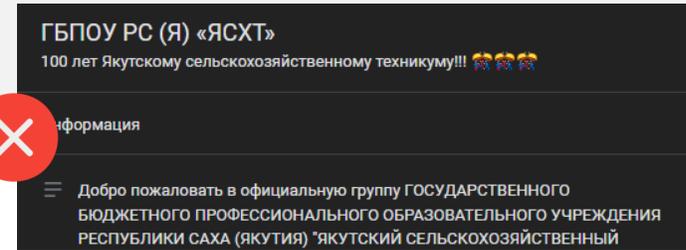
КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



4

Добавить баннер сообщества

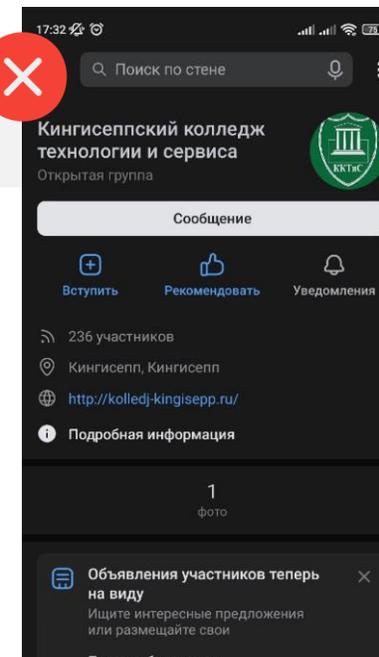
1. Баннер должен быть четкий, размером 1590x530px.
2. Баннер может быть: фото здания колледжа, красивая фотография студентов и т.д. с текстовой информацией: название колледжа и/или контакты и/или лозунг



5

Добавить мобильный баннер сообщества

1. Баннер для мобильных телефонов – вертикальный, для создания мобильного баннера можно переиграть горизонтальный
2. В мобильном баннере может быть анимация, ролик до 30 секунд
3. Мобильный баннер имеет менее строгие правила, могут быть самые разнообразные фотографии до 5 штук

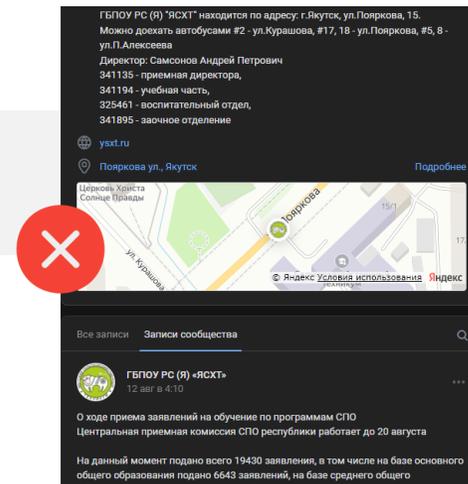
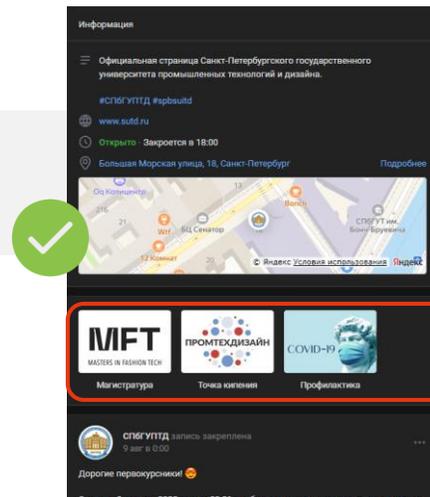


КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



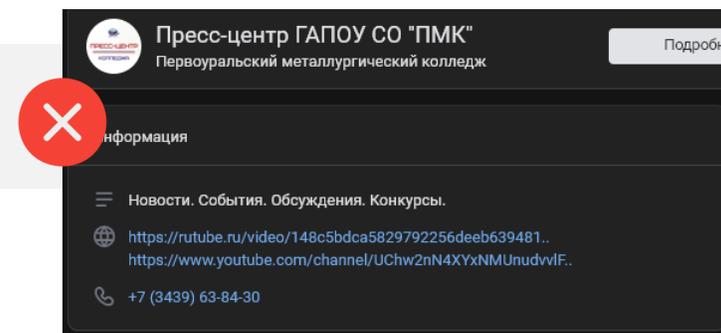
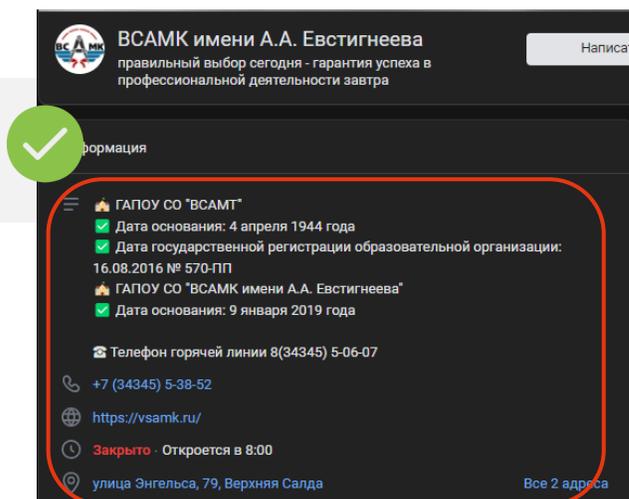
6 Добавить меню-карусель (необязательно)

1. Меню-карусель – это прямые ссылки: например, на официальный сайт, чаты, на перечень программ и сайты работодателя.
2. Для работодателя можно также добавить ссылки на фото деятельности студентов и выпускников, при наличии – банк резюме.



7 Добавить описание группы

1. В описание группы необходимо внести наименование колледжа (если ранее использовалась аббревиатура), контакты, лозунг и др.



КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



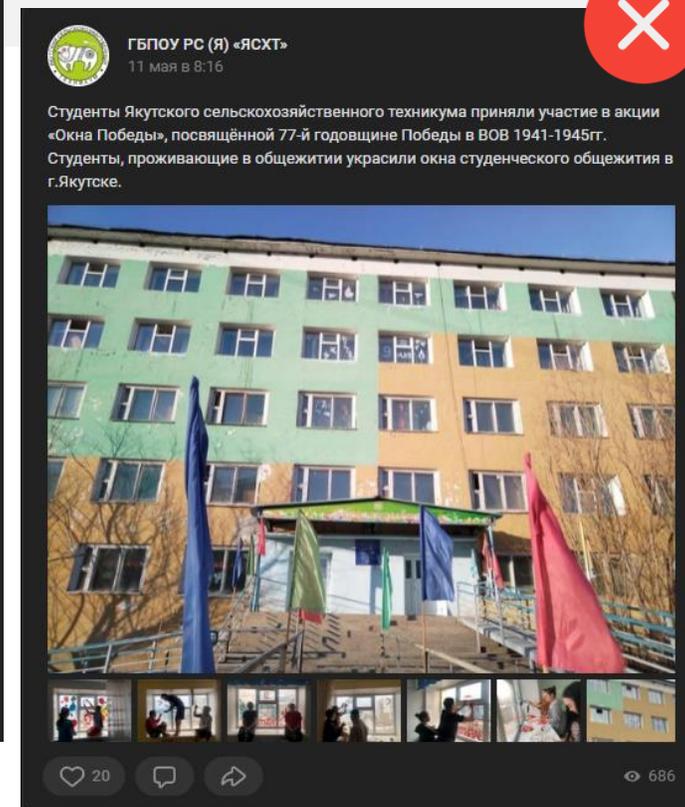
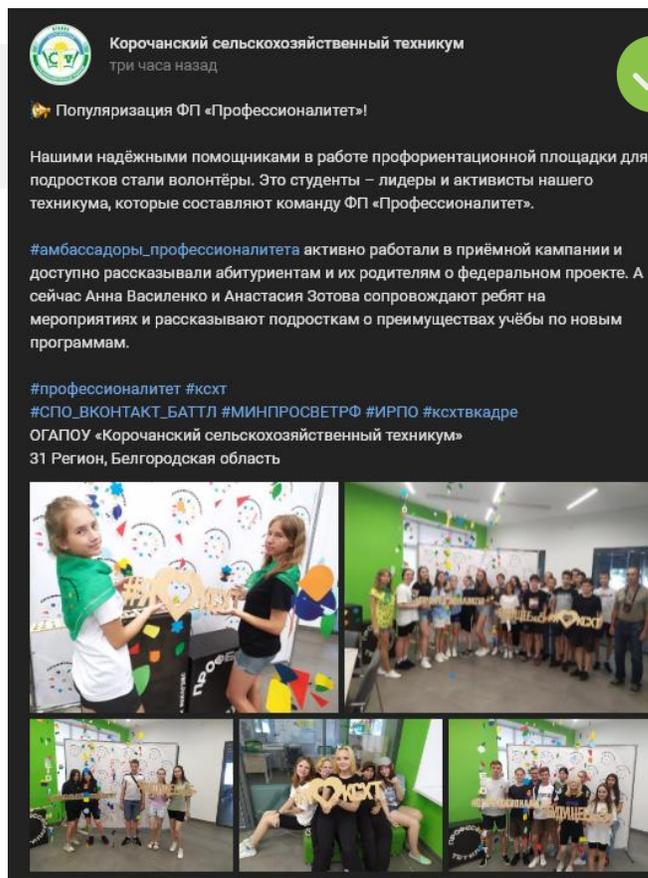
8

Ведение постов

Ключевые правила:

1. **Посты должны привлекать внимание:** напишите заголовок или смысл поста в одном предложении так, чтобы это было интересно: используйте цифры, ответ на вопрос аудитории, лайфхак и др.
2. **Структурируем текст поста:** в пост вносим небольшое количество текста (до 500 знаков) без воды и канцеляризмов. Помните, вас читает молодежь. Абзацы делим через кнопку Enter.
3. **Даем ценность читателю своим постом:** ответьте себе на вопрос, «зачем я это публикую?» и дайте себе же ответ в посте.
4. **Используйте картинки:** в процессе пролистывания ленты первым, за что зацепится глаз, будет картинка. На картинку необходимо вывести кратко тему поста (завлекающая фраза), саму картинку использовать по теме.

Ваша группа Вконтакте – это не файлообменник, не отчетность. Это инструмент, который позволит Вам привлечь новых поступающих, трудоустроить студентов и выпускников, привлечь потенциальных работодателей к взаимодействию и многое другое. Все зависит от Вашей фантазии



КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



9

Мне нечего публиковать, что делать?

Для каждого центра карьеры составлен план мероприятий на год. Мероприятия могут освещаться как в форме новостей, так и в интерактивных формах. По плану мероприятий можно составить контент-план в качестве приложения.

10

Некому это делать, кого привлечь?

В каждом колледже есть ресурс с высоким уровнем запаса творчества и желания работать в социальных сетях – это студенты и выпускники. Можно устроить конкурс по оформлению группы.

11

Какой будет активность у группы?

По завершению всех предварительных работ по оформлению, а также после нескольких месяцев структурированных, наполненных интересными для выпускников и студентов контентом публикаций, активность группы начнет расти.

Снимайте ежемесячно статистику: сколько подписалось человек, сколько просмотров записей, есть ли комментарии, есть ли лайки, увеличились ли они со временем. Если ситуация не изменилась с момента начала работы над развитием социальных сетей, необходимо заострить внимание на том, как ведется интерактивная работа со студентами и выпускниками, что и когда публикуется.

КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?

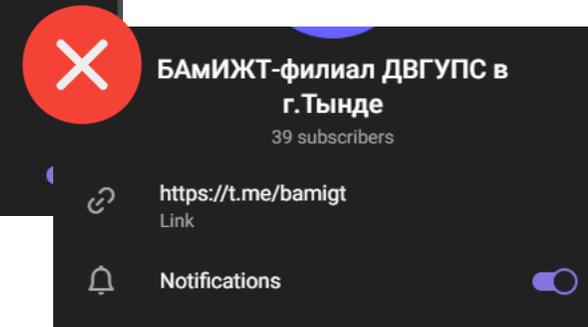
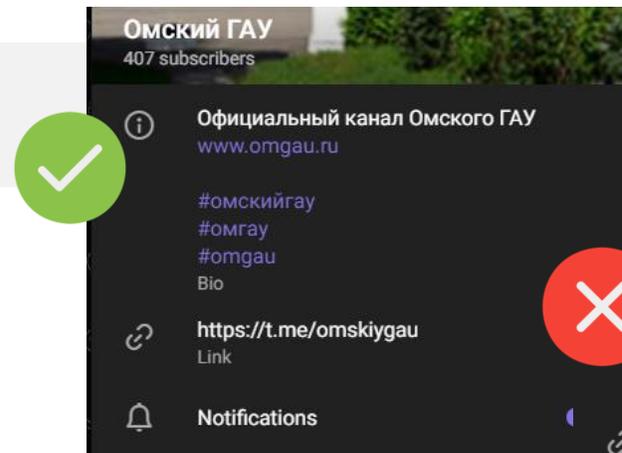


1 Выберите понятное, узнаваемое название канала

Название должно отражать смысл канала, можно сокращать название или сделать его «кликбейтным» (призывающим зайти и посмотреть, как заголовок желтой газеты), например «Новости Щекинского политеха».

Если канал открытый (каким он и должен быть), выберите краткое название для канала, лучшее решение – это аббревиатура, например, @dvssk.

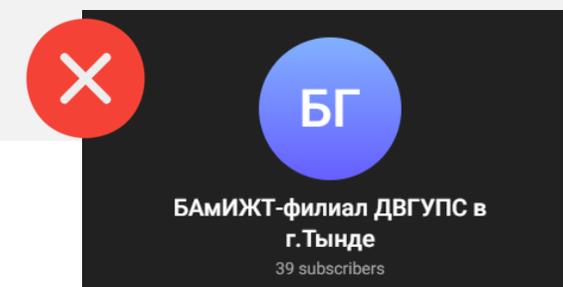
Не используйте для названий длинные наименования, в списке каналов оно будет «прятаться», часть слова будет обрезана.



2 Выберите узнаваемый аватар

Логика выбора аватара схожа с логикой выбора для сообщества ВКонтакте: лучше выбрать округлую форму, чтобы вписать ее в формат отображения.

Не оставляйте канал без аватара, Вы сольетесь с обычными личными чатами подписчиков.

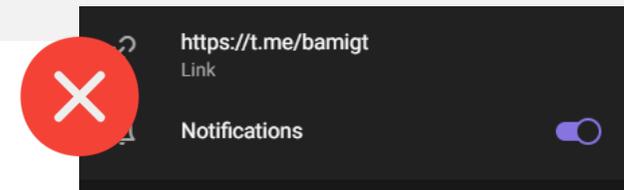
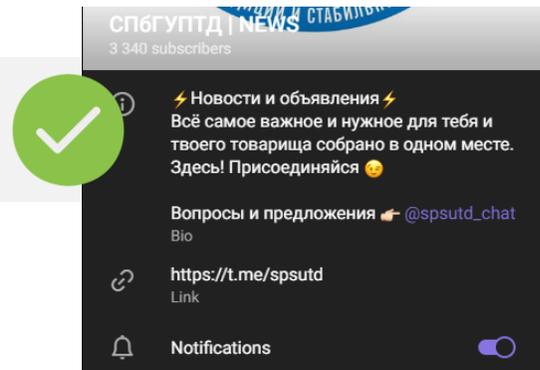


КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



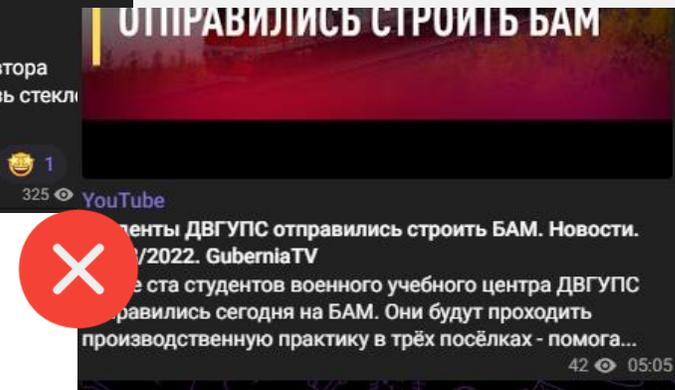
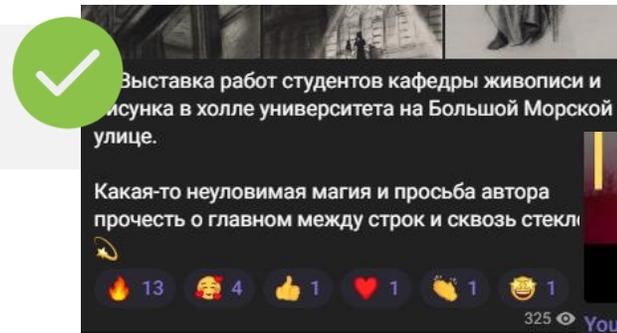
3 Добавьте описание канала

В описание лучше всего внести информацию о том, что вы публикуете в данном канале, контакты, официальный сайт, хэштеги и иное.



4 Включите реакции к публикациям, а также комментарии

Реакции к публикациям – это смайлики под ними, а также комментарии. Данная реакция является показателем того, что информация, которую вы публикуете, интересная, она «отзывается» у читателя.



КАК ОФОРМИТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



5 Используйте качественные картинки и фотографии по теме публикации

Картинки и/или фотографии должны быть по тематике публикации, высоко разрешения и качества. Фото должны быть разнообразные (объекты, люди, видео процесса и т.д.)

6 Форматируйте текст

Логика форматирования текста схожа с логикой для публикаций ВКонтакте: Посты должны привлекать внимание, должны быть структурированы, абзацы разделены, использовано небольшое количество текста без канцеляризмов.



Сегодня Омский ГАУ посетили школьники из Луганской народной республики.

Омске у ребят проходит образовательная смена, которая продлится до 22 августа. Сегодняшний день школьникам запомнится надолго, ведь они побывали в «Зеленой жемчужине» города - Омском ГАУ.

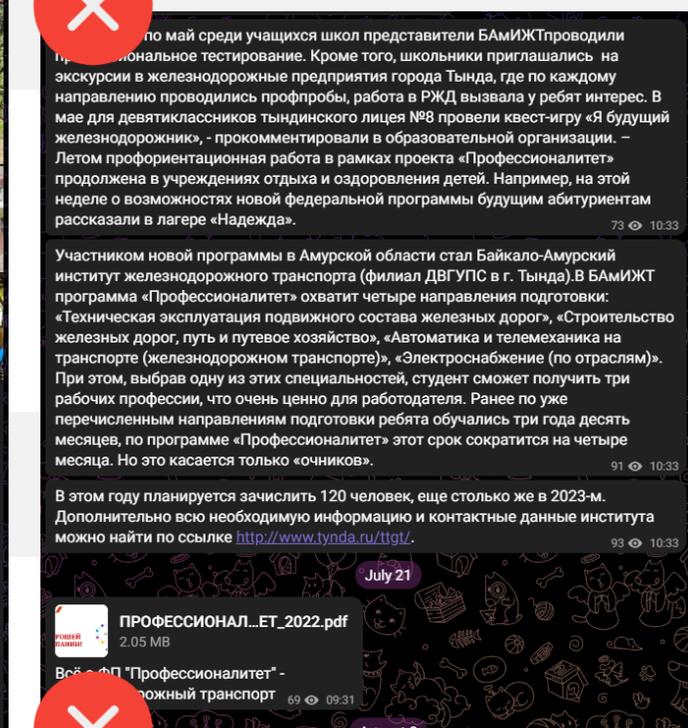
Сотрудники и студенты университета провели не простую экскурсию по территории университета, а в виде квеста. Ребята двигались от станции к станции, проникаясь атмосферой и историей вуза, которому скоро исполнится 105 лет.

Завершилась экскурсия чаепитием со сладостями в Ботаническом саду. Особенно гостям понравился ароматный чай с травами, виноград и яблоки, которые выросли здесь, в Омском ГАУ.

#экскурсия

14

181 14:54





МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Организация работы Центра карьеры в начале года: работодатели

Кривенко Василий Олегович,
начальник Центра аналитики и статистики среднего
профессионального образования, ФГБОУ ДПО «ИРПО»

28 февраля 2023 года

Работа с работодателями в начале года

Основа деятельности центра карьеры по взаимодействию с работодателем – это работа по привлечению и организации совместных мероприятий студентов и выпускников с работодателями в целях дальнейшего трудоустройства.

На начальном этапе необходимо выполнить следующие шаги:

1. Вернуться к этапу анализа и ответить на вопросы:
 - Со сколькими работодателями ведется работа?
 - Со всеми ли заключены соглашения?
 - В чем предмет соглашений?
 - Какие задачи решает взаимодействие по данным соглашениям?
 - Каких выпускников желает трудоустроить работодатель?
2. Запросить актуальные вакансии для студентов и выпускников ПОО.

Как начать взаимодействие

На начальном этапе необходимо выполнить следующие шаги:



1. Определить предприятия и организации, для которых потенциально могут быть востребованы выпускники, через открытые источники (агрегаторы вакансий, новости региона, Центр занятости, сложившиеся партнерские связи с работодателями).



2. Направить информационные письма с предложениями о перспективах сотрудничества.



3. Провести общие совещания или встречи с работодателями по вопросам:
 - Какого специалиста ждет работодатель?
 - Каких специалистов выпускает ПОО и сколько из них ожидают трудоустройства?
 - Готов ли работодатель участвовать в экзаменах и защитах, конференциях, конкурсах, семинарах, мероприятиях центра карьеры по содействию занятости?
 - Есть ли актуальные вакансии или индивидуальные заявки на трудоустройство к ПОО?
 - Готов ли работодатель временно трудоустраивать студентов и выпускников?