

СЕКЦИЯ 5

**«ИННОВАЦИОННЫЕ
ПОДХОДЫ В ОБЛАСТИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ОРИЕНТАЦИИ,
ТРУДОУСТРОЙСТВА И
РАЗВИТИЯ КАРЬЕРЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ В
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЯХ»**

СОДЕРЖАНИЕ

РОЛЬ КАРЬЕРНОГО ПОРТАЛА ПРИ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ ВЫПУСКНИКОВ Баклан А.А., Донскова К.А., Корабейников И.Н., д-р экон. наук, доцент	748
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ КАДЕТА Васильева Е.А.	753
ОБЗОР ТЕНДЕНЦИЙ В СФЕРЕ ИНТЕГРАЦИИ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРТНЁРОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ УНИВЕРСИТЕТОВ РОССИИ Герасимова А.А.	758
МАРАФОНЫ ДЛЯ ЦЕНТРОВ КАРЬЕРЫ ВУЗОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Кислова И.А. ..	763
РЕШЕНИЕ ВОЕННО – ПРИКЛАДНЫХ ЗАДАЧ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ САМООПРЕДЕЛЕНИЯ КАДЕТ: ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ОРЕНБУРГСКОГО ПРЕЗИДЕНТСКОГО КАДЕТСКОГО УЧИЛИЩА Мартынова Т.Н.	767
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ МОДЕЛИ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ НА РЫНКЕ ТРУДА Никулина Ю.Н. канд. экон. наук, доцент	772
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ПРОФОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ Никулина Ю.Н. канд. экон. наук, доцент, Шевченко Д.В.	779
МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ООО «КУФОРМ» С ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В РАМКАХ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ IT-СФЕРЫ Савченко Н.А.	784
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯ РЕГИОНА Струзберг Г.В.	789
ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ КАК СТУПЕНЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ПОДРОСТКА Терентьева И.А., канд. пед. наук, доцент	793
ВНЕДРЕНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ ПРАКТИК В ВУЗАХ С ЦЕЛЬЮ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ПОДХОДА К НЕПРЕРЫВНОМУ ОБУЧЕНИЮ Хрипченко А.А.	797

РОЛЬ КАРЬЕРНОГО ПОРТАЛА ПРИ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ ВЫПУСКНИКОВ

**Баклан А.А., Донскова К.А.,
Корабейников И.Н., д-р экон. наук, доцент**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Актуальность выстраивания коллаборации между образовательными организациями и работодателями обусловлена необходимостью адаптации системы образования к современным требованиям рынка труда. В условиях быстро меняющегося мира и растущей конкуренции за квалифицированные кадры, важно обеспечить студентам и выпускникам реальные возможности для трудоустройства и профессионального развития. В связи с этим, в данной статье проведен анализ трудоустройства выпускников высших учебных заведений и предложено решение существующих проблем в изучаемой области.

В настоящее время в Российской Федерации трудоустроено 68 % выпускников по программам бакалавриата и специалитета [1].

За 2023/2024 учебный год доля трудоустроенных выпускников по уровням профессионального высшего образования бакалавриат и специалитет составила 80,59 %, это 1474 студента из 1829 выпускников ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет» (рисунок 1) [2].

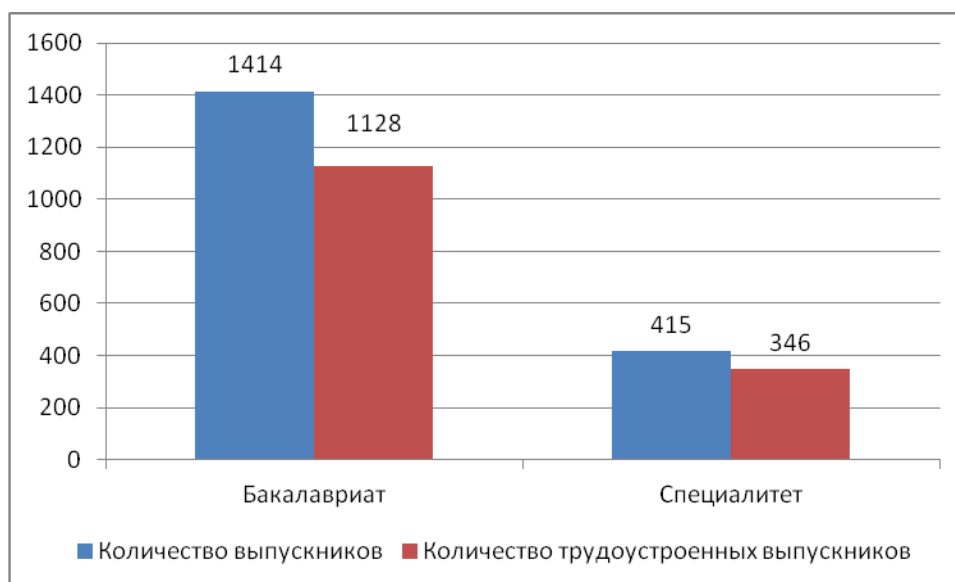


Рисунок 1 – Количество трудоустроенных студентов ОГУ за 2023/2024 учебный год [2]

Кроме того, в 2022 году сайт для поиска работы, HeadHunter (hh.ru), провел опрос более 5,5 тысяч соискателей для определения процента

работающих по специальности в период после получения высшего образования и представил следующие результаты: около 40 % респондентов не работают по той профессии, которую получили в вузах, а более трети из них даже не предпринимали попыток трудоустроиться по профессии; около 20 % кандидатов некоторое время работали по специальности, но быстро перешли в другую отрасль [3].

Аналогичные исследования, приблизительно с такими же результатами, проводились в разное время сервисом для поиска работы «Rabota.ru» Согласно его данным только 34 % опрошенных отметили, что работают по специальности, 23 % респондента в прошлом работали по специальности и 43 % не работали по специальности никогда [4].

Представленные результаты исследований свидетельствуют о том, что не все выпускники образовательных организаций трудоустроены. Кроме того, существует проблема трудоустройства выпускников не по полученной в университете специальности.

После вручения дипломов взаимодействие университета с выпускниками не завершается. В течении последующих нескольких лет вузы обязаны осуществлять мониторинг трудоустройства своих выпускников. Однако, как было выявлено, практика реализации данной обязанности не всегда соответствует ожиданиям.

Тем не менее, подготовка к успешному поиску стажировок и постоянной работы начинается задолго до завершения образовательного процесса. Центры карьеры в вузах играют ключевую роль в этом процессе, однако их эффективность также вызывает определённые вопросы.

Решением данной проблемы выступает создание карьерных порталов, центров карьеры или площадок по трудоустройству на базе ВУЗа. Востребованность таких карьерных порталов подтверждается аналитическими данными. В результате опроса 15 тысяч респондентов – выпускников высших учебных заведений удалось выяснить, что при поиске работы цифровые платформы пользуются особой популярностью среди молодежи (рисунок 2) [5].

Используя современный опыт коммерческих онлайн площадок по трудоустройству, можно добиться повышения процента трудоустройства выпускников. К тому же, такие решения уже реализуются в передовых ВУЗах нашей страны.

Карьерный портал МГУ представляет собой образовательный ресурс, разработанный Студенческим советом университета. Портал предоставляет студентам и выпускникам информацию о возможностях карьерного роста, а также инструменты для поиска стажировок и трудоустройства. Функционал портала включает [6]:

- ознакомление с ключевыми навыками современного специалиста;
- обучение составлению резюме и мотивационных писем;
- поддержку карьерного роста в научной сфере;
- организацию встреч с потенциальными работодателями;

- информирование о расписании мероприятий, направленных на развитие карьеры;
- предоставление доступа к базе данных востребованных вакансий.

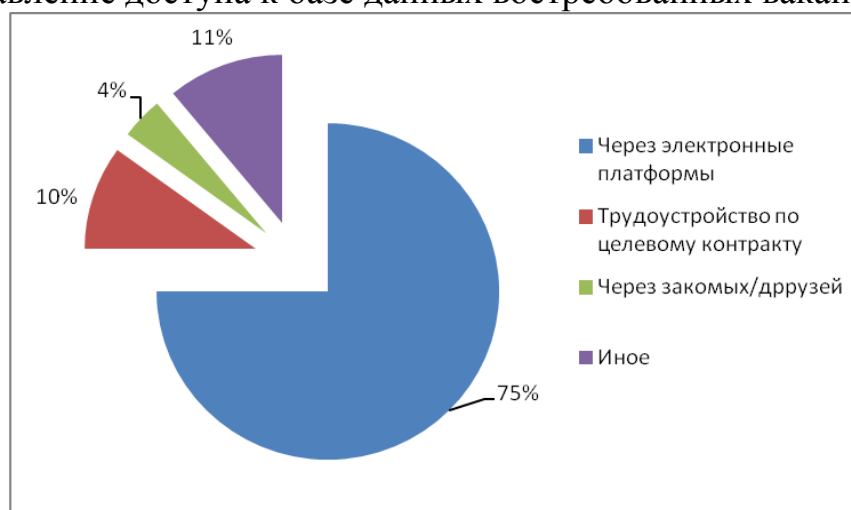


Рисунок 2 – Результаты опроса выпускников высших учебных заведений «Как трудоустроиться после университета?» [5]

Дополнительно МГУ предлагает специализированный интернет-портал «Карьера и профессиональное развитие для иностранных обучающихся» (careerin.msu.ru). Этот ресурс служит единой платформой для проведения университетских ярмарок вакансий, карьерных дней и других мероприятий, направленных на поддержку трудоустройства иностранных студентов и выпускников МГУ.

Центр карьеры Университета «Синергия» предоставляет студентам широкий спектр услуг, направленных на помощь в поиске работы и успешном профессиональном развитии. Центр карьеры Университета «Синергия» является важным звеном в системе профессиональной подготовки студентов. Он помогает молодым специалистам не только найти работу, но и развить необходимые навыки и компетенции для успешной карьеры [7].

Университет может запустить онлайн-площадку для упрощения трудоустройства студентов и выпускников, создав удобную платформу для взаимодействия с работодателями. Такой проект будет включать исследование потребностей, продвижение веб-сайта (<http://job.osu.ru/> [8]) и мобильного приложения с функциями создания профиля, загрузки резюме, поиска вакансий, общения с работодателями и записи на собеседования. Также необходимо заключить сотрудничество с компаниями для размещения вакансий и организовать виртуальные карьерные ярмарки.

В данную платформу можно интегрировать курсы, на которых студенты обучаются написанию резюме, подготовке к собеседованиям и личному брендингу, а также получают доступ к ресурсам по развитию карьерных навыков [9].

При разработке онлайн-платформы стоит учитывать существующие сайты для поиска работы, особенно на функциональные возможности лидирующих сайтов, рейтинг которых представлен на рисунке 3.

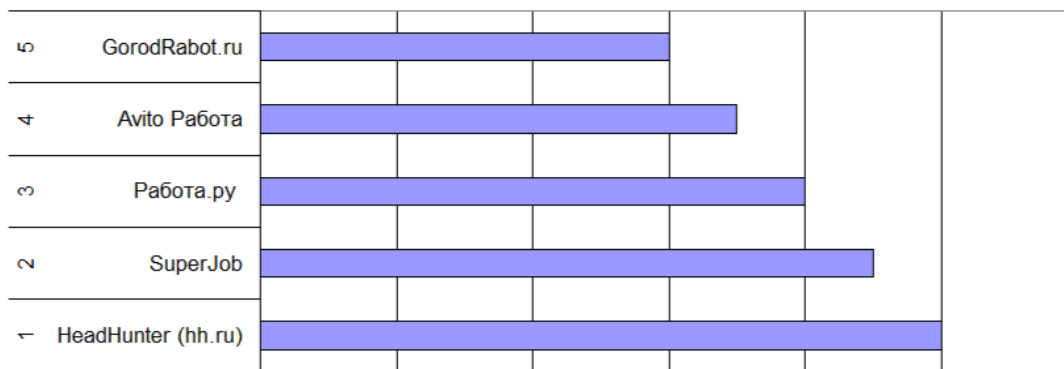


Рисунок 3 – Рейтинг сайтов по поиску работы [10]

Для достижения поставленных целей необходимо площадку активно продвигать через рекламу, социальные сети и мероприятия в университете. Регулярный сбор отзывов поможет улучшать функционал и внедрять новые функции, такие как AI-рекомендации.

Результаты создания такой платформы включают увеличение числа трудоустроенных выпускников, повышение удовлетворенности работодателей и создание активного сообщества выпускников и работодателей с обменом опытом.

При этом такой портал будет интересен и для работодателей. Профессионально составленное представление компании на карьерном портале является значимым конкурентным преимуществом для работодателя. Карьерные порталы предоставляют компаниям возможность укреплять свою репутацию как привлекательного работодателя, информировать общественность о своих ценностях, расширять базу потенциальных кандидатов и оперативно закрывать вакансии.

Кроме того, карьерные порталы выполняют важную функцию верификации информации о работодателе. Когда кандидаты сталкиваются с вакансией на стороннем ресурсе, они активно ищут дополнительные сведения об условиях труда в данной компании через интернет.

Таким образом, создание карьерных порталов, онлайн-площадок и продвижение существующего сайта на базе вуза может стать эффективным решением для повышения процента трудоустройства выпускников. Примеры МГУ и Университета «Синергия» демонстрируют, что такие ресурсы предоставляют студентам и выпускникам необходимые инструменты и информацию для успешного поиска работы и карьерного развития. Внедрение подобных проектов в других вузах может способствовать созданию активного сообщества выпускников и работодателей, а также повышению уровня профессиональных навыков у молодых специалистов.

Список литературы

1. В РФ трудоустроены почти 70 % выпускников бакалавриата и специалитета 2024 года. – Министерство транспорта Российской Федерации. – Официальный сайт. – Режим доступа: <https://mintrans.gov.ru/press-center/branch-news/5426> (дата обращения: 18.01.2025)
2. Сведения о трудоустройстве выпускников. – Оренбургский государственный университет. – Официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.osu.ru/doc/4152> (дата обращения: 18.01.2025)
3. Больше половины студентов планируют работать по специальности. – Nh.ru. – Официальный сайт. – Режим доступа: <https://hh.ru/article/25298> (дата обращения: 19.01.2025)
4. HR аналитика: используют ли компании HR аналитику. – Press.rabota.ru. – Официальный сайт. – Режим доступа: <https://press.rabota.ru/66-rossiyan-rabotayut-ne-po-spetsialnosti> (дата обращения: 20.01.2025)
5. Федеральная служба по труду и занятости. – Официальный сайт. – Режим доступа: <https://rostrud.gov.ru/> (дата обращения: 20.01.2025)
6. Карьерный портал МГУ. – Официальный сайт. – Режим доступа: <https://careerin.msu.ru/> (дата обращения: 21.01.2025)
7. Карьерный центр. Университет СИНЕРГИЯ. – Официальный сайт. – Режим доступа: <https://synergy.ru/about/job> (дата обращения: 21.01.2025)
8. Центр занятости и карьеры. – Официальный сайт. – Режим доступа: <http://job.osu.ru/> (дата обращения: 21.01.2025)
9. Бокова, М. С. Карьерный портал: платформа для взаимодействия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2023. - №3-3 (78). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kariernyy-portal-platforma-dlya-vzaimodeystviya> (дата обращения: 21.01.2025)
10. Рейтинг сайтов по поиску работы: лучшие платформы для эффективного трудоустройства. – дзен. – Официальный сайт. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/ZxkUMqe8y1z9qyWg> (дата обращения: 22.01.2025)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ КАДЕТА

Васильева Е.А.

Федеральное государственное казенное образовательное учреждение
«Оренбургское президентское кадетское училище»

Современные образовательные стандарты третьего поколения стали основой для самоопределения обучающегося в профессии. Возросшая ответственность образовательных организаций за формирование гражданина, патриота, человека, усвоившего традиционные для российской ментальности ценности – это вызов для педагогических коллективов, в том числе и для Оренбургского президентского кадетского училища.

Профессиональная ориентация – это научно обоснованная система социально-экономических, психолого-педагогических, медико-биологических и производственно-технических мер по оказанию обучающимся помощи в выявлении и развитии способностей и склонностей, профессиональных и познавательных интересов в выборе профессии. Она реализуется через учебно-воспитательный процесс, внеурочную и внеклассную работу с кадетами [2].

Профессиональная ориентация в училище решает следующие задачи:

- создание условий для психолого-педагогической поддержки кадета в профессиональном самоопределении и активной адаптации на рынке труда, прежде всего готовности для службы в армии;
- помощь в выявлении профессиональных интересов, склонностей к военной профессии в целом;
- определение реальных возможностей в освоении той или иной профессии после успешного окончания училища.

Учитывая ряд факторов, среди которых особенности современного поколения детей и подростков, влияние информационной среды, где зачастую рядом с ребенком нет родителя, необходимость формирования функциональной грамотности как условия успешного решения реальных жизненных задач, требуется поиск и апробация инновационных образовательных технологий в профессиональной ориентации.

Для организации профориентационной работы с кадетами классный руководитель может использовать различные формы, методы и средства, активизирующие познавательную, творческую активность:

- индивидуальные и групповые профориентационные беседы, диспуты, конференции - профориентационные игры со взводом;
- психолого-педагогические наблюдения склонностей кадет - игровые профориентационные упражнения;
- проектирование индивидуальной образовательной траектории, моделирование вариантов профильного обучения - карточные профконсультационные методики;
- анализ собственных достижений, составление портфолио;

- организация посещения учащимися Ярмарки учебных мест, дней открытых дверей в вузах, встречи учащихся с выпускниками училища — курсантами.

Использование современных инновационных технологий во внеурочной деятельности является обязательным условием интеллектуального, творческого и нравственного развития кадет. Внеурочная деятельность позволяет кадету выбрать область интересов, реализовать свои способности. Стоит отметить, что для училища внеурочная деятельность обязательна, а подросток имеет право выбора. В училище имеется многолетний опыт эффективно работающей системы внеурочной деятельности, которая в будущем станет для него выбором профессии.[6, с.15]

Внеурочная деятельность в образовательном учреждении организуется по направлениям развития личности:

- патриотическое;
- спортивно-оздоровительное;
- духовно-нравственное;
- общекультурное;
- общеинтеллектуальное;
- социальное.

Однако в рамках закрытого учреждения стоят задачи социализации и адаптации кадета в современном мире, поэтому цифровая среда – значимый инструмент, но при условии педагогического сопровождения.

Для достижения вышеуказанных задач целесообразно использование современных инновационных технологий во внеурочной деятельности. [2, с.3]

Индивидуальные и групповые профориентационные беседы, диспуты, конференции с кадетами - профориентационные игры со взводом.

Примерный перечень тем и видов бесед, реализуемых в единстве урочной и внеурочной деятельности кадет, приводится ниже:

- патриотическое направление: творческий проект «Наша армия родная», исследовательский проект «На границе», научный проект «С чего начинается Родина?», исследовательский проект «Виват, Суворов», творческий проект «Весна Победы», творческий и интеллектуальный проект «Этих дней не смолкнет слава...»;

- спортивно-оздоровительное направление: прикладной проект «Калейдоскоп подвижных игр», социальный проект «Смотр спортивно-массовой работы», информационный проект «В здоровом теле здоровый дух»;

- духовно-нравственное направление: творческий проект «Моя Россия», информационный проект «Закаты алые», социальный проект «Лучи добра»;

- общекультурное направление: творческий проект «Наши дедушки и бабушки», прикладной «Я и моя страна!», творческий проект «Мама – первое слово, главное слово в каждой судьбе!», социальный проект «Папа, я – дружная семья», информационный «Вклад моей семьи в историю училища»;

- общеинтеллектуальное направление: исследовательский проект «Первые шаги в науку», научный проект «Интеллектуалы XXI века»;

- социальное направление: исследовательский проект «Влияние гаджетов на здоровье подростков», прикладной «Здоровый образ жизни», социальный проект «Я и мои одноклассники».

Необходимость применения проектной технологии в воспитании заключается в том, что она является эффективным инструментом для организации воспитательной работы, способствующей развитию личности кадета и его успешной социализации.

Психолого-педагогические наблюдения склонностей кадет - игровые профориентационные упражнения. Существует большое разнообразие методов работы психолого-педагогического наблюдения, среди которых выбраны наиболее эффективные для нашего коллектива при активном участии педагога-психолога училища:

- обучение в командах: используется во время самоподготовки, когда сильные кадеты оказывают помощь слабым, объединяясь в команды;

- метод учебного турнира: изучение нового материала в турнирном поединке, когда встречаются кадеты из разных отделений с одинаковым уровнем учебных достижений. Такого рода турниры проводятся раз в неделю после изучения крупной учебной темы или подготовки к итоговому мероприятию (контрольная работа, срез, зачет);

- метод командной поддержки индивидуального обучения: предоставление малым группам возможности продвигаться по учебной программе в индивидуальном темпе. Отлично работает со слабоуспевающими кадетами взвода, когда у них появляется возможность вернуться к уже изученному материалу;

- метод «кооп-кооп»: при работе каждый член группы готовит свой блок материала, а потом каждый член мини-группы выступает с докладом по изученной теме, широко применяется при подготовке домашнего задания по устным дисциплинам;

- поисковый метод: поиск ответов на вопросы, которые возникают в процессе подготовки домашнего задания. Важно, чтобы на этом этапе кадет научился самостоятельно находить ответ на вопрос.

Таким образом, психолого-педагогическое наблюдение оптимизирует воспитательный процесс, делая его более эффективным и личностно-ориентированным в профессиональной ориентации кадета.

Проектирование индивидуальной образовательной траектории, моделирование вариантов профильного обучения - карточные профконсультационные методики.

В данном возрастном периоде проводятся только психолого-педагогические методики для выявления интересов кадета к той или иной профессии. В 10 классе кадета распределяют по профилям образования в соответствии с профессиональным интересом кадета: естественно-научный профиль, гуманитарный профиль, математический профиль, общеобразовательный профиль.

Анализ собственных достижений, составление портфолио направлен на развитие контрольно-оценочной самостоятельности кадет за счёт изменения традиционной системы оценивания.

Во взводе разработана система оценивания достижений каждого кадета. Еженедельно в воскресенье проходит взводное подведение итогов. Каждый кадет взвода оценивается по определенным показателям. Критерии оценивания следующие: учебные достижения, дисциплина и порядок, спортивные достижения, замечания от командира отделения, воспитателей, начальника курса, внешний вид. По результатам оценивания кадет и отделение, набравшие большее количество баллов, получают медаль. При накоплении трех медалей вручается орден, один орден дает право пойти в увеличенное поощрительное увольнение с 9.00 до 21.00.

Таким образом, применение анализа собственных достижений направлено на то, чтобы обучение, воспитание и развитие личности ученика были единым процессом.

Технология «Портфолио» обеспечивает личностно-ориентированный подход в образовании. Работа над портфолио – это первый этап долгосрочного проекта, успех которого будет зависеть от грамотно спланированной деятельности кадета.

В училище разработана структура портфолио кадета. Портфолио содержит следующие разделы: информационный, карточка здоровья кадета, результаты учебной деятельности, результаты спортивно-массовой работы, объявленные замечания / поощрения кадета.

Информационный блок портфолио обновляется один раз в год. Содержит в себе общую информацию о кадете: фото кадета, фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, группа здоровья, личная информация законных представителей. Карточка здоровья кадета также обновляется один раз в год. Заполняется совместно с медицинским пунктом училища, содержит группу здоровья, отклонения в здоровье, предписания врачей по рассаживанию кадет, хронические заболевания, группу здоровья. Результаты учебной деятельности обновляются в четверть: вносятся отметки кадета за учебную четверть и, следовательно, год. Результаты спортивно-массовой работы обновляются два раза в год после осеннего и весеннего смотра физической подготовленности. В таблицу вносятся данные результатов сдачи нормативов плавания, бега 60 и 1000 метров, подтягивание на перекладине и итоговая отметка. Раздел «Объявленные замечания или поощрения кадета» обновляется по мере объявления замечаний и поощрений. Наполняется в течение семи лет обучения, учет ведется в виде таблицы.

Портфолио значительно облегчает выпускнику сбор информации для поступления в вуз и помогает видеть динамику развития каждого кадета.

Организация посещения учащимися Ярмарки учебных мест, дней открытых дверей в вузах, встречи учащихся с выпускниками училища — курсантами. Проводятся централизованно два раза в год (во время отпуска курсантов). Курсанты делятся опытом, дают наставления в профессии.

Подводя общий итог практики применения инновационных профориентационных технологий, направлены на формирование субъекта профессионального самоопределения и предполагают не только формирование у подростка интереса (мотивации) к рассмотрению своих проблем, но и вооружение его доступным и понятным средством для планирования, корректировки и реализации своих профессиональных перспектив. А главное – формируют позицию гражданина, ценностное отношение к труду, знаниям, Родине как месту силы и личной самореализации.

Список литературы

1. Алексеева, Л. Инновационные технологии как ресурс эксперимента /Л. Алексеева // Учитель.- 2020. №3. – С. 28-29.
2. Голубева Л. В. Место и значение инновационной деятельности в процессе профессионального саморазвития учителя / Л. В. Голубева //Справочник заместителя директора по научно-методической работе/ Л. В. Голубева. - Волгоград: Учитель, 2022. – С. 3.
3. Климов, Е. А. Психология профессионального самоопределения. М.: Академия, 2024. - 304 с.
4. Крюкова, Е. П. Методы и формы профориентационной работы в школе. – Омск: «ООЦПО», 2017. – 316 с
5. Морозова, Т.В. Оценка уровня инновационного потенциала педагогического коллектива / Т. В. Морозова //Диагностика успешности учителя: Сборник методических материалов для директоров учебных заведений, руководителям школ. – Издание 2-е исправленное и дополненное. – М.: Центр «Педагогический поиск», 2023. – С.58-61.
6. Примерная рабочая программа воспитания для общеобразовательных организаций, одобренная решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию. (Протокол от 23 июня 2022 г. № 3/22) – [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80adrabb4aegksdjbafk0u.xn--p1ai/programmy-vospitaniya/oo/programmavospitaniya/> (дата обращения: 09.01.2025)
7. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 31.05.2021 № 287 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования» (Зарегистрирован 05.07.2021 № 64101) [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202107050027> (дата обращения: 09.01.2025).
8. Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413» (Зарегистрирован 12.09.2022 № 70034) [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202209120008> (дата обращения: 09.01.2025).

ОБЗОР ТЕНДЕНЦИЙ В СФЕРЕ ИНТЕГРАЦИИ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРТНЁРОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ УНИВЕРСИТЕТОВ РОССИИ

Герасимова А.А.

Экспертный центр карьеры при Минобрнауки России, г. Москва

По данным исследования сервиса Работа.ру, в 2024 году более 80 % компаний сообщали о высокой потребности в кадрах [1]. Особенно ярко дефицит прослеживается в промышленности, торговле, аграрном секторе на позициях массового подбора, но не хватает и высококвалифицированных работников.

Среди причин кадрового дефицита принято называть в первую очередь демографическую яму 1990-ых годов и последующую динамику рождаемости, которые обусловили сравнительно низкий приток молодых кадров на рынок труда. Однако кроме данного факта существуют неочевидные причины кадрового дефицита, из числа которых на данный момент в сфере особого внимания государственной политики уровень производительности труда.

Согласно исследованию рынка труда Российской Федерации, выпущенном в ноябре 2023 года компанией «Яков и Партнёры», для покрытия дефицита производительность труда к 2030 году должна дополнительно вырасти на 5,7%. То есть необходимо ускорить рост производительности в среднем до 2,4% в год, что в 2 раза больше среднего показателя роста за прошедшие 10 лет и выше текущего прогноза Министерства экономического развития РФ [2].

В направлении повышения производительности труда уже предпринимаются различные меры, в том числе в рамках национальных проектов «Производительность труда» и «Кадры». Ведущая же роль в повышении производительности кадров, выходящих на рынок труда, принадлежит университетскому комплексу.

Вопроса эффективности молодых специалистов в университетской практике касаются подразделения и сотрудники, непосредственно ведущие коммуникацию с потенциальными и реальными работодателями. По эмпирическим данным автора, у значительной части кадровых партнёров, трудоустраивающих выпускников университетов, складывается впечатление о недостаточно высокой подготовке специалистов, низком уровне квалификации и практических навыков, что обычно звучит как «выпускников нам ещё приходится доучивать».

Действительно, университетское образование во многих аспектах может не устраивать работодателя, и в таком случае конечному заказчику требуется затратить дополнительные ресурсы для повышения квалификации молодого специалиста. Однако ту же самую задачу можно решить не после выпуска, а в процессе обучения за счёт различных форм интеграции предприятия в образовательный процесс уже с первого курса обучения.

Именно на эту функцию ориентируются ведущие университеты, эта повестка заметна в государственных программах поддержки развития университетов. Например, в рамках проекта «Передовые инженерные школы», которые предусматривают различные формы интеграции образования, науки и производственных задач для подготовки инженера нового времени.

Изначальная роль подразделений, ответственных за содействие трудоустройству, меняется на новую – качественный контакт на первых этапах вовлечения компаний-партнёров в научно-образовательные процессы университета, который обеспечит позитивное взаимодействие и результат, обещающий выгоду в ключе стратегических глубоких форм взаимодействия. Таким образом центры карьеры, будучи самой очевидной точкой встречи работодателя с университетом, имеют возможность формировать поток входящих заявок на стратегические формы взаимодействия с университетом со стороны индустрии.

Центр карьеры для этой цели должен обладать следующими компетенциями: ориентироваться в общеуниверситетском поле (в том числе в текущих научных разработках), формировать образ университета как привлекательного стратегического партнёра, владеть данными об эффективности различных форматов для решения задач индустриальных партнёров, будь то привлечение молодых кадров, повышение квалификации специалистов или обучение молодых кадров специфическим практическим навыкам для работы на конкретном предприятии.

Согласно методическим рекомендациям по совершенствованию деятельности центров карьеры, которые были выпущены Минобрнауки России в феврале 2024 года [3], на центры карьеры возлагается задача интеграции кадровых партнёров в научно-образовательные процессы университета. Экспертный центр карьеры при Минобрнауки России, осуществляющий методическую и организационную поддержку работы центров карьеры университетов, реализует образовательные программы в данном ключе.

В процессе собственных исследований, методологической подготовки и реализации программ Экспертного центра карьеры, выделены 32 простых формы участия партнёра в жизни университета (рисунок 1), которые может организовать центр карьеры для закрытия кадровых потребностей работодателя и развития его интереса к стратегическим формам участия в жизни университета. Далее, определены 33 формы более глубокого взаимодействия партнёров с университетом в разрезе образовательной, научной, кадровой и молодёжной политики, которые центры карьеры предлагают своим партнёрам-работодателям на следующих этапах сотрудничества после простых форм (рисунок 2).

Приведённые схемы имеют под собой реальную практику центров карьеры и используются ими как опорные для формирования стратегий сотрудничества с предприятиями.

Если обращаться к оценке эффективности форматов, важно отметить следующее: различные форматы могут быть использованы для разных задач, и

от определения конечной цели и ожидаемого результата на этапе формирования стратегии взаимодействия предприятия и университета в том числе зависит успешность реализации форматов.

Запрос партнёра и задача ЦК	Информационное поле	Мероприятия	Амбассадоры	Аналитика и экспертиза
Формирование привлекательного образа предприятия	Команда амбассадоров-студентов, которые займутся социальными сетями компании Команда студентов, которые снимут репутационное видео о компании Конкурс среди практикантов на лучший ролик о компании	Гостевые лекции от исследователей и инженеров Конкурс или олимпиада от предприятия с призом-стажировкой или экскурсией	Мерч предприятия для лучших амбассадоров ЦК Мерч предприятия на университетских мероприятиях	Консультации, мастер-классы, воркшопы и курсы для компаний по развитию бренда работодателя Рекомендации ЦК по обновлению сайта предприятия
Привлечение молодых специалистов, рекрутинг	Публикация вакансий в социальных сетях ЦК Публикации о проектах партнёра в социальных сетях университета Истории молодых сотрудников, разрушающие мифы об отрасли в социальных сетях университета	День карьеры в промышленности с записью в кадровый резерв Экскурсия на предприятие Промо-мероприятие для сбора заявок на стажировку День компании в университете One-Day Offer	Программа менторинга со стороны предприятия Клуб амбассадоров предприятия Закрытые экскурсии для амбассадоров ЦК Научные руководители курсовых работ и ВКР, преподаватели — амбассадоры предприятия	Исследования предпочтений молодёжи и их ожиданий от работодателя Гайд «Рекомендации по написанию вакансий для молодых специалистов» от ЦК
Поддержка HR-функции, адаптация и удержание		Карьерное консультирование студентов HR-специалистами предприятий Кейс-турнир для разработки welcome-pack и инструкции новичка	Студенческий клуб на базе предприятия	Консультации, мастер-классы, воркшопы и курсы для компаний по привлечению и адаптации молодёжи, стажировкам, корпоративной культуре, развитию системы наставничества, удержанию молодёжи
Вовлечение в долгосрочное сотрудничество с университетом	Комплексное решение: исследование восприятия бренда работодателя + кампания по бренду предприятия в инфополе университета	Организация переговоров партнёров с другими подразделениями университетов Нетворкинг-встреча партнёров и деканов факультетов Стратегическая сессия с участием партнёров и руководителей ОП	Комплексное решение: исследование восприятия бренда работодателя + разработка стратегии сотрудничества со студенческими объединениями	Разработка стратегии взаимодействия с университетом «под ключ» с акцентом на научные проекты и graduate recruitment

Рисунок 1 – Простые формы участия партнёра в жизни университета

сложнее		Корпоративные образовательные программы			
		Программы ДПО для партнёров			
		Корпоративные стипендии		Тематический клуб в университете или СКБ	
	Опытно-конструкторские работы (ОКР)	Дуальная система обучения (теория в вузе, практика на предприятии)		Амбассадоры компании на базе университета	
	Научно-исследовательские работы (НИР)	Преподаватели-практики и совместные дисциплины	Корпоративные лаборатории	Участие в спортивных и культурных студенческих событиях	Совместные мероприятия для обмена опытом между сотрудниками
	Собственные научные конференции на базе университета	Тематические школы (летняя/ зимняя)	Корпоративные аудитории	Хакатоны, конкурсы, кейс-чемпионаты и олимпиады	Стажировки для преподавателей на базе предприятия
	Сертификация (если на базе университета есть СЦ)	Участие в ГИА (государственная итоговая аттестация)	Обновление материально-технической базы университета	Участие в приемной кампании (в т.ч. дни открытых дверей)	Программы лояльности для сотрудников университета от партнёра
	Участие в студенческих научных конференциях	Практическая подготовка на базе предприятия	Брендированные пространства для отдыха и учёбы (коворкинг)	Взаимодействие с Центром карьеры (инфополе, события)	Тренинги и обучение для сотрудников университета от партнёра
проще	Научно-техническая политика Проректор по научной работе	Образовательная политика Проректор по образовательной деятельности	Кампусная политика Проректор по развитию	Молодёжная политика Проректор по молодёжной политике	Кадровая политика Ректор / первый проректор

Рисунок 2 – Матрица сложных форм взаимодействия партнёров с университетом

Чаще всего в качестве формы утверждения стратегии сотрудничества используется дорожная карта с планом и датами мероприятий, заключаемая как приложение к текущему соглашению о сотрудничестве между предприятием и университетом. Только среди центров карьеры, руководители которых состоят в Совете директоров при Экспертном центре карьеры, за 2024 год подписано 519 дорожных карт с партнёрами.

Однако на пути развития форм сотрудничества с университетом бизнес сталкивается с различными трудностями. В первую очередь, это разница в модели коммуникаций у бизнес-структур и в академическом мире, которая обусловлена особенностью функционирования коммерческих и бюджетных организаций. Во-вторых, фактором увеличения сроков переговоров и реализации проектов становится большой объём документов, необходимых для оформления сотрудничества, разработки образовательных программ и внесения изменений в учебные планы, проведения финансовых операций, и растущая бюрократическая нагрузка на административно-управленческий блок университета. Третья особенность, которую важно назвать как следствие из второй, – это скорость внедрения изменений в образовательный процесс, поскольку многоэтапный путь разработки или внесения изменений в образовательные программы обычно занимает от 1 календарного года.

Многие из этих сложностей преодолеваются через оптимизацию бизнес-процессов университета, что во многом зависит от позиции ректора, прокладывающего путь университета как субъекта социально-экономической системы региона. Интеллектуальный потенциал и формирование кадрового потенциала региона как исходные данные любого университета. Приведённые выше схемы имеют под собой реальную практику центров карьеры и используются ими как опорные для формирования стратегий сотрудничества с предприятиями.

Так, за 2024 год силами центров карьеры, руководители которых состоят в Совете директоров при Экспертном центре карьеры, где состоят более 50 университетов, привлечено 157 355 756,00 рублей в университеты со стороны индустрии. В результате переговоров, организованных ими же, запущено 1088 корпоративных образовательных программ и 298 индустриальных партнёров вовлечено в НИР и НИОКР. Общее количество партнёров, задействованных в образовательных программах благодаря данным центрам карьеры – 1834, а задействованных в кампусной политике – 61. В Совете директоров при Экспертном центре карьеры состоят 53 руководителя центров карьеры из 24 регионов РФ. ресурсы, спрос на которые на данный момент активно формируется со стороны бизнеса. Грамотное управление этими ресурсами может стать источником роста как ценности самого университета, так и экономики региона и страны в целом.

Список литературы

1. Около 80% работодателей пожаловались на нехватку квалифицированных работников – Режим доступа:

<https://rg.ru/2024/04/15/okolo-80-rabotodatelej-pozhalovalis-na-nehvatku-kvalificirovannyh-rabotnikov.html> (дата обращения: 22.01.2025).

2. Исследование рынка труда Российской Федерации – Режим доступа: https://yakovpartners.ru/upload/iblock/eb3/dcisvbjw2kcu0eui8a12ui5zmnac58kh/20231204_labour_market_2030.pdf (дата обращения: 22.01.2025).

3. Методические рекомендации по совершенствованию деятельности центров карьеры (центров содействия трудоустройству выпускников) образовательных организаций высшего образования – Режим доступа: <https://sociocenter.info/upload/iblock/8b3/kmfmxkxhmv4acmeqivii8yicxudj460m.pdf> (дата обращения: 22.01.2025)

МАРАФОНЫ ДЛЯ ЦЕНТРОВ КАРЬЕРЫ ВУЗОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кислова И.А.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Оренбургский государственный университет»

В настоящее время особую актуальность приобретают вопросы сопровождения профессиональной карьеры и трудоустройства студентов и выпускников вузов. В Оренбургском государственном университете успешно функционирует Центр занятости и карьеры, активно реализующий задачи по содействию занятости и построению карьерного трека студентов [2, 3]. Центр эффективно сотрудничает с предприятиями и организациями, выступающими в качестве работодателей, занимается организацией мероприятий и координацией проектов, направленных на профессиональное самоопределение студентов.

Экспертный центр карьеры при Минобрнауки России проводит комплексную работу по совершенствованию деятельности Центров карьеры, осуществляя помощь в их аналитическом, методологическом, экспертном сопровождении. Одним из шагов в этом направлении является проведение марафонов различной тематики, направленных на повышение компетенций сотрудников и способствующих их взаимосвязи со студентами и работодателями. Марафоны, представляющие собой небольшие вебинары, проходящие на базе цифровой платформы «Факультетус», на которых регулярно появляются задания, сопровождаются подробными видео-инструкциями, чек-листами и шаблонами [5].

Для повышения своих профессиональных компетенций сотрудники Центра занятости и карьеры ОГУ принимали активное участие в нескольких марафонах: «Гайд по созданию резюме», «Создание образа Центра карьеры в глазах первокурсников», «Центр карьеры для первокурсников» и «Центр карьеры и аналитика. Итоги года».

На данных марафонах сотрудники Центра занятости и карьеры ОГУ осуществляли формирование привлекательного образа Центра в глазах первокурсников и популяризировали идеи выстраивания их карьерной траектории, занимались подготовкой гайда и видео по созданию эффективного резюме и плакатов для первокурсников, а также создавали презентацию, благодаря чему студенты имели возможность узнать много полезного для них, включающее в себя много интересной и нужной информации, например, о программах набора молодых специалистов, стажировках, вакансиях, заявках на практику и т. п.

Особенно интересным с нашей точки зрения, стало участие в марафоне «Центр карьеры и аналитика. Итоги года». Работа с аналитикой примечательна тем, что можно посмотреть на реализацию задач и направлений деятельности как бы со стороны и оценить то, что было реализовано Центром за

определенный временной период, проанализировать минусы и плюсы, а также разработать перспективные планы и треки дальнейшего развития структурного подразделения.

Участвуя в марафоне, нами был проведен общий анализ Центра занятости и карьеры в таких сферах как информационное поле, карьерные мероприятия, амбассадоры и взаимодействие с кадровыми партнёрами.

Анализ работы с кадровыми партнёрами имеет практическую составляющую, так как выстраивание взаимодействия с ними является одним из ключевых направлений работы Центра карьеры. В рамках делового партнерства 561 предприятие активно сотрудничает с Оренбургским государственным университетом, 694 компании являются базами практики, 55 организаций стали заказчиками целевого обучения студентов. Показатели в 2024 году значительно выросли в количественном и качественном соотношении по сравнению с прошедшим годом. В 2024 году были согласованы дорожные карты сотрудничества с рядом крупных и значимых предприятий таких как ООО «Газпром добыча Оренбург», АО «Уральская сталь», АО «Новотроицкий завод хромовых соединений», ООО «Руссоль», Филиал «Оренбургский» ПАО «Т Плюс» и другие.

Хочется отметить самые заметные эффекты, которые были получены от сотрудничества с партнёрами в 2024 году. Взаимодействие с предприятиями-работодателями включало формирование совместных проектных решений, в числе которых образовательные программы с лидерами рынка — «Формула успеха» ООО «Газпром Добыча Оренбург», кейс-чемпионат от ООО «Г2 Мобайл», «Банковская школа ВТБ», проект «Твой удачный старт» от Минэкономразвития Оренбургской области. Студенты, участвующие в проектах, получили огромный практический опыт и продемонстрировали свои компетенции работодателям.

Оценив проведение карьерных мероприятий, можно констатировать, что Центр занятости и карьеры проводит активную работу в области содействия трудоустройству студентов и выпускников и построения их профессиональной карьеры [6]. В 2024 году более 10000 студентов стали участниками карьерных событий: профильных Дней карьеры экономических, гуманитарных, технических направлений подготовки и IT-сферы, «1С Карьеры», Всероссийской акции «Неделя без турникетов», проекта «Будущее начинается сегодня». Самыми заметными эффектами карьерных мероприятий можно считать подписание 73 новых договоров и соглашений о сотрудничестве с контрагентами, а также получение карьерных консультаций более 1300 студентами в рамках реализации образовательной программы карьерного роста молодежи [1].

Зонами роста Центра занятости и карьеры по улучшению карьерных мероприятий является:

- привлечение представителей студенческого совета для создания студенческого клуба для большей вовлеченности и информирования о карьерных мероприятиях;

- оптимизация формата участия работодателей в профильных Днях карьеры, регламентировав проведение их в форме стендапа;
- создание HR-сообщества из постоянных партнеров университета.

Несмотря на большую проведенную сотрудниками Центра занятости и карьеры работу за 2024 год в информационном поле, планируется дальнейшее развитие социальных сетей. Для этого необходимо внедрять новые подходы к представлению информации с учетом запросов целевой аудитории (мемы, инфографика ситуации на рынке труда, цитаты), проводить исследования целевой аудитории (абитуриентов, студентов, выпускников) и публиковать полученные результаты на сайте.

Центром занятости и карьеры ОГУ проводится работа по развитию сообщества амбассадоров. Ключевыми эффектами для вуза от взаимодействия Центра карьеры с другими подразделениями-амбассадорами можно считать вовлечение партнёров в проекты коллег и привлечение их ресурсов (мерчи, брендовая представительская продукция). Планами по развитию партнёрств с коллегами является сотрудничество со службой социальной и психологической поддержки ОГУ, расширение связей с отделом работы с абитуриентами и организации приема университета, а также участие в совместных проектах.

Трекерами марафона был представлен интересный подход по заполнению Колес баланса в рамках реализуемых направлений деятельности от 1 до 10 баллов в начале и в конце марафона. Исходя из предложенного анализа и субъективной оценки сотрудников, представление о каждом из процессов за период марафона изменилось в лучшую сторону, сложилось более четкое представление о результатах работы, на чем необходимо сделать акцент в будущем [4].

В целом участие в марафоне «Центр карьеры и аналитика. Итоги года» позволило оценить качество своей работы и повысить уровень профессиональных компетенций. Можно с уверенностью сказать, что во всех сферах работы Центра за 2024 год увеличились показатели как качественно, так и количественно. Все это дает возможность обмениваться полученным опытом и идеями с коллегами и внедрять новые конструктивные подходы в деятельность Центра занятости и карьеры для его дальнейшего развития и эффективного функционирования.

Список литературы

1. Образовательная программа карьерного роста молодежи в экосистеме кадрового партнерства региона / Ю.Н. Никулина, // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч. - метод. конф. (с междунар. участием) - Оренбург: ОГУ, 2024. - С. 657
2. Опыт реализации проекта карьерного роста молодёжи на примере Оренбургского государственного университета / И.А. Кислова, // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч. - метод. конф. (с междунар. участием) - Оренбург: ОГУ, 2024. - С. 721-725

3. Мирошников, С. А. Кадровое сотрудничество вуза и индустриальных партнёров в контексте карьерного развития молодёжи / С. А. Мирошников, С. В. Нотова, Ю. Н. Никулина // Высшее образование в России. – 2022. – Т. 31, № 8-9. – С. 99-115.

4. Марафон «Центр карьеры и аналитика. Итоги года» [Режим доступа]: <https://facultetus.ru/minilms/0017e71654288/landing>

5. «Факультетус» - цифровая карьерная среда в вузах [Режим доступа]: <https://facultetus.ru/cprofile>

6. Баранов, В.В. Конкурентный ресурс студента в условиях регионального университета / В. В. Баранов, И. Д. Белоновская, Ю. Н. Никулина // Высшее образование в России. – 2013. – № 8-9. – С. 106-111.

РЕШЕНИЕ ВОЕННО – ПРИКЛАДНЫХ ЗАДАЧ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ САМООПРЕДЕЛЕНИЯ КАДЕТ: ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ОРЕНБУРГСКОГО ПРЕЗИДЕНТСКОГО КАДЕТСКОГО УЧИЛИЩА

Мартынова Т.Н.

**Федеральное государственное казенное общеобразовательное учреждение
«Оренбургское президентское кадетское училище»**

Математика неразрывно связана со всеми сферами человеческой деятельности, включая военное дело. В эпоху научно-технического прогресса ее роль значительно возросла, особенно в контексте современных изменений в военной практике. Введение в арсенал войск новых, более мощных средств ведения боя и постоянный рост уровня их технического оснащения делают критически важной задачу борьбы за выигрыш времени, дальности поражения и мощности нанесения ударов.

Современная военная теория и практика активно используют практически все направления математики: от теории вероятностей и математической статистики до теории игр, сетевого планирования и управления, методов экспертных оценок, теории массового обслуживания и математического программирования. Эти инструменты позволяют эффективно решать сложные задачи, возникающие в процессе военного планирования и оперативного управления [1].

Специфика учебного заведения «Оренбургское президентское кадетское училище» направлена на формирование самоопределения кадет относительно военной деятельности. Начало этого процесса требует особого внимания. Важно развивать качества будущих военных специалистов на самых ранних этапах их обучения, когда они начинают осознавать свою роль в обществе и формировать свою идентичность.

В этом контексте значительный потенциал для развития профессионального самоопределения и эмоционально ценностного отношения к окружающему миру заключен в задачах прикладного характера. Решение таких задач способствует более глубокому пониманию учебного материала, повышает познавательную активность и творческую самостоятельность, а также формирует навыки, необходимые для выбора будущей профессии и успешной жизни в обществе.

В связи с этим, военный компонент был интегрирован в образовательный процесс предметной области «Математика» как обязательная составляющая. Это позволяет кадетам усваивать не только теоретические основы, но и применять математические знания при решении военно-прикладных задач, что, в свою очередь, способствует более полному формированию их личности и подготовке к будущей военной службе [5].

Для реализации и внедрения военного компонента преподавателями математики Оренбургского президентского кадетского училища для каждой

параллели классов разработаны специальные курсы военно-прикладной направленности. Программы данных курсов соответствуют программному материалу по предмету, что позволяет не только углубить знания кадет в области математики, но и дать им возможность увидеть практическое применение математических концепций в военно-прикладных сферах [2].

Каждый курс содержит теоретический материал и задачи, необходимые для понимания связи между математикой и военным делом. Задачи снабжены подробными решениями, а задачи для самостоятельного решения - ответами.

Рассмотрим реализацию введения спецкурсов в учебный процесс на примере параллели 7 – х классов.

Программа курса «Использование математических моделей в решении военно-прикладных задач» для 7 класса является интегрированной и предметно-ориентированной. В программе используются темы математики и физики, практическое применение которых позволяет кадетам решить задачи военно-прикладной направленности по темам: линейная функция, механическое движение, прямолинейное и равномерное движение, линейные размеры, определение расстояния по линейным размерам предмета, графики и диаграммы; текстовые задачи.

В основе реализации программы лежит математическое моделирование практических задач и логико-математические методы оценки обстановки.

Прикладная направленность курса и его межпредметные связи обеспечиваются систематическим обращением к примерам, раскрывающим возможности применения математики к изучению действительности и решению практических задач военной составляющей.

Курс реализуется на уроках алгебры засчет программных часов по теме «Линейная функция, ее график и свойства». На изучение курса отводится 5 уроков. Тематическое планирование и задачи, которые решают обучающиеся в процессе изучения курса, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Тематическое планирование курса «Использование математических моделей в решении военно-прикладных задач»

№	Наименование темы	Кол-во часов	Характеристика видов деятельности кадет
1	Решение военно-прикладных задач с помощью графиков линейных функций	1	Решение задач на механическое движение и его графическое описание. Построение графиков по условию задачи, чтение графиков для расчета времени и скорости движения единиц военной техники.
2	Решение военно-прикладных задач с помощью математических моделей	1	Составляют модели, выполняют оценку и решают задачи. Описывают явления и события с использованием графика; работают по составленному плану.
3	Решение военно-прикладных задач с помощью геометрических моделей	1	Решают элементарные задачи на определение прямоугольных и географических координат. На картах определяют движение по азимутам.

4	Решение военно-прикладных задач различными способами	1	Знакомятся с техникой линейного перемещения, описывают свойства. Переходят от одних единиц измерения к другим; пошагово контролируют правильность и полноту выполнения алгоритма. Составляют модели, выполняют оценку и решают задачи.
5	Итоговое занятие	1	Военно – тактическая игра. Действуют по самостоятельно выбранному алгоритму решения задач.
Итого		5 часов	

Итоговое занятие, проходящее в форме дидактической игры, признано всеми участниками учебного процесса самым функциональным и наиболее запоминающимся.

Суть игры заключается в следующем: кадеты принимают на себя роли военнослужащих, перед которыми ставится боевая задача, и они должны её успешно выполнить. Взвод делится на три группы, каждая из которых представляет собой отделение, возглавляемое командиром. Каждому отделению выдаётся задание (рисунок 1), и кадеты приступают к его выполнению, используя ранее приобретенные знания из различных учебных дисциплин и проявляя смекалку.

В процессе совместной работы в команде кадеты решают задачи, извлекая информацию о передвижении разведчиков по представленному графику (учебная тема «Чтение графиков функций»), рассчитывают скорость и пройденное расстояние пехотинцев, строят графики движения двух групп войск (учебные темы «Решение задач путем составления математических моделей», «Построение графиков линейных функций»), определяют координаты проведения общевойсковых учений (учебная тема «Нахождение координат точек пересечения графиков функций»).

Военно-тактическая игра по теме "Линейная функция"

Задача 1. На рисунке изображен график движения разведчика из пункта В в пункт Е. Используя этот график, ответьте на вопросы:

а) Какой путь проделал разведчик из пункта В в пункт Е?
 б) На каком расстоянии от пункта В состоялся привал?
 в) Сколько времени длился привал?
 г) Через какое время после привала разведчик прибыл в пункт Е?
 д) Какова средняя скорость движения разведчика на отрезке ВС? На отрезке DE? На отрезке CD?

Задача 2. На рисунке изображен график движения военного автомобиля при выполнении учений. Запишите, какую информацию вы можете считать с графика.

Задача 3. Колонна солдат совершает марш-бросок по закону $x=5+2t$, где x – пройденный путь (м/с), а t – затраченное время (с).
 Ответьте на вопросы:
 а) какой путь проделает колонна за 5с движения?

б) сколько времени потребовалось для преодоления 25м?
 в) вычислите скорость движения колонны;
 г) вычислите, сколько потребуется времени для прохождения 1 км.

Задача 4. На рисунке представлены графики изменения скорости трех пехотинцев в течении некоторого времени. Скорость какого пехотинца увеличивается в зависимости от времени движения, какого уменьшается, а какого остается постоянной? Чему равен пройденный путь каждого через 2 с после начала движения?

Задача 5. В штабе войск 31.10 было принято решение о проведении общевойсковых учений между двумя группами войск. Находясь на расстоянии 2 км к северу от штаба, группа войск армии «Север» на боевые позиции двинулась колонной со скоростью 6 км/ч. Группа армий «Юг» выполнила марш-бросок со скоростью 10 км/ч, так как она дислоцировалась южнее штаба на 4 км.

1. Составьте уравнения движений групп войск «Север» и «Юг».
2. Постройте графики движения данных групп, считая, что место расположения штаба войск в начале системы координат.
3. Через сколько часов от начала движения группы войск «Север» и «Юг» встретятся?
4. В какой точке на карте предполагалось проведение общевойсковых учений?

Рисунок 1 – Задания для дидактической игры

В завершение занятия каждое отделение представляет и защищает свои решения, что способствует закреплению полученных знаний, а также развивает умения распознавать, анализировать, оценивать, интерпретировать и модифицировать математические модели в задачах военно-прикладного характера. Данный подход не только повышает уровень усвоения учебного материала, но и способствует формированию важных навыков для будущих офицеров и солдат, позволяя им быстро оценивать ситуацию и принимать обоснованные решения при выполнении военно-стратегических задач [3, 4].

Подводя итог сказанному, необходимо подчеркнуть, что углубление и расширение знаний кадет через изучение военно-прикладных задач не только содействует овладению конкретными математическими концепциями, требуемыми для практической деятельности, но и подчеркивает значимость математики в военном деле. Это также нацеливает обучающихся на поступление в военные учебные заведения, где одним из ключевых предметов является математика.

Список литературы

1. Аллагулова, И. Н. Формирование инженерного мышления кадет в процессе освоения предметной области «Математика и информатика» / И. Н. Аллагулова, Н. В. Майстренко // Вестник военного образования. – 2020. – № 5(26). – С. 94-100.
2. Гусева Е. В., Родионов, М. А. Модель профильной подготовки кадетских школ на основе изучения интегрированного элективного курса [Электронный ресурс] / Е. В. Гусева, М. А. Родионов // Современные проблемы науки и образования – 2012. – № 1. - Режим доступа <http://www.science-education.ru/101-5397>

3. Метапредметный подход в образовании при реализации новых образовательных стандартов – Режим доступа: <https://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/materialy-mo/2018/01/17/metapredmetnyy-podhod-v-obrazovanii-pri-realizatsii-novyh>

4. Патриотическое воспитание: системы работы, планирование, конспекты уроков, разработки занятий: И. А. Пашкович. - 2-е издание, стереотипное. - Волгоград : Учитель, 2008. – 168 с.

5. Туровинин, Д. А. Математика в военном деле / Д. А. Туровинин, И. Е. Шемякина // Актуальные вопросы науки и хозяйства: новые вызовы и решения : Сборник материалов LI Международной студенческой научно-практической конференции, Тюмень, 17 марта 2017 года. Том Часть 2 . – Тюмень: Государственный аграрный университет Северного Зауралья, 2017. – С. 196-198.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ МОДЕЛИ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ НА РЫНКЕ ТРУДА

Никулина Ю.Н. канд. экон. наук, доцент

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Оренбургский государственный университет»

В настоящее время вопрос, связанный с формированием модели бренда работодателя на рынке труда как эффективного инструмента в системе управления человеческими ресурсами для многих российских компаний является актуальным. Формирование бренда работодателя необходимо, в первую очередь, для привлечения лучших кандидатов с рынка труда, профессионалов, талантливых специалистов и топ-менеджеров.

В России большие компании сталкиваются с потребностью в развитии своего бренда работодателя, многие из которых пытаются через СМИ передать идею о том, что компания может изменить мир, улучшить жизнь людей и помочь им осуществить свои мечты.

Весной 2024 года HR-холдингом Ventra проводилось исследование методом онлайн-опроса среди крупных российских компаний с целью определения значимости бренда работодателя в преодолении кадрового кризиса. В исследовании приняли участие руководители HR департаментов из 720 российских компаний, которые определили бренд работодателя как приоритетное направление HR-стратегии (72%) и рассказали о планах значительно увеличить инвестиции в его развитие (39%).

Согласно исследованию, больше всего HR-бренд важен для удержания кадров в сфере продаж и клиентских сервисов (72%), на втором месте — IT (47%), на третьем — производство (42%). Треть опрошенных (36%) выделила важность HR-бренда для удержания специалистов маркетинга и PR, а еще 33% — для сотрудников закупки и логистики.

Главной задачей HR-бренда специалисты считают удержание сотрудников (89%), а также оптимизацию стоимости подбора кандидатов (72%). Среди ключевых направлений также было отмечено повышение конкурентоспособности компании (64%). В числе других задач бренда работодателя респонденты упомянули работу над репутацией (47%) и узнаваемостью бренда (42%), данные представлены на рисунке 1 [1].

Последние годы внимание российских компаний к формированию модели собственного бренда работодателя на рынке труда определенно растет. Работодатели стараются сделать свою компанию узнаваемой, ассоциируемой с чем-то полезным, надежным, перспективным для соискателей, партнеров, клиентов, работников.

Если рассматривать специфику процесса формирования бренда работодателя на рынке труда, используемую российскими компаниями, то можно выделить два основных подхода, а именно:

- идентификационный подход;
- ценностный подход.

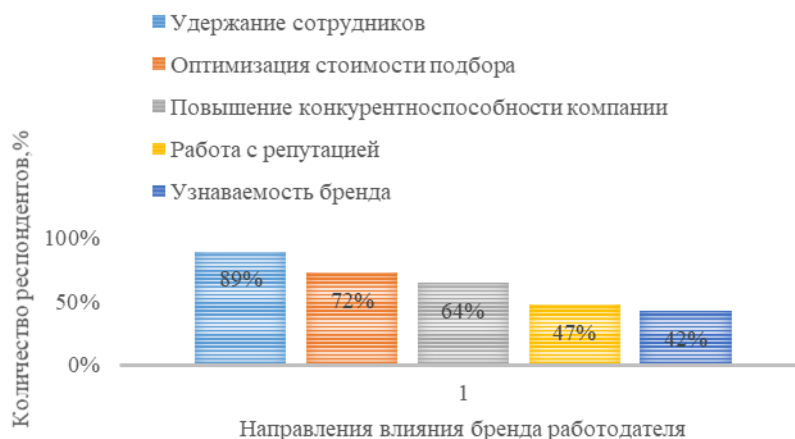


Рисунок 1 – Основные задачи HR-бренда по мнению российских компаний

В основе идентификационного подхода заложено приравнивание таких понятий, как «бренд» и «торговая марка», то есть данные понятия считаются синонимами. Особенностью этого подхода является то, что бренд расценивается как маркированный продукт, который представляет из себя набор внешних характеристик, выделяющих товар/организацию из большинства похожих [2].

Идентификационный подход в формировании бренда работодателя направлен на создание уникальной и узнаваемой личности компании как работодателя на рынке труда. Этот подход помогает привлекать и удерживать талантливых сотрудников, формировать позитивное восприятие компании как места работы и создавать привлекательный имидж работодателя. Важные характеристики идентификационного подхода в формировании бренда работодателя включают:

1. Уникальность. Ключевым элементом идентификационного подхода является создание уникальной идентичности компании как работодателя, отличающей ее от конкурентов. Это позволяет привлекать внимание потенциальных сотрудников и выделяться на рынке труда.

2. Аутентичность. Идентификационный подход стремится к созданию идентичности, соответствующей реальным ценностям, культуре и принципам компании. Это помогает выстраивать доверительные отношения с сотрудниками и создавать долгосрочные связи.

3. Позитивное восприятие. Цель идентификационного подхода заключается в создании позитивного имиджа работодателя в глазах текущих и потенциальных сотрудников. Это включает в себя активное участие в общественной жизни, социально ответственную деятельность и создание благоприятной рабочей среды.

4. Привлекательность для целевой аудитории. Идентификационный подход направлен на привлечение и удержание талантливых сотрудников, соответственно работодатель должен понимать интересы, потребности и ожидания своей целевой аудитории и адаптировать свою стратегию подбора и управления персоналом соответствующим образом.

5. Стратегический подход. Важным аспектом идентификационного подхода в формировании бренда работодателя является его стратегическая адаптация под основные цели и задачи компании в области управления персоналом и развития бизнеса.

Ценностный подход в формировании бренда работодателя ориентирован на выявление и акцентирование основных ценностей компании, которые отражают ее культуру, принципы и миссию [3]. Этот подход помогает создать уникальный имидж работодателя, привлекать сотрудников, разделяющих ценностные установки компании, и укреплять внутреннюю культуру организации. Важные характеристики ценностного подхода в формировании бренда работодателя включают:

1. Ясность и прозрачность. Ценностный подход предполагает четкую формулировку основных ценностей компании, их понимание и внедрение во все сферы деятельности. Это обеспечивает прозрачность внутренних процессов, улучшает коммуникацию и способствует созданию доверительных отношений с сотрудниками.

2. Ориентированность на сотрудников. Ценностный подход направлен на удовлетворение потребностей и ожиданий сотрудников, адекватных их ценностным установкам. Компания, ценности которой находят отклик у сотрудников, способствует привлечению талантливых специалистов и повышению уровня удовлетворенности персонала.

3. Соответствие внутренним и внешним ценностям. Ценностный подход предполагает согласованность ценностей, пропагандируемых компанией внутри организации, и ценностей, отражаемых внешне в рекламных кампаниях и имидже работодателя. Это поддерживает единый и цельный образ компании для сотрудников и потенциальных кандидатов.

4. Устойчивость. Ценностный подход ориентирован на долгосрочное и последовательное соблюдение установленных ценностей компании, что способствует укреплению внутренней культуры, построению стабильных отношений с сотрудниками и созданию устойчивого имиджа работодателя.

5. Интеграция в стратегию компании. Ценностный подход в формировании бренда работодателя должен быть интегрирован в общую стратегию компании, поддерживать ее цели и задачи в области управления персоналом и развития бизнеса.

Важно отметить, что идентификационный подход ориентирован в большей степени на внешний бренд работодателя, в то время как ценностный подход затрагивает глубинные уровни и является сложно структурированным подходом. Ключевые характеристики подходов к формированию бренда работодателя представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Ключевые характеристики подходов к формированию бренда работодателя на рынке труда

Одним из ярких представителей идентификационного подхода к формированию бренда работодателя является российская транснациональная компания в отрасли информационных технологий – Яндекс, создавшая привлекательный имидж для соискателей. Многие молодые специалисты в области информационных технологий хотят устроиться на работу именно в эту компанию.

Еще одним примером использования идентификационного подхода к формированию бренда работодателя является компания со своими представительствами в странах СНГ – ООО «Джонсон и Джонсон».

ООО «Джонсон и Джонсон» осуществляет производство в трех направлениях:

- потребительские товары;
- фармацевтическая продукция;
- медицинские технологии.

Бренд работодателя в ООО «Джонсон и Джонсон» – это положительный образ на рынке труда. Он создается на основе имиджа данной организации.

Даже тот факт, что компания вошла в топ-25 самых инновационных компаний 2018 г. уже создает бренд работодателя.

В 2019 г. компания стала лучшим работодателем Российской Федерации и получила международную сертификацию. В ходе опроса было задействовано более 450 тысяч сотрудников из 77 российских компаний, чтобы определить уровень доверия к руководству, причины, которые делают компанию лучшим работодателем и анализ привлекательности для сотрудников. Первое место ООО «Джонсон и Джонсон» показало, что сотрудники гордятся работой в данной компании [4].

В качестве российской организации, ориентированной в формировании бренда работодателя на ценностный подход, можно выделить автомобилестроительную компанию «Группа ГАЗ». Компания активно развивается, расширяет бизнес-направления и модельный ряд, увеличивает объемы производства. Но, как и многие компании, «Группа ГАЗ» столкнулась с проблемой нехватки персонала. Руководством компании было принято решение усилить и скорректировать подход в части создания ценностного предложения. Впоследствии было сформулировано ценностное предложение, в котором говорилось о том, что «Группа ГАЗ» – это «про людей и для людей».

Было обозначено, что это не предприятие, которое занимается какими-то неосязаемыми разработками будущего, а компания, которая создает современные продукты, помогающие всем жителям российских городов уже сейчас. Например, комфортные автобусы, в которых ездят тысячи людей или грузовой транспорт, который служит в различных сферах бизнеса и экономики, – все это можно каждый день увидеть на улице. И важно при этом наглядно показать, что к этому причастна компания и ее сотрудники.

Рассмотрев используемые российскими компаниями подходы к формированию бренда работодателя, можно сделать вывод о том, что в настоящее время наиболее эффективно использовать идентификационный и ценностный подходы совместно, то есть применить комплексный подход в рамках построения модели бренда работодателя на рынке труда.

Консистентный подход к бренду работодателя - это концепция, означающая единое и согласованное восприятие компании как работодателя как внутри организации, так и за её пределами, то есть подход, объединивший в себе ключевые принципы идентификационного и ценностного подхода. Бренд работодателя, сохранивший однородность и целостность во всех аспектах коммуникации и деятельности компании, способен привлекать кандидатов, соответствующих ее ценностям и культуре, а также укрепляет позицию компании на рынке труда (таблица 1).

Консистентность помогает укрепить узнаваемость и доверие к бренду, создавая стабильный и привлекательный имидж компании как работодателя. Согласованный и постоянный подход также способствует установлению эмоциональной связи с аудиторией и формированию лояльности к бренду.

Таблица 1 – Концептуальные элементы модели бренда работодателя на рынке труда в рамках консистентного подхода

Признаки консистентного подхода к бренду работодателя	Методы и инструменты формирования бренда
1.Согласованность визуальной идентификации с ценностями	При разработке дизайна и рекламных материалов учитывать ценности компании, чтобы обеспечить соответствие между внешним обликом и внутренними ценностями.
2. Согласованность опыта	Сотрудники должны испытывать те же ценности и культуру, которые рекламирует компания. Это означает, что внутренний опыт сотрудников должен соответствовать тому, что обещает бренд работодателя. Например, если компания позиционирует себя как гибкую и поддерживающую, то она должна предоставлять такие условия труда на практике.
3. Объединение коммуникации	Согласовать коммуникацию и взаимодействие как с внешней, так и внутренней аудиторией с учетом идентификации и ценностей компании. Это возможно реализовать, обеспечив консистентность в процессе подбора персонала, т.е. использование одних и тех же стандартов и подходов в найме, которые отражают корпоративные ценности и культуру.
4. Работа с обратной связью	Консистентный бренд работодателя включает активное получение и использование обратной связи от сотрудников для улучшения работы компании и её репутации. Это позволяет адаптировать бренд под реальные ожидания и потребности работников. Из инструментов выделяют: проведение регулярных опросов среди сотрудников для оценки их удовлетворенности и восприятия корпоративной культуры; внедрение анонимных платформ для отзывов, чтобы работники могли свободно выражать свои мнения и предложения.
5. Вовлечение сотрудников	Важно, чтобы сотрудники чувствовали себя частью бренда работодателя, разделяли его ценности и идентификацию. Проведение соответствующих мероприятий, тренингов и обучений поможет укрепить единство и взаимопонимание в коллективе.

В заключении стоит отметить, что в современных условиях развитие бренда работодателя на рынке труда играет важную роль и помимо

положительного образа (имиджа) работодателя, российские компании должны иметь свою собственную систему ценностей, то есть конкретное ценностное предложение, которое они могут предложить своим потенциальным сотрудникам. На сегодняшний день формирование бренда работодателя должно стать стратегической задачей каждой организации и предприятия, что в дальнейшем позволит им завоевать в свои ряды профессионалов и тем самым повысит их конкурентоспособность.

Список литературы

1. Ананьева, Т. Е. Тенденции в области развития бренда работодателя / Т.Е. Ананьева // Бренд-менеджмент, 2022. – № 1. – С.72-78.
2. Масалова, Ю. А. Исследование бренда работодателя современной организации / Ю. А. Масалова, В. О. Шикина // Вестник Кемеровского государственного университета. – Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2019. – Т. 4. – № 1. – С. 113–121.
3. Мирошников, С. А. Кадровое сотрудничество вуза и промышленных партнёров в контексте карьерного развития молодёжи / С. А. Мирошников, С. В. Нотова, Ю. Н. Никулина // Высшее образование в России. – 2022. – Т. 31, № 8-9. – С. 99-115.
4. Шубина, Е. Ю. Имидж работодателя как важнейший элемент в системе формирования бренда работодателя // Human Progress, 2021. – Т. 7. – № 3 – С. 17.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ ПРОФОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Никулина Ю.Н. канд. экон. наук, доцент, Шевченко Д.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Промышленный туризм в России представляет собой уникальное направление, которое охватывает посещение действующих и бывших промышленных объектов. Он стал важной частью туристической индустрии, способствуя не только развитию самих предприятий, но и привлечению туристов в регионы. Следует отметить, что промышленный туризм выступает значимым и эффективным инструментом профориентации школьников и студентов на этапе выбора будущей профессии, потенциального места работы и погружения в область будущей профессиональной деятельности, что особенно актуально и для предприятий в условиях высокой потребности в кадрах.

Профессиональная ориентация как процесс включает в себя комплекс мероприятий, направленных на поддержку молодых людей в профессиональном самоопределении и последующем трудоустройстве. Профессиональная ориентация начинается еще в школе и продолжается на протяжении всей жизни, адаптируясь к меняющимся условиям рынка труда и индивидуальным потребностям. Промышленный туризм в этом контексте становится особенно актуальным. Посещая предприятия и знакомясь с реальными условиями работы, молодые люди могут получить практический опыт и развить мотивацию к выбору определенной сферы и области профессиональной деятельности в контексте развития региона и страны в целом [1].

Основные формы организации промышленного туризма представлены в таблице 1.

Таблица 1 -Основные формы организации промышленного туризма

Экскурсии на производственные предприятия	Регулярные экскурсии: Многие предприятия организуют экскурсии на постоянной основе, что позволяет туристам ознакомиться с процессами производства и историей компании. Это особенно распространено на предприятиях пищевой промышленности, металлургии и машиностроения.
Мастер-классы и обучающие программы	Некоторые предприятия предлагают мастер-классы, где участники могут не только наблюдать за производственным процессом, но и попробовать себя в роли работников завода. Это способствует более глубокому пониманию технологий и процессов.
Тематические маршруты	Разработка маршрутов, объединяющих

	несколько предприятий или объектов промышленного туризма, позволяет создать более насыщенную программу для туристов. Например, на Урале сформированы маршруты, включающие посещение металлургических комбинатов и заводов по производству тепловозов.
Кросс-региональные инициативы	В рамках сотрудничества между регионами разрабатываются трансграничные маршруты, которые позволяют туристам посетить несколько областей за одно путешествие. Это увеличивает привлекательность региона как туристической дестинации.

В качестве основных инструментов внедрения элементов промышленного туризма в конкретном регионе используются следующие.

Во-первых, разработка и внедрение методологии, которая включает пошаговые инструкции по созданию моделей региональных стратегий, организации производственных экскурсий и поддержке проектов по развитию промтуризма. Эта методология адресована представителям органов власти, промышленным предприятиям и туристическим компаниям.

Во-вторых, создание дорожных карт по развитию промышленного туризма, встроенных в общие стратегии локального туризма. Эти документы помогают систематизировать действия и определить ключевые направления для развития.

В-третьих, внедрение образовательных курсов для подготовки специалистов по промышленному туризму. Это включает обучение сотрудников предприятий и студентов на базе вузов, что способствует повышению квалификации кадров в данной области.

В-четвертых, создание информационных платформ: разработка специализированных веб-сайтов и мобильных приложений, посвященных промышленному туризму в регионах. Эти платформы могут содержать информацию о доступных экскурсиях, расписаниях, ценах и отзывах туристов, что значительно упростит процесс планирования поездок.

В-пятых, сотрудничество с образовательными организациями: важно наладить связи с университетами и колледжами для создания совместных программ. Это может включать стажировки студентов на предприятиях, что позволит им получить практический опыт и углубить знания о промышленности.

В-шестых, государственные инициативы: важно, чтобы государственные органы поддерживали развитие промышленного туризма через финансирование проектов, предоставление грантов и налоговых льгот для предприятий, участвующих в этом направлении на региональном уровне [2].

Промышленный туризм в России имеет значительный потенциал для развития благодаря разнообразным инструментам внедрения и поддержке со стороны государства, бизнеса и образовательных учреждений. Успешные

примеры из разных регионов демонстрируют, что слаженная работа всех заинтересованных сторон может привести к созданию уникальных туристических продуктов и увеличению потока туристов.

В России уже существуют примеры успешной реализации кейсов в области промышленного туризма. На уровне РФ реализуется масштабный проект по развитию промышленного туризма «Открытая промышленность», организатором которого является Агентство стратегических инициатив.

Москва является регионом – наставником по промышленному туризму и принимает активное участие в программе «Открытая промышленность». Флагманский проект по продвижению столичных предприятий – «Открой МОСПРОМ», который включает бесплатные экскурсии на промышленные предприятия, хакатоны для студентов, квизы, фотовыставки и иммерсивные представления на промышленных площадках. В проекте задействованы 80 промышленных предприятий и 201 московская школа, свыше 10 000 учеников уже проходят обучение в инженерных классах, где предоставляется возможность школьникам на производстве знакомиться с процессом производства, изучить работу станков и оборудования.

Челябинская область стала лидером по количеству предприятий, включенных в программу «Открытая промышленность» - 33 предприятия открылись для туристов. Ключевым проектом для региона стало создание Проектного офиса по развитию промышленного туризма – отдельной структурной единицы, которая в режиме «единого окна» координирует все мероприятия по развитию промышленного туризма внутри региона.

«Крылатый» регион – Орловская область проводит масштабный медиа - проект по продвижению орловских производителей: снимают видеоролики, записывают подкасты, продвигают предприятия через социальные сети и платформы.

Новосибирская область делает ставку на развитие научно- популярного туризма. В Новосибирской области в 2023 году созданы 4 научно-популярных маршрута, которые объединяют научные центры, промышленные площадки и образовательные учреждения. Регион планирует привлекать международных туристов, чтобы продвигать бренд региона и предприятий Новосибирской области зарубежом, а также привлекать студентов в университеты Сибири.

Оренбургская область также является активным участником проекта «Открытая промышленность». Организаторами мероприятия выступает региональное министерство промышленности и энергетики, министерство экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей, Центр развития туризма АНО «Центр поддержки предпринимательства и развития экспорта Оренбургской области» (центр «Мой бизнес») и промышленные предприятия Оренбуржья [3].

Обучающиеся колледжей и вузов региона в рамках реализации мероприятий по профориентации и самоопределению ежегодно посещают предприятия, входящие в программу развития промышленного туризма

Оренбургской области, где выступают не только в роли зрителей, но и активных участников производственного процесса.

Так к примеру, в ходе посещения музея истории и трудовой славы ООО «Газпром добыча Оренбург» обучающиеся получили информацию об истории оренбургского газа, выдающихся работниках газовой отрасли региона и вкладе предприятия в развитие социальной сферы области. Студенты узнали, как выстроить будущую музейную экспозицию, чтобы она увлекала посетителей и отвечала задачам культурного учреждения. Определили наполнение экспозиций музея, представленное в текстовой, графической и мультимедийной формах.

Познакомиться с основными видами деятельности предприятия и особенностями подбора и отбора персонала обучающиеся смогли в филиале ПАО «Россети-Волга». Студенты также посетили Центр управления сетями, откуда осуществляется оперативное управление энергосистемой области. Побывали в учебном центре «Энергетик-Оренбург», где осуществляется профессиональное обучение, переподготовка и повышение квалификации по более чем 80 образовательным программам, разработанным с учетом требований профессиональных стандартов.

Маршрут экскурсии по ПК «Оренбургские пуховницы» включил в себя посещение экофермы, музея оренбургского пухового платка, цеха по переработке козьего пуха, фотозоны и участка производства пуховой пряжи. Обучающиеся смогли познакомиться с полным циклом создания символа Оренбуржья — от содержания коз до готового изделия, оценить разработанный экскурсионный маршрут и формат продвижения пуховязального промысла Оренбуржья. Здесь же для ребят было организовано чаепитие со сладким угощением.

В ООО «Оренбургхладокombинат» студентам удалось понаблюдать за производственными цепочками поставок молока, побывать в варочном цехе, где готовится смесь для мороженого, а также в цехе по изготовлению вафельных рожков. Экскурсанты смогли продегустировать мороженое прямо с конвейера, оценить камеру закаливания и насладиться готовой сладостью. Там же ребята обсудили вопросы качества сырья, специфику производственного процесса, инструменты продвижения компании на рынке и многое другое.

В 2024 году к проекту «Открытая промышленность» присоединился ООО «МК «КРАСНОГОРСКИЙ», Красногорский молочный комбинат, который является вторым по счету резидентом особой экономической зоны «Оренбуржье». Комбинат оснащен новым современным оборудованием. Деятельность предприятия прозрачна и работает по всем правилам и стандартам выпускаемой продукции. На верхних этажах завода — панорамные окна, где можно наблюдать за производственными процессами и работой персонала предприятия. Реализация продукции планируется не только на рынок Оренбурга и Оренбургской области, а также в другие регионы России, Казахстан и Китай. Данный объект промышленного туризма был очень

востребован среди молодежи как потенциальное место практики и трудоустройства.

В заключении стоит отметить, что участие молодежи в экскурсиях на промышленные объекты региона, общение с инженерами, горняками, химиками, сталеварами дает совершенно новое, яркое представление о профессиях и отраслях, позволяет внедрить практико-ориентированные технологии обучения и развить студентам – будущим молодым специалистам компетенции, необходимые в дальнейшем для качественного выполнения профессиональных обязанностей по соответствующим направлениям подготовки.

Список литературы

1. Никулина, Ю. Н. Промышленный туризм в системе взаимодействия вузов и предприятий: содержание и перспективы развития / Ю. Н. Никулина, Г. В. Струзберг. – Москва : Издательство "Перо", 2015. – 188 с.

2. Никулина, Ю. Н. Развитие промышленного туризма как способ повышения качества подготовки молодых специалистов для экономики региона / Ю. Н. Никулина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – № 3. – С. 46-52.

3. Никулина, Ю. Н. Развитие промышленного туризма в регионе: опыт и перспективы (на примере Оренбургской области) / Ю. Н. Никулина, Г. В. Струзберг // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 7(84). – С. 345-348.

МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ООО «КУФОРМ» С ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В РАМКАХ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ИТ-СФЕРЫ

Савченко Н.А.
ООО «Куформ», г. Оренбург

Современные тенденции развития бизнеса формируют инновационные подходы сотрудничества компаний и образования. Сотрудничество образования и бизнеса было и остается одним из основных факторов развития кадрового потенциала. Министр цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ Максют Игоревич Шадаев неоднократно подчеркивал роль профильного бизнеса в повышении качества обучения ИТ-специалистов в вузах. Министр также анонсировал, что вовлечение ИТ-компаний в подготовку кадров в высших учебных заведениях станет обязательным условием для сохранения этими компаниями льгот [1]. Ожидается, что сотрудничество профильного бизнеса и образовательных организаций позволит сформировать актуальную матрицу компетенций, которые необходимы динамичному рынку высоких технологий.

Еще одна тенденция, которая все больше набирает популярность: выстраивание долгосрочных отношений вузов и бизнеса. Работодатели понимают, что взаимодействие с высшей школой помогает не только закрыть вопросы с наймом сотрудников, но и повысить узнаваемость компании, укрепить HR-бренд. Уровень знакомства с брендом компании и знания о ее корпоративной культуре значительно влияют на то, куда студенты будут подавать свои резюме после окончания учебных заведений. Выигрывают от такого сотрудничества и вузы. Ведь готовить будущих специалистов, способных конкурировать на рынке труда, без связи с представителями рынка – невозможно [2]. Да, изменения в сфере образования происходят не так быстро, как хотелось бы, но именно взаимодействие с работодателями позволяет вузам менять программы подготовки будущих ИТ-специалистов под современные реалии.

Компания «Куформ», активно развивает направление University Relations (UR) – систему взаимоотношений между образовательными организациями и бизнесом, взаимодействует с Оренбургским государственным университетом (ОГУ) – Институтом математики и информационных технологий, а также с Оренбургским колледжем экономики и информатики (ОКЭИ). В результате, налажено тесное взаимодействие с преподавателями, студентами и нашей компанией.

Основные направления развития бизнеса ООО «Куформ» через взаимодействие со сферой образования:

Во-первых, HR (управление персоналом): формирование/усиление позитивного образа компании как работодателя; подготовка кадрового резерва для компании, компаний – партнеров; содействие найму

высококвалифицированных специалистов в отделах компании из числа выпускников.

Во-вторых, GR (управление взаимоотношениями между компанией и государством): развитие партнерства компании с органами государственного управления на всех уровнях, отраслевыми организациями и ассоциациями, академическими и научными организациями посредством совместной деятельности в сфере образования.

В-третьих, R&D (исследование, развитие и внедрение инноваций): вовлечение научного и производственного потенциала учебных заведений в разработку новых технологий для компании, проведение совместных мероприятий и проектов; тестирование новых продуктов компании силами студентов и преподавателей; разработка демонстрационных проектов для компании силами студентов и преподавателей; привлечении инвестиций на реализацию совместных проектов и разработок.

В-четвертых, PR (управление взаимоотношениями между компанией и общественностью): усиление узнаваемости бренда компании; позиционирование бренда компании как социально-ответственной компании, вносящей вклад в развитие сферы образования и науки.

В-пятых, SALE & MARKETING (анализ потенциала роста компании в будущем): рост объема продаж и увеличение текущего количества пользователей продуктов / услуг компании; формирование нового поколения пользователей и будущих клиентов, ориентированных на продукты / услуги компании; расширение числа информационных каналов, физических и виртуальных площадок для маркетинговых активностей компании (через каналы учебных заведений, на базе учебных заведений, через сайты учебных заведений и т.п.).

Программа ООО «Куформ» по взаимодействию с образовательными организациями включает поэтапную реализацию алгоритма:

1. Подбор профильных учебных заведений, организация и проведение переговоров (от имени компании) с руководством по развитию делового сотрудничества с компанией.

2. Подписание Соглашений о сотрудничестве в образовании между компанией и профильными учебными заведениями.

3. Установление контактов внутри учебных заведений с специалистами, заинтересованными в развитии деятельности компании на базе учебного заведения.

4. Разработка и запуск основных образовательных программ (уровня бакалавриата, специалитета, магистратуры), реализуемых совместно компанией и учебными заведениями, ориентированными на продвижение технологий компании.

5. Разработка содержания маркетинговых материалов, ориентированных на аудиторию студентов и преподавателей.

6. Реализация маркетинговых кампаний по распространению информации о предложениях компании для студентов и преподавателей, с использованием информационных каналов и площадок учебных заведений.

7. Организация и проведение «брендированных» (использование бренда компании) массовых мероприятий на базе учебного заведения, в целях продвижения технологий и бренда компании (например, «День открытых дверей», «День карьеры в компании»).

8. Сопровождение и участие в «брендированных» конкурсных мероприятиях (конкурсы проектов, кейс - чемпионаты, олимпиады, хакатоны и т.п.) для учащихся и студентов.

9. Запуск практической и исследовательской работы, ориентированной на обучение студентов технологиям компании, а также, включенность в инновационные проекты.

Организация работы со студентами в ООО «Куформ»:

– Определение формата сотрудничества с вузом: прямое трудоустройство, при котором размещаются вакансии на университетских площадках, при этом заключается с вузом партнёрское соглашение [3]. Компания приглашается на внутренние мероприятия (день карьеры, ярмарка вакансий или различные научные конференции), где получает возможность развернуть стенд компании, напрямую пообщаться со студентами, провести блиц - собеседования, пригласить потенциальных кандидатов на стажировку в компанию.

– Подготовка целевых программ подготовки, при которых уже на начальном этапе обучения можно повлиять на то, что потенциальный стажёр будет изучать, подготовить его к выполнению будущих должностных обязанностей. Это сотрудничество подразумевает участие в формировании учебных планов для студентов в составе рабочей группы.

– Направления подготовки в вузе, должны отвечать требованиям профессиональных компетенций, которые закладываются программами подготовки.

– Предоставление возможности прохождения учебной, производственной и преддипломной практик, что в свою очередь сильно повышает привлекательность компании для студентов.

– Проведение собеседования для стажёров в непривычных форматах интервью. Предложение задач по необходимой тематике, подробная информация о том, чем занимается отдел или команда. Обращаем внимание на личную заинтересованность и внутреннюю мотивацию.

– Четкое соблюдение правил адаптации: не перегружать стажёров комплексными трудоемкими задачами, следует помнить, что помимо работы идет учебный процесс в университете. Для младших курсов даются небольшие задачи начального уровня, не требующие высокой квалификации и опыта, где цена ошибки невысока. Магистрантам и старшекурсникам бакалавриата ставятся задачи сложнее, предусматривается участие в крупных проектах.

– Подготовка кураторов в Компании, которые ведут работу со стажёрами. Кураторство должно быть добровольным (не все готовы управлять процессом обучения и наставничества).

– Подготовка материалов для ознакомления с рабочими процессами и инструментами компании. Проведение инструктажей и вводного обучения Welcome.

Результаты работы ООО «Куформ» с образовательными организациями:
Многоканальное взаимодействие

1. Ежегодное посещение «Ярмарки вакансий» – один из самых быстрых и эффективных способов прямого общения со студентами. Здесь мы знакомимся со студентами и рассказываем о себе. Наша компания работает с учебными заведениями достаточно длительное время, студенты нас уже знают, наш бренд узнаваем. На ярмарках мы регулярно рассказываем о действующих программах стажировки, об открытых вакансиях, о своем HR - бренде. Студенты ОГУ и ОКЭИ с удовольствием проходят практику в нашей компании.

2. Представители нашей компании участвуют в хакатонах не только как участники, но и в составе жюри. Также, наши специалисты приходят лично на пары, общаются со студентами, готовят интересные темы. Одна из основных тем: «Роли в IT», где рассказывают, чем занимается каждый специалист в разрезе жизненного цикла IT- проекта.

3. Руководитель Компании «Куформ», Александр Зуев, почетный гость на студенческих конференциях, в составе жюри - на IT-конкурсах, в составе экзаменационной комиссии - на госэкзаменах и защите дипломных работ.

4. Проект «Академия Web Строитель», был запущен в компании с целью обучения студентов, с последующим трудоустройством, по 3 направлениям: seo - копирайтинг; seo - продвижение; web - разработка. Обучение аудиторное, не оплачиваемое, с выдачей сертификата о прохождении обучения по одному из направлений. После обучения, многим из обучающихся, предлагается место работы в компании [4].

Основное достижение нашей компании в работе с образовательными организациями – это трудоустройство студентов. В компании работают сотрудники, которых мы трудоустроили на 3-4 курсе, или сразу после окончания учебных заведений, либо после прохождения практики у нас. Все студенты, проходящие практику в нашей компании, заносятся в базу кадрового резерва, где хранится информация о курсовых и дипломных работах, обратная связь от кураторов, зарезюмированы выводы по мотивационным беседам, из которых мы понимаем, как видит в дальнейшем, свой профессиональный путь наш практикант. На сегодняшний день у нас трудоустроено 13 человек, 5 из них еще учатся.

Разработка и запуск проектов совместно со студентами. ООО «Куформ» имеет богатый опыт в создании инновационных и эффективных решений для различных отраслей. Наши инновационные IT - продукты, привлекают «молодые умы» своей нестандартностью и актуальностью. Профессиональная

команда экспертов быстро вводит ребят в курс дела, ставит обучающие задачи и как результат: ребята дают нам очень позитивную обратную связь, подчеркивают, что такой опыт и навыки невозможно получить без такой уникальной практики.

На сегодняшний день компания является мощной обучающей площадкой для студентов, которые получают не только знания и профессиональные навыки, но и социальный опыт работы в большой профессиональной команде, где идет активное взаимодействие сразу нескольких направлений в работе. В компании проводится колоссальная работа по развитию будущих специалистов, изучение индивидуальной направленности, оценка того, что лучше получается, предложения вариантов развития внутри собственных проектов и проектов компании.

Список литературы

1. ИТ-компании становятся партнерами вузов и готовят для себя специалистов // Интернет-портал «Российской газеты» – Режим доступа: <https://rg.ru> (дата обращения: 10.01.2025)

2. Мирошников, С. А. Кадровое сотрудничество вуза и индустриальных партнёров в контексте карьерного развития молодёжи / С. А. Мирошников, С. В. Нотова, Ю. Н. Никулина // Высшее образование в России. – 2022. – Т. 31, № 8-9. – С. 99-115.

3. Струзберг, Г. В. Практики взаимодействия ОГУ и предприятий по подготовке квалифицированных кадров / Г. В. Струзберг // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Всероссийской научно-методической конференции; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2023. – С. 688-692.

4. Официальный сайт «Web Строитель» – Режим доступа: <https://web-str.ru> (дата обращения: 10.01.2025)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯ РЕГИОНА

Струзберг Г.В.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»**

Конкуренция за кадры, достигшая в современном мире небывалых высот, вынуждает предприятия искать новые инновационные подходы к привлечению молодых специалистов. Одним из таких подходов может стать активное использование потенциала промышленного туризма. Промышленный туризм – это не просто современный тренд для путешествий, а эффективный способ решения конкретных экономических задач, стоящих перед регионами и промышленностью. Одна из основных – это решение кадровых вопросов, привлечение молодых специалистов на предприятия региона. Сегодня предприятия в один голос заявляют, что испытывают острый кадровый голод. Им не хватает квалифицированных рабочих, инженеров, узконаправленных отраслевых специалистов. По данным опроса сервиса по поиску работы SuperJob за 2024 год, большинство российских работодателей испытывают кадровый голод. О нехватке рабочих рук заявили 86 % респондентов [1].

Недостаток информации о возможностях и условиях работы на промышленных предприятиях становится преградой для многих обучающихся, которые считают, что такая работа не представляет для них интереса из-за низких зарплат и некомфортных условий труда. Показать, что это не соответствует действительности, вот одна из задач которую можно решать, используя потенциал промышленного туризма.

Только увидев своими глазами как работает то или иное предприятие, как организован производственный процесс, какая атмосфера царит в стенах завода, молодой человек, который выбирает свой жизненный путь, сможет понять, подходит ли ему такая работа, хочет ли он связать свою жизнь с этим конкретным предприятием и с этим регионом. Промышленные экскурсии помогают молодежи разрушить стереотипы и понять, что современная промышленность – это все больше про высокие технологии, автоматизация производства, а от квалифицированного рабочего требуются знания в ИТ-сфере.

Одной из наиболее заинтересованных целевых групп в сфере промышленного туризма являются студенты высших учебных заведений. Для них промышленные экскурсии возможность не просто понаблюдать за производственным процессом, но и пообщаться с опытными специалистами, узнать о последних технологических разработках, увидеть, как теория воплощается в практику. Такой визит может пробудить в них интерес к конкретной сфере деятельности и желание стать частью команды

профессионалов. В результате такие выпускники становятся ценными специалистами и имеют шанс занять свободные позиции на предприятиях. В стратегии развития туризма в России подчеркивается важность развития промышленного туризма в контексте профессиональной ориентации студентов. Таким образом, промышленные экскурсии становятся ключевым инструментом для подготовки кадров, обеспечивая необходимый опыт и понимание будущей профессиональной деятельности. Согласно данным Агентства стратегических инициатив, около 30% молодых людей [2], посетивших промышленные предприятия, готовы рассматривать возможность работы на них.

В настоящее время в России наблюдается заметный рост в области промышленного туризма [5]. Это связано с развитием ключевых принципов взаимодействия между промышленными компаниями, профильными министерствами, образовательными организациями, туристическими агентствами и торгово-промышленными палатами. Каждый год количество российских регионов, которые предлагают промышленные туры, растет. Сегодня это 73 региона, где реализуется промышленный туризм. Кроме того, общее количество туристов, привлеченных промышленными экскурсиями, превысило 1400000 человек. Одним из важных факторов, поддерживающих рост промышленного туризма в стране, является программа «Открытая промышленность», которая направлена в том числе и на создание позитивного имиджа российских производителей. Хочется отметить успехи и отличную динамику участия Оренбургской области в этом проекте.

Оренбургская область обладает большим потенциалом. В регионе реализуется свыше 100 инвестиционных проектов – это новые предприятия, производства, цеха. Предприятия Оренбургской области активно включились в развитие промышленного туризма. Сегодня в проекте задействованы 15 компаний и четыре туристических оператора. Среди них такие предприятия как АО «Уральская Сталь», ООО «Аккерманн Цемент», ООО «Газпром добыча Оренбург», компания «ОренбургШаль», ООО «Оренбургхлагокомбинат», Филиал ОАО «МРСК Волги» – «Оренбургэнерго», АО МЭЗ «Уралэлектро», АО «Оренбургские минералы», АО «Завод «Инвертор», молочный комбинат «Красногорский». В 2024 году для туристов стали доступны ещё ряд предприятий. На форуме «Газ. Нефть. Оренбуржье» в ходе секции «Промышленный туризм: погружение, стратегические инициативы» правительство области подписало договор с туроператором ООО «Майс Маркет» и тремя новыми предприятиями-участниками проекта «Открытая промышленность»: ООО «Новотроицкий трубопрокатный завод», ООО «Полимерные технологии в строительстве», ООО «Оренбургский завод металлоконструкций». За два года более 20 тысяч человек посетили экскурсии на Оренбургских заводах.

Оренбургский государственный университет для привлечения молодых специалистов на предприятия региона также реализует проекты с использованием возможностей промышленного туризма. В рамках взаимодействия вузов и профильных предприятий студенты выпускных курсов

ежегодно посещают с экскурсией профильные предприятия и организации. Ежегодно университет является инициатором проведения Всероссийской акции «Неделя без турникетов», где принимает участие около 5500 студентов и преподавателей головного вуза, филиалов и колледжей. В общей сложности реализуется свыше 290 различных тематических экскурсий, выездных практико-ориентированных занятий. Двери для будущих сотрудников открывают АО «ПО «Стрела», АО «Завод бурового оборудования», ОАО «Гидропресс», ООО «Технология», Оренбургский локомотиворемонтный завод – филиал АО «Желдорремаш», ПАО «Т Плюс», АО «Завод «Инвертор», ООО «Завод дисплеев «ИКАР», ООО «Фотон» и другие. Образовательный проект ООО «Газпром добыча Оренбург», направленный на получение студентами дополнительных профессиональных компетенций корпоративной направленности, включает в том числе и ознакомительные экскурсии, что позволяют ребятам воочию оценить инфраструктуру и масштабы деятельности будущего работодателя [3,4].

Промышленный туризм, направленный на ознакомление с предприятиями и промышленными процессами, позволяет молодым людям получить уникальный опыт и знания о различных отраслях экономики. Посещение современных заводов, инновационных центров, научных лабораторий открывает перед ними перспективы профессионального развития и вдохновляет на выбор карьерного пути в сфере промышленности.

Привлечение молодых специалистов — это долгосрочный процесс, который требует усилий и времени. Важно помнить, что подбор персонала нужно начинать раньше, чем появляется вакансия. Однако, если предприятия будут активно использовать потенциал промышленного туризма, они смогут привлечь талантливых молодых людей и обеспечить себе кадровый резерв. Посещение предприятий, знакомство с производственными процессами и культурой компании могут стать решающим фактором при выборе места работы. Поэтому при проведении промышленных экскурсий важно показать не только реальное производство, но и насколько компания заинтересована в развитии и инновациях, внедрению новых технологий и улучшению условий труда.

Таким образом, для успешного привлечения молодых специалистов предприятия региона должны активно использовать потенциал промышленного туризма. Он позволяет предприятиям продемонстрировать свою инновационность, открыть двери для будущих сотрудников и способствовать развитию региональной экономики.

Список литературы

1. Портал Superjob.ru – Режим доступа: <https://www.superjob.ru> (дата обращения: 10.01.2025)
2. Официальный сайт Агентства стратегических инициатив – Режим доступа: <https://asi.ru> (дата обращения: 10.01.2025)

3. Струзберг, Г. В. Промышленный туризм: направление взаимодействия университета и индустриальных партнеров / Г.В. Струзберг // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Всероссийской научно-методической конференции; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2024. – С. 753-756.

4. Никулина, Ю. Н. Промышленный туризм в системе взаимодействия вузов и предприятий: содержание и перспективы развития / Ю. Н. Никулина, Г. В. Струзберг. – Москва : Издательство «Перо», 2015. – 188 с.

5. Мирошников, С. А. Кадровое сотрудничество вуза и индустриальных партнёров в контексте карьерного развития молодёжи / С. А. Мирошников, С. В. Нотова, Ю. Н. Никулина // Высшее образование в России. – 2022. – Т. 31, № 8-9. – С. 99-115.

ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ КАК СТУПЕНЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ПОДРОСТКА

Терентьева И.А., канд. пед. наук, доцент

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Оренбургский государственный университет»

Одной из задач современного дополнительного образования является выявление и поддержка талантливых детей и молодежи по различным направлениям деятельности. Выявление способностей и склонностей подростков к определенным видам деятельности, дальнейшее их развитие способствует профессиональному определению подростка, развитию его мотивации.

Руководители и педагоги детских творческих коллективов для решения этой задачи разрабатывают комплекс педагогических, организационных условий, реализация которого способствует самореализации, саморазвития личности в различных направлениях деятельности, профессиональному определению подростка.

Художественно - эстетическое воспитание детей и подростков, раскрытие творческого потенциала, развитие креативности является приоритетной задачей образовательного комплекса «Галатей» ГБУДО ООДТДМ им. В.П. Поляничко. Дизайн и демонстрация сценического костюма, фотосъемка, создание художественной фотографии являются составляющими педагогического дизайна деятельности детского творческого коллектива.

Выявление талантливых детей и подростков в сфере дизайна и демонстрации сценического костюма, их профессиональная ориентация создание художественной фотографии на протяжении более двадцати лет остаются приоритетными направления в деятельности педагогического коллектива детского театра моды «Галатей».

Для реализации поставленной задачей педагогическим коллективом театра моды «Галатей» были разработаны проекты, индивидуальные образовательные маршруты, направленные на выявление талантливых детей и выстраивание индивидуальной образовательной траектории развития способностей и актуализации мотивации на совершенствование навыков в выбранном направлении деятельности.

Цель исследования – трансляция практики деятельности детских творческих мастерских «Театра моды «Галатей» ГАУДО ООДТДМ им. В.П. Поляничко.

Материал и методы исследования – анализ научной, методической литературы, нормативно-правовых источников по проблеме исследования, метод наблюдения, анализ деятельности детского творческого коллектива в образовательной организации дополнительного образования, анализ

педагогической деятельности педагогов дополнительного образования в детском творческом коллективе по направлению «Детские театры моды».

Для реализации поставленных задач педагогическим коллективом были разработаны проекты:

- Проект деятельности творческой мастерской «АРТ-коллекция»;
- Проект студии художественной фотографии «Фотостиль».

Проект творческой мастерской «АРТ-коллекция» направлен на популяризацию творчества детей и молодежи в сфере дизайна одежды, предпрофессиональную ориентацию молодежи. Мероприятия, реализуемые в рамках проекта, способствуют актуализации мотивации подростков к допрофессиональной ориентации в области конструирования, моделирования одежды. Цель проекта – развитие творческого потенциала учащихся творческих объединений по направлению «детский театр моды» в сфере дизайна одежды, содействие их успешному социально-профессиональному самоопределению.

Задачи проекта:

1. Выявление и поддержка талантливой молодежи Оренбуржья в сфере дизайна одежды, популяризация молодежного творчества, содействие допрофессиональной ориентации и социально-профессиональному самоопределению.

2. Методическая поддержка педагогов дополнительного образования детских театров моды Оренбургской области по направлению дизайн одежды, повышение уровня их профессиональной компетентности.

3. Создание виртуального пространства творческой мастерской «АРТ - коллекция» на портале ГАУДО ООДТДМ им. В.П. Поляничко (по результатам реализации проекта).

Принципы, лежащие в основе проекта:

– принцип интеграции. Проект творческой мастерской «АРТ-коллекция» реализуется в условиях интеграции социальной среды и образовательных организаций, взаимодействия профессионалов-взрослых и увлеченных детей;

– принцип насыщения содержания педагогической деятельности событием (дети и взрослые);

– принцип динамичности, гибкости, мобильности и открытости сообщества педагогов, учащихся, родителей;

– принцип свободы в поиске инновационных форм, приемов и методов педагогической деятельности;

– принцип оптимального сочетания форм индивидуальной, групповой и коллективной творческой деятельности;

– принцип оперативного и перспективного реагирования на запросы и потребности педагогов и детей;

– принцип доступности электронных ресурсов и методической продукции для всех участников проекта.

Участники проекта стали педагоги образовательных организаций Оренбургской области, обучающиеся от 12 до 17 лет детских театров моды, студий костюма, других детских объединений конструирования и моделирования одежды Оренбургской области.

Содержание проекта: организация и проведение межрегиональных конкурсов - фестивалей детских театров моды «Вебу-стиль», «Стиль», конкурс профессионального мастерства «Храбрый портняжка»; организация и проведение стажерских площадок и круглых столов, направленных на повышение профессиональной компетентности педагогов дополнительного образования по направлению «детские театры моды».

Проект художественной фотографии «Фотостиль» направлен на эстетическое развитие учащихся в процессе создания целостного образа модели для художественной фотографии.

Задачи проекта:

1. создание условий для выявления творческого потенциала учащихся в рамках студии художественной фотографии театра моды «Галатей».

2. выявление одаренных детей через организацию и проведение конкурса художественной фотографии в рамках региональных фестивалей театров моды «Стиль».

3. обмен опытом среди творческих коллективов детских театров моды Оренбуржья и регионов России по направлению «художественная фотография».

Принципы, лежащие в основе проекта:

– принцип оптимизации «зоны ближайшего развития» личности – социокультурной среды обитания;

– принцип персонифицированности процесса и результатов проектирования;

– принцип саморазвития.

Содержание проекта: организация и проведение конкурса художественной фотографии в рамках региональных фестивалей театров моды «Стиль» и «Беби-стиль»; работа студии художественной фотографии «Фотостиль» в образовательном пространстве театра моды «Галатей».

Таким образом, реализация проектов способствовала выявлению одаренных детей Оренбургской области по направлению «дизайн одежды», выявление лучших творческих коллективов Оренбургской области. Результатами исполнения проектов стали:

– Проведение областного конкурса профессионального мастерства «Храбрый портняжка».

– Организация и проведение фестиваля детских театров моды «Стиль», «Вебу-стиль».

– Распространение опыта лучших практик через проведение мастер - классов, способствующих повышению уровня компетентности педагогов дополнительного образования Оренбургской области (направление дизайн).

– Работа консультационного пункта по актуальным вопросам развития

детских театров моды пункта (в период проведения областных конкурсов).

– Создание виртуального пространства творческой мастерской «АРТ - коллекция» и галереи художественной фотографии на портале ГБУДОД ООДТДМ им. В.П. Поляничко.

– Создание портфолио участников-победителей конкурсов «Стиль» и «Беби-стиль» в номинации «Я - фотомодель».

– Работа фотостудии художественной фотографии в образовательном пространстве театра моды «Галатhea».

– Функционирование галереи художественной фотографии в ГБУДОД ООДТДМ им. В.П. Поляничко.

Список литературы

1. Терентьева, И. А., Димитрова, Т. Ю. Педагогический дизайн деятельности творческого коллектива: от идеи до модели // Современные проблемы науки и образования. – 2021. – № 3.; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=30770>.

2. Рыжова, Н. А. Развитие художественных способностей у талантливых детей (из опыта работы с одарёнными детьми) / Н. А. Рыжова // Педагогический поиск. – 2017. – № 9-10. – С. 59-61.

3. Смирнов, В. В. Выявление и поддержка талантливых детей в организациях дополнительного образования / В. В. Смирнов, А. С. Бормотов // Modern Science. – 2022. – № 1-1. – С. 288-292.

ВНЕДРЕНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ ПРАКТИК В ВУЗАХ С ЦЕЛЮ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО ПОДХОДА К НЕПРЕРЫВНОМУ ОБУЧЕНИЮ

Хрипченко А.А.

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный Университет «Синергия», г. Москва

В данной статье мы рассмотрим внедрение экосистемы профориентационных практик в высших учебных заведениях как базового элемента формирования нового подхода к непрерывному обучению. Мы проанализируем существующие модели профориентации и отметим важность интеграции различных видов практик, таких как стажировки, экскурсии в организации, курсы повышения квалификации и менторские программы.

Цель данного исследования состоит в разработке концепции экосистемы, которая сможет гармонично объединить образовательные учреждения, работодателей и профессиональные сообщества, что позволит обеспечить соответствие образования требованиям рынка труда, а также сформировать у студентов готовность к непрерывному обучению и успешному развитию в условиях динамики рынка труда.

В статье представлены примеры успешной реализации экосистемы профориентационных практик в университете «Синергия», а также планы по внедрению новых практик в образовательный процесс. Предполагается, что такой подход будет способствовать формированию у выпускников понимания о необходимости развития гибких навыков, необходимых для успешной карьеры в условиях постоянных изменений на рынке труда. С помощью профориентационных практик мы содействуем студентам в создании индивидуального плана развития гибких навыков, который поможет им достичь их уникальных карьерных целей.

Современный рынок труда требует от нас все больше развитых компетенций. Работодатель, предлагающий хорошие условия труда: высокая заработная плата, страховка по ДМС и т.д., ведет тщательный отбор сотрудников. Уже при рассмотрении вакансии мы видим требования не только узконаправленных профессиональных навыков, но также мы видим требования гибких, межпрофессиональных, личных навыков.

Экосистема профориентационных практик – это интегрированная структура, которая объединяет различные элементы и ресурсы, направленные на помощь студентам в выборе профессии и развитии карьерных навыков. Она включает в себя взаимодействие образовательных учреждений, работодателей, профессиональных ассоциаций и государственных структур.

В Университете «Синергия» созданием экосистемы занимается Центр карьеры – отдельное структурное подразделение, которое включает в себя

работу по вопросу трудоустройства, профориентации и разработке карьерных треков студентов через различные инструменты.

Эти инструменты и стали основными составляющими экосистемы профориентационных практик:

- Профессиональные консультации и тренинги.
- Вебинары и семинары с участием экспертов отрасли.
- Менторские программы, где студенты могут получать советы от профессионалов.
- Стажировки и практики на предприятиях индустриальных партнеров.
- Платформы для сетевого взаимодействия и карьерных мероприятий.
- Информационные ресурсы о карьерных возможностях и требованиях к профессиям.
- Оценка компетенций и профессиональные тесты для определения предпочтений.

Такой подход помогает создать поддерживающую среду, способствующую осознанному выбору профессии и развитию карьеры.

В связи с этим становится все более актуальным непрерывное развитие, которое мы обеспечиваем студентам на базе нашего Университета. При этом, возможности профориентации позволяют нам совместить уникальность каждого студента, его характера, задатков, потенциала и профессиональных интересов даже с самым требовательным работодателем современного мира. Развивая то, что интересно и в чем есть большой потенциал у студента, мы можем достичь действительно высоких результатов, которые будут видны не только на уровне рынка труда, но и на уровне государства.

В последние десятилетия наблюдается значительное изменение в подходах к трудовой деятельности среди молодежи, что обусловлено изменениями в экономической и социальной среде. В отличие от предыдущих поколений, для которых характерна стабильность трудовой деятельности в одной компании на протяжении 15-20 лет, современная молодежь демонстрирует тенденцию к частой смене мест работы и кардинальным изменениям в профессиональной деятельности. По наблюдениям на российском рынке труда, средний стаж работы молодежи составляет всего 2-5 лет, что указывает на высокую мобильность и гибкость в выборе карьерного пути.

Одним из ключевых факторов, способствующих таким изменениям, является необходимость адаптации к быстро меняющимся условиям рынка труда. Многие представители молодежи, достигнув 30-летнего возраста, принимают решение о смене профессиональной деятельности, что подчеркивает важность непрерывного обучения и самосовершенствования. В условиях, когда традиционные модели карьерного роста теряют свою актуальность, возникает потребность в разработке новых стратегий, направленных на развитие профессиональных навыков и компетенций.

Таким образом, современная молодежь сталкивается с вызовами, требующими от них не только профессиональной подготовки, но и способности

к быстрой адаптации и самообучению. В связи с этим, внедрение экосистемы профориентационных практик в образовательные учреждения становится необходимым шагом для формирования у студентов навыков, соответствующих требованиям современного рынка труда.

Экосистема профориентационных практик включает в себя интеграцию образовательных, карьерных и социальных компонентов, что способствует развитию непрерывного обучения и повышению конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

В результате проведенного анализа трендов на рынке труда были сформулированы следующие тезисы:

1. Наблюдается значительный сдвиг в образовательной практике, направленный на развитие гибких навыков в учебных заведениях. Ранее акцент в образовательных программах ставился исключительно на профессиональных компетенциях, однако в свете растущего признания работодателями важности гибких навыков, образовательные учреждения начинают осваивать и внедрять методы их преподавания. Развитие универсальных компетенций студентов способствует повышению их конкурентоспособности на рынке труда, что, в свою очередь, отвечает требованиям современного работодателя и создает дополнительные возможности для профессионального роста выпускников.

2. Актуализируется тренд непрерывного образования. Студентам, особенно старшекурсникам, предлагается много различных курсов дополнительного образования разных по наполнению и продолжительности. Например, курсы ораторского мастерства, развитие эмоционального интеллекта и т.д. А также это курсы по цифровой грамотности, обучение искусственному интеллекту, развитию переключения и концентрации внимания. Ключевые задачи, которые при этом решаются:

- Осуществляется поддержка развития смежных навыков для развития будущей карьеры.

- Усиливается мультифункциональность, необходимая современному работодателю.

- Выявляет уникальность интересов студента за счет инструментов профориентации. Студент, поняв, что что-то, чему он учится дополнительно, ему интереснее основной специальности, может получить более углубленное доп. образование, выйдя с 2-мя специальностями. Например, бакалавриат по той специальности, на которую он поступал, и плюс переподготовка. Это дает почву для хорошего стартапа в карьере.

3. Происходит усиление навыков предпринимательского мышления. Во время обучения студентов поощряют инициировать свои проекты и дают инструменты для максимальной реализации этого проекта. Например, всероссийская программа развития молодёжного предпринимательства «Я в деле» [1], которое объединяет много студентов из разных вузов разных регионов. Есть предпринимательский курс, на котором обучают созданию стартапов, проводят воркшопы с опытными предпринимателями и мастер-классы с наставниками. Это отражает общий тренд на рынке труда - рост

самозанятости, малого и среднего бизнеса. т. е. обучение и внеучебная деятельность плотно идут за тенденциями рынка труда:

- Успешная карьера внутри компании с акцентом на мультипотенциальность и способность быстро учиться, отвечая на вызовы времени.

- Работа на себя («Я сам себя трудоустраиваю»).

Существует несколько моделей профориентации в вузах, каждая из которых имеет свои особенности и недостатки:

1. Традиционная модель: самая часто встречающаяся, основанная на консультациях и лекциях о профессиях. Риски данной модели - ограниченное вовлечение студентов, односторонняя информация, недостаток практического опыта.

2. Модель карьерного консультирования включает индивидуальное консультационное сопровождение. На примере Центра карьеры Университета Синергия выявили зависимость качества реализации данной модели от квалификации консультантов, недостаток ресурсов для всех желающих.

3. Модель активного вовлечения, когда студенты участвуют в проектах, стажировках и мероприятиях. Стоит отметить, что данная модель требует значительных усилий и координации и может быть сложной для масштабирования.

4. Комплексная модель. Данную модель активно использует Центр карьеры Университета Синергия, сочетая в себе образовательные модули, практику и карьерные события.

5. Интернет-платформы и онлайн-ресурсы также являются одной из моделей. используемых в Центре карьеры Университета «Синергия». В 2022 году успешно создан и внедрен авторский курс по поиску работы, где используются технологии для предоставления информации. а также цифровые инструменты.

Данное направление может иметь возможные проблемы с мотивацией студентов из-за отсутствия личного контакта со студентами.

Каждая модель имеет свои плюсы и минусы, и важно находить баланс для эффективной профориентации в образовательных учреждениях.

В нашем Университете «Синергия» происходит усиление роли Центров карьеры. Университет «Синергия» предлагает более смелые карьерные переходы уже на этапе обучения, а не после получения диплома (по сравнению с прошлым). Для успешной профориентации мы используем следующие практики:

- Экскурсии, стажировки, практики от университета, как помощь студентам в выборе своей ниши на рынке труда. Задача: внедрить студента уже младших курсов в профессиональную деятельность. Принцип: сначала закончу вуз, а потом пойду работать остаётся в прошлом.

- Рост партнерства бизнеса и обучения. Усиление роли стажировок. Развитие отделов стажировок в университетах. Работодатели сами активно идут в вузы, чтобы привлечь талантливых студентов и обеспечить компанию

кадрами. Для студентов стажировка – это не и инструмент для получения профессиональных компетенций, и практическая форма профориентации, точнее подтверждение своего правильного выбора профессии. Удаленный и гибридный формат работы позволяет студентам и учиться, и работать по специальности. Это качественно новый тренд по сравнению с тем, что было лет 10-20 назад, когда студенты подрабатывали официантами и продавцами. Сейчас они, еще будучи студентами хотят работать по специальности. И ведущие вузы дают им такую возможность, плотно работая с партнерами.

- Тест-драйв профессий. Организация информационного поля для профессионального самоопределения: встречи с экспертами, работодателями и успешными выпускниками.

- Создание эффективных программ наставничества для помощи в профессиональной ориентации. Менторство студентов на базе Университета «Синергия».

- Проведение вебинаров, размещение инфо в каналах ЦК про тренды рынка труда с указанием востребованных профессий и навыков, необходимых для успешной работы в этих профессиях.

- Внедрение коучинговых технологий. Постановка инд. карьерных целей студентами на ближайшие 7-10 лет (включая время обучения) и план реализации целей. Постановка целей развития по хард, софт скиллс, по доп. программам обучения, кроме осн. специализации. Разработка образовательных маршрутов под карьерный трек.

- Разработка не просто отдельных образовательных курсов, а целой образовательной экосистемы, направленной и на дополнительное профессиональное образование, и на развитие универсальных софтов, востребованных во многих профессиях.

Отдельно уделяется особое внимание социальным партнерствам, которые играют ключевую роль в формировании профориентационной экосистемы, обеспечивая синергию между образовательными учреждениями, компаниями, НКО и государственными структурами. Вот основные аспекты их вклада:

1. Обмен ресурсами и опытом: Компании могут предоставить учебные программы, профессиональные тренинги и стажировки для студентов. НКО часто организуют мероприятия и семинары, делясь актуальной информацией о рынке труда.

2. Создание инновационных программ: Партнерства позволяют разработать уникальные профориентационные программы, которые соответствуют требованиям и стандартам отрасли, что делает обучение более актуальным и полезным.

3. Практический опыт: Стажировки и практики в компаниях дают студентам возможность применить теоретические знания на практике, что значительно повышает их профессиональные навыки и шансы на трудоустройство.

4. Информация о рынке труда: Социальные партнеры могут предоставить данные о потребностях рынка и востребованных профессиях, что помогает адаптировать образовательные программы к актуальным трендам.

5. Поддержка инициатив: Государственные структуры могут оказывать финансирование и поддержку программ, способствующих профориентации, что повышает устойчивость и доступность инициатив.

6. Участие в принятии решений: Включение представителей компаний и НКО в процесс разработки образовательных курсов и программ помогает сделать эти меры более приемлемыми и эффективными.

Эти партнерства способствуют созданию интегрированной и динамичной экосистемы, обеспечивающей качественное профориентационное сопровождение для студентов.

Таким образом, профориентационная экосистема оказывает значительное влияние на инновационные подходы к непрерывному обучению. Вот основные аспекты этого влияния:

– Адаптация к изменениям рынка: Профориентационные практики позволяют образовательным учреждениям быстрее реагировать на изменения в потребностях рынка труда, обновляя курсы и программы в соответствии с современными требованиями.

– Индивидуализированное обучение: Экосистема способствует разработке персонализированных маршрутов обучения, учитывающих интересы и цели каждого студента, что увеличивает мотивацию и эффективность процесса.

– Интеграция теории и практики: Обеспечение стажировок и практических занятий помогает студентам применить теоретические знания в реальных условиях, что делает обучение более актуальным и прикладным.

– Междисциплинарный подход: Партнерства между вузами и различными отраслями способствуют созданию программ, которые объединяют знания из нескольких областей, что развивает креативное мышление и инновационные навыки у студентов.

– Участие в исследованиях и проектах: Студенты могут участвовать в реальных проектах совместно с компаниями и НКО, что не только развивает навыки, но и позволяет им быть вовлеченными в процесс инноваций.

– Формирование профессиональных сообществ: Экосистема создает платформы для обмена опытом и знаниями между студентами, профессорами и представителями индустрии, что способствует непрерывному обучению и развитию карьеры.

Следовательно, профориентационная экосистема обеспечивает более гибкий и адаптивный подход к обучению, способствуя формированию квалифицированных специалистов, готовых к требованиям современного рынка.

Список литературы

1. «Я в деле»: официальный сайт. – 2022-2024 – URL: <https://xn--b1aeda3a0j.xn--p1ai/> (дата обращения: 20.01.2025).