

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

**ТОВАРИЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«КАЗАХСТАНСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



ПОЛОЖЕНИЕ

о профориентационной работе

Алматы, 2020

Положение о профориентационной работе Казахстана инженерно-технологического университета утверждена приказом Ректора КазИТУ №51-п от 01.09.2020г.

ПРЕДИСЛОВИЕ

1 РАЗРАБОТАНО

Директор офис-регистратора
«01» 09 2020г.



Елемес Д.Д.

Директор департамента по
академическим вопросам
«01» 09 2020г.



Нахишманова М.Е.

Директор департамента по дистанционным
образовательным технологиям
«01» 09 2020г.



Дінісламулы Е.

2 СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной и научной работе
«01» 09 2020г.



Акпанбетов Д.Б.

Главный бухгалтер
«01» 09 2020г.



Абдраманова Г.Н.

Директор департамента по административно-
хозяйственной работе
«01» 09 2020г.



Байгараев Ж.А.

Директор департамента маркетинга,
карьеры, молодежной политики и
профорIENTATIONной работы
«01» 09 2020г.



Копжасарұлы Қ.

Директор департамента
информационных технологий
«01» 09 2020г.



Галымжанұлы А.

Начальник отдела кадров
«01» 09 2020г.



Мусаева А.Б.

Председатель комитета по делам молодежи
«01» 09 2020г.



Тасымова А.М.

3 УТВЕРЖДЕНО приказом Ректора КазИТУ №51-п от 01.09.2020г.

Решение Ученого совета Казахстанского инженерно-технологического университета,
протокол №1 от 28.08.2020г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 Общие положения
- 2 Планирование
- 3 Прогнозирование потребностей в специальностях
- 4 Информирование потребителей
- 5 Контроль
- 6 Оценка, анализ и улучшения

ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ РАБОТА

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Положения «Профориентационная работа» разработана с целью управления профориентационной работой в Университете.

1.2 Требования настоящей процедуры применяются к процессам профориентационной работы.

1.3 Процедура обязательна для исполнения всеми преподавателями Университета, участвующими в мероприятиях по профориентационной работе.

1.4 Настоящая процедура является внутренним нормативным документом Университета и не подлежит представлению другим сторонам, кроме аудиторов сертификационных органов при проведении проверок систем менеджмента, а также по требованию партнеров (по их требованию) с разрешения Ректора Университета.

2 ПЛАНИРОВАНИЕ

2.1 Деятельность университета по профориентационной работе

2.2 При планировании конечных результатов учитывается:

- государственная политика в области образования;
- результаты предыдущих приемных компаний (отчеты);
- планы и квоты министерства (прогнозы);
- инструкции министерства;
- требования заказчиков из числа организаций по номенклатуре специальностей, оформленные в квалификационные характеристики;
- желания и предпочтения абитуриентов (результаты опроса).

2.3 В планы работы департамента включаются:

- прогнозирование реальной потребности в специалистах;
- разработка и подготовка рекламных материалов Университета;
- выбор средств массовой информации для размещения рекламы Университета.
- определение сферы деятельности в виде перечня населенных пунктов;
- посещение школ, колледжей, лицеев в целях профориентации;
- организация мероприятия «День открытых дверей».

2.4 В плане профориентационной работы отражаются:

- мероприятия;
- исполнитель;
- сроки проведения работ;
- форма завершения.

2.5 Университеты подготавливают распоряжения по организации профориентационной работы, в которых согласуют с кафедрами списки преподавателей для участия в профориентационной работе.

3 ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ В СПЕЦИАЛЬНОСТЯХ

- Прогнозирование потребности набора по специальностям проводится для удовлетворения требований потребителей (учащихся, организаций, общества):

- требования заказчиков из числа организаций по номенклатуре специальностей, оформленные в квалификационные характеристики;

- результатов по трудоустройству выпускников, анкеты/отзывы выпускников и организаций;

- желания и предпочтения абитуриентов (результаты опроса).

3.1 Ежегодно составляется план приема по специальностям бакалавриата, магистратуры в разрезе институтов. После завершения работы приемной кампании проводится подробный анализ по приему обучающихся.

4 ИНФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

4.1 Желания учащихся и их родителей формируются из многих объективных и субъективных оценок:

- престижность той или иной специальности;
- соответствие семейным традициям;
- информированность;
- возможность трудоустройства в будущем;
- условия труда;
- сложившейся размер заработной платы.

4.2 С целью разъяснения среди потенциальных абитуриентов информация по номенклатуре специальностей Университета, а также о качестве образования, о программе трудоустройства, социальных условий для студентов, культурно- общественной жизни Университета проводятся следующие мероприятия:

С целью:

- разрабатываются рекламно-информационные материалы, листовки, статьи и так далее;
- организуются мероприятия «День открытых дверей»;
- публикуются объявления в средствах массовой информации (радио, телевидение и печать);
- организуются выступления по телевидению (радио) или публикации

статей;

- рассылается информация по предприятиям/организациям;
- организуется посещение школ с рекламным и раздаточными материалами.

4.3 В соответствии с законодательными требованиями Республики Казахстан университет представляет абитуриентам (родителям) по их требованию информацию, касательно:

- Устава, лицензии на право ведения образовательной деятельности и других документов, свидетельствующих о соответствии Университета установленным к вузам требованиям;

- документов, регламентирующими порядок приема;
- организации учебно-воспитательного процесса Университета;
- структуры и уровней высшего профессионального образования;
- приобретаемой квалификацией.

4.4 Особую роль в рекламной компании необходимо обращать на организации, являющимися потенциальными потребителями будущих выпускников. Руководство и сотрудники крупных организаций практически всегда заинтересованы в притоке хорошо подготовленных специалистов. Положительное отношение такой организации обеспечит приток абитуриентов, у которых мотивация на конкретную специальность поддерживается гарантией будущего места работы. В данном случае в рекламе необходимо отражать:

- наличие системы менеджмента качества, обеспечивающей подготовку специалистов в соответствии с требованиями Заказчика;
- наличие высококвалифицированного ППС;
- заинтересованность Университета в поддержании долговременных отношений с Заказчиками;

4.5 При проведении рекламы используется:

- пропаганда выпускников Университета, занимающих руководящие должности в органах государственной власти, общественных организациях, предприятиях и организациях;
- пропаганда успехов студентов Университета и их участие в студенческих олимпиадах и конкурсах;
- проведения мероприятий, посвященных юбилейным датам в жизни вуза;
- проведения международных и отечественных конференций;
- пропаганда крупных ученых Университета, работающих, ранее работавших или окончивших его;
- выступления сотрудников Университета в средствах массовой информации по научным, техническим, культурным и общественным вопросам;
- распространения трудов ученых Университета;
- участие сотрудников Университета в деятельности различных учебных, методических и экспертных советах;
- проведения олимпиад для школьников;
- проведения тестирования знаний школьников для их успешной подготовки к поступлению в Университет;

- проведения конкурсов профессионального мастерства для воспитанников профлицеев, колледжей;
- проведения общественных мероприятий Университета;
- оформления рекламно-информационных стендов и плакатов;
- информирование потенциальных абитуриентов об условиях учебы, проживания в общежитиях, возможностях культурного и спортивного отдыха;
- рассылка информации на предприятия и в организации, которые могут быть потенциальными потребителями выпускников и которые могут направлять абитуриентов на обучение;
- рассылка информации и проведение встреч с выпускниками школ, колледжей, техникумов;
- проведение встреч с руководителями учреждений образования.

5. ОЦЕНКА, АНАЛИЗ И УЛУЧШЕНИЕ

В отчетах отражаются:

- фактическое выполнение запланированных мероприятий;
 - причины, не позволившие выполнить неисполненные мероприятия;
 - достигнутые результаты, в том числе показатели конкурса по специальностям;
 - рекомендации по улучшению профориентационной работы и смежных процессов Университета.
- Анализ отчета проведения профориентационной работы;
 - Разрабатывается план по улучшениям профориентационной работы университета