

# **ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ И САМООПРЕДЕЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В МАЛОМ ПРОМЫШЛЕННОМ ГОРОДЕ**

**А. Н. Шебанов, О. В. Митасова**

*ОБПОУ «Железногорский горно-металлургический колледж»,  
Курская область, г. Железногорск*

*jgmk@kursknet.ru*

Город Железногорск – молодой промышленный город. Градообразующим предприятием является ОАО «Михайловский горно-обогатительный комбинат», но в городе и районе успешно развиваются ряд средних и довольно крупных промышленных предприятий, серьезным образом влияющих на экономику города и района.

Сформировавшиеся рынок труда и рынок образовательных услуг в г. Железногорске имеют явно не совпадающие тенденции развития, кроме того, требования к образовательной услуге и спрос на нее со стороны первичного потребителя – личности и вторичного потребителя – работодателя находится в явном несоответствии.

На рынке образовательных услуг наблюдается ситуация, при которой предлагаемые профессиональными образовательными учреждениями образовательные программы не соответствуют требованиям рынка труда и потребностям работодателей.

Рынок труда в г. Железногорске имеет сложную структуру. Складывающийся спрос на рабочие места и предложение рабочей силы на нем обусловлены множеством социально-экономических факторов.

Маркетинговые исследования предприятий на предмет необходимой структуры и профиля подготовки кадров показали, что предприятиям от 54 до 86% персонала необходимы категории рабочих технического профиля; кроме того, на некоторых предприятиях уже сейчас необходим приток квалифицированной молодежи в связи большим числом работников пенсионного и предпенсионного возраста.

Согласно результатам анкетирования школьников общеобразовательных школ города, очень маленькая часть выпускников хотят выбрать специальности и профессии машиностроительного, горно-металлургического, строительного профиля, хотя именно этот профиль востребован у нас в городе. Негативным фактором является то, что современная молодежь стремится уехать в более крупные и перспективные города, что может привести в нашем городе к ситуации кризиса рабочей силы. Анализ мотивации выбора той или иной образовательной программы показывает, что мотивация не сформирована, выбор часто продиктован отнесением специальности к разряду модных. Необходима работа по воспитанию у юношей и девушек чувства ответственности за предстоящий выбор, за завтрашний день своей семьи. Ведь благополучие каждого жителя города зависит от развития экономики региона. Перспектива трудоустройства является важным мотивом, обуславливающим выбор образовательных услуг потребителем. Следовательно, достоверная информация о рынке труда, предоставляемая образовательным учреждением потребителям, может увеличить спрос на те образовательные программы, которые повышают возможность трудоустройства.

При выборе образовательной программы многие молодые люди в возрасте от 20 до 30 лет ориентируются на рынок труда г. Москвы, т. к. возможность трудоустройства и уровень заработной платы там выше.

Исходя из вышесказанного, назрела необходимость создания системы формирования профессионального самоопределения средствами профессиональной ориентации молодежи, что позволяет, на наш взгляд, регулировать потребности получающих образовательные услуги, ориентируя и пропагандируя их на перспективные направления подготовки, учитывая настоящие и будущие потребности регионального рынка труда.

Для формирования и развития системы требуется постоянно решать следующие задачи:

1. Исследование рынка труда и рынка образовательных услуг с целью выявления востребованных предприятиями и организациями профиля, квалификации работников в настоящий момент и на перспективу.
2. Открытие и организация обучения по профессиональным образовательным программам, востребованным на рынке труда (подготовка, переподготовка, повышение квалификации и т. д.).
3. Организация сотрудничества с предприятиями и Центром занятости по вопросам трудоустройства молодежи.
4. Организация просветительской работы по состоянию развития рынка труда и перспектив развития экономики города.
5. Организация профориентационной работы с различными группами молодежи.

Для организации всей этой работы в 1997–2000 гг. в колледже были открыты два отделения: отделение профориентации и отделение дополнительного профессионального образования; кроме того, в штат колледжа была введена ставка специалиста по маркетингу. Отделения функционировали за счет собственных заработанных средств. В настоящее время отделения реорганизованы в отделение профессиональной ориентации и самоопределения молодежи и учебный центр профессиональных квалификаций (УЦПК).

Задачи отделения профессиональной ориентации и самоопределения молодежи:

- ведение информационно-консультативной работы среди молодежи (студентов, работающих и безработных граждан и работодателей) по вопросам получения непрерывного образования;
- ведение профориентационно-просветительской работы среди учащихся старших классов общеобразовательных организаций г. Железнодорожского и Железнодорожского района, а также других районов Курской области и регионов России, помощь в их профессиональной адаптации и консультирование в соответствии с перспективными требованиями к структуре подготовки кадров экономики;
- обеспечение возможности осуществления профессиональных проб учащимися старших классов общеобразовательных учреждений при выборе профиля и направления профессиональной подготовки;
- обеспечение возможности учащимся школ города получить углубленные знания по предметам общеобразовательного цикла в соответствии с профилем колледжа;
- содействие трудоустройству выпускников колледжа.

В учебном центре профессиональных квалификаций в настоящее время реализуются следующие виды деятельности:

- организация дополнительного профессионального образования, которое направлено на удовлетворение образовательных и профессиональных потребностей, профессиональное развитие человека, обеспечение соответствия его квалификации меняющимся условиям профессиональной деятельности и социальной среды. Дополнительное профессиональное образование осуществляется посредством реализации дополнительных профессиональных программ (программ повышения квалификации и программ профессиональной переподготовки специалистов);
- организация профессионального обучения. Профессиональное обучение направлено на приобретение лицами различного возраста профессиональной компетенции, в т. ч. для работы с конкретным оборудованием, технологиями, аппаратно-программными и иными профессиональными средствами, получение указанными лицами квалификационных разрядов, классов, категорий по профессии рабочего или должности служащего без изменения уровня образования;

– маркетинговая деятельность: мониторинг потребностей территориальных и отраслевых рынков труда в подготовке, переподготовке и повышении квалификации по профессиям рабочих (должностям служащих), мониторинг трудоустройства и закрепляемости выпускников, удовлетворенности работодателей качеством их подготовки.

Отличительной особенностью УЦПК колледжа является практико-ориентированный характер программ, партнерство с работодателями, участие работодателей в оценке рынка труда, учебном процессе и оценке качества подготовки, в совместном ведении профориентационной работы. В рамках государственно-частного партнерства на основе заключенных договоров колледж сотрудничает с 23 предприятиями города:

- ОАО «Михайловский ГОК»;
- ООО «Завод по ремонту горного оборудования»;
- ООО ПО «Вагонмаш»;
- ЗАО «Железнодорожный вагоноремонтный завод»;
- ОАО «Рудоавтоматика»;
- ЗАО «ГОТЭК»;
- ОАО «Центрметаллургремонт» и др.

Основным стратегическим партнером колледжа является ОАО «Михайловский ГОК».

В основе управления развитием образовательных услуг был принят маркетинговый подход, сущность которого заключается в эффективном удовлетворении потребностей потребителей профессионального образования с учетом потребностей производителя образовательных услуг, т. е. колледжа, и тенденций развития рынка труда города и региона. Маркетинговый подход предполагает учитывать потребности потенциальных потребителей: личности – в образовании; колледжа – в развитии и улучшении благосостояния его сотрудников; предприятий, фирм и других организаций-заказчиков – в росте кадрового потенциала; общества – в расширенном воспроизводстве совокупного личностного и интеллектуального потенциала.

Отправной точкой во всей системе профориентации молодежи, конечно, является исследование рынка труда с целью выявления востребованных предприятиями и организациями профиля, квалификации работников в настоящий момент и на перспективу.

Изучение рынка труда осуществляется во взаимодействии с социальными партнерами с целью обеспечения соответствия структуры и масштабов подготовки специалистов среднего звена и высококвалифицированных рабочих потребностям экономики.

Ежемесячный мониторинг вакансий от ОКУ «Центр занятости г. Железнодорожского района» и центров занятости других районов Курской области, а также информации из газет и при личных контактах с руководством предприятий позволяет иметь информацию о вакансиях на рынке труда. Каждый год в сентябре – ноябре колледж проводит исследование работодателей по вопросам востребованности специальностей и рабочих квалификаций, а также программ ДПО и профессиональной подготовки колледжа, необходимости открытия новых программ, оценки качества сотрудничества с колледжем, оценки качества подготовки по различным программам.

В анкетировании приняли участие в 2012–2013 гг. 32 предприятия и организации, в 2013–2014 гг. – 36, в 2014–2015 гг. – 38 предприятий и организаций. Результаты анкетирования обсуждаются при проведении ярмарки вакансий, которая организуется в колледже ежегодно в ноябре – декабре перед уходом студентов выпускных курсов на практику.

Результаты изучения рынка труда позволяют выявить востребованные направления подготовки, осуществить подготовку к лицензированию программ, получить лицензию и начинать формировать спрос на ту или иную программу.

При ведении профориентационной работы необходимо учитывать особенности мотивации молодежи при выборе профессиональной образовательной программы.

Важной особенностью поведения на рынке человека как первичного потребителя образовательных услуг является то, что он не всегда знает, чего именно хочет. Это происходит потому, что на процесс принятия молодым человеком решения о выборе образовательной услуги большое влияние оказывают множество лиц (родители, друзья) и множество неформальных источников информации.

При учете потребностей этой группы потребителей необходимо учитывать возможность меньшей степени информированности, организованности, целенаправленности в процессе осуществления своего выбора.

Анализ спроса на те или иные образовательные программы показывает, что абитуриенты профессиональных образовательных учреждений плохо представляют, кем они будут работать после получения той или иной специальности. Спрос у большинства абитуриентов – выпускников общеобразовательных школ – продиктован влиянием моды, советом товарищей, родителей, и только 20% выбирают профессию потому, что она им нравится.

Сегодня работа со школьниками требует новых форм и технологий, т. к. она должна быть направлена на повышение конкурентоспособности выпускника, а это, в свою очередь, определяется собственной обоснованностью выбора профессии.

Согласно результатам анкетирования школьников общеобразовательных школ города, которое проводится ежегодно с 2004 г., можно отметить, что половина выпускников 9-х классов стремятся перейти в 10-й класс (54%), а другая половина собирается продолжить свое обучение в профессиональных образовательных учреждениях. Наиболее престижными профессиями школьники выделили информационные технологии и программирование, менеджмент и экономику, а также шоу-бизнес и юриспруденцию. Для Михайловского ГОКа как градообразующего предприятия и основного потребителя рабочей силы такая ситуация также может сложиться негативно, т. к. работать на комбинате пожелали только 28%.

Главные факторы спроса на образовательные услуги у взрослого населения различны, в зависимости от возраста, социального статуса, места работы. Основным фактором спроса у безработных граждан является возможность трудоустройства. Вакансии, которые имеются в городском центре занятости, не дают общего представления о развитии и перспективах развития инфраструктуры экономики города и района. Спрос на образовательные услуги у работающих граждан продиктован поиском престижной и высокооплачиваемой работы, а также перспективой карьерного роста. Важной проблемой малых городов центральной полосы России является выезд экономически активного населения в возрасте от 20 до 30 лет в поисках высокооплачиваемой работы в г. Москву, Подмосковье и другие крупные центры. Причем спрос на образовательные услуги у этой категории граждан продиктован требованиями московского рынка труда и московских работодателей.

Взрослое население плохо ориентируется в способах получения профессионального образования, не знает о возможностях получения новой квалификации или ее повышения, потребностях рынка труда (особенно скрытого), о номенклатуре затребованных специальностей, о формах получения образования для обеспечения самозанятости.

Опыт теории и практики профессиональной ориентации позволил нам выделить три этапа для молодежи: начало учебы – вводный этап; период интенсивного освоения специальности – развивающий этап; окончание и последующее трудоустройство (либо продолжение образования) – выпускной этап.

Для каждого этапа характерны свои типичные трудности, следовательно, различны и задачи, стоящие перед педагогами.

Вводный этап, имеющий решающее значение, проходит в школе. После поступления в профессиональное образовательное учреждение молодые люди испытывают

трудности, связанные с адаптацией в новых условиях. Изменение обстановки, графика учебного процесса, технологий преподавания оказывает влияние на успеваемость и понижает их уверенность в правильности выбранной профессии. На наш взгляд, период адаптации учащегося в профессиональном образовательном учреждении можно сократить, если этот период начать еще в школе.

Существующие проблемы выпускников профессиональных образовательных учреждений в городе в период окончания и последующего трудоустройства говорят об отсутствии у них конкретного плана трудоустройства (или иной формы занятости), несформированной адаптационной готовности к поведению на рынке труда. Выпускники профессиональных образовательных учреждений имеют смутное, нереалистичное представление о ситуации на рынке труда, у них отсутствуют эффективные навыки поведения в новой ситуации.

Среди факторов, влияющих на процесс адаптации молодежи к труду, выделим следующие:

- объем знаний о профессиях, востребованных на рынке труда на ближайшую и дальнюю перспективу;
- положительная мотивация, влияющая на формирование устойчивого интереса к труду, склонности и стремления реализовать себя в профессиональной деятельности;
- морально-психологическая подготовка, обеспечивающая формирование эмоционально-нравственного отношения к профессии;
- способность и готовность, способствующие успешному вхождению в профессиональную, социальную деятельность трудового коллектива.

В профессиональной педагогике профессиональная ориентация рассматривается как система взаимодействия личности и общества, направленная на удовлетворение ее потребности в профессиональном самоопределении и потребности общества в обеспечении социально-профессиональной структуры. Результатом такого взаимодействия должна стать готовность личности к профессиональному самоопределению, которая рассматривается как способность к познанию индивидуальных особенностей и принятию решения. Особенностью данного подхода является рассмотрение профессионального самоопределения как процесса формирования отношения личности к себе как к субъекту будущей профессиональной деятельности, что позволит подготовить человека к перемене профессии, адаптации к жизни и профессиональной деятельности в условиях рыночной экономики. Формирование профессионального самоопределения личности происходит на определенных этапах развития человека, в соответствии с личными особенностями и запросами рынка труда в конкурентоспособных кадрах. На наш взгляд, одними из решающих этапов в профессиональном самоопределении личности являются: период профессионального развития самосознания, период уточнения социально-профессионального статуса, период включения в профессиональную деятельность и этап развития профессионала в процессе труда.

Поэтому систему услуг по профориентации мы ориентировали на эти четыре сегмента потребителей, сформированных в соответствии с этими периодами:

- учащиеся 2–9-х классов общеобразовательных школ;
- учащиеся 9–11-х классов общеобразовательных школ;
- студенты профессиональных образовательных учреждений и выпускники профессиональных образовательных учреждений;
- работающие и безработные граждане.

Для формирования целей, определения содержания и методов профориентационной работы с каждой группой была разработана программа действий, которая содержит следующие мероприятия:

1. Определение проблем и потребностей потенциальных потребителей программы: изучение средств формирования профессионального самоопределения в школах города; анализ содержания и систематизация профориентационной работы в професси-

ональных образовательных учреждениях; изучение проблем, связанных с трудоустройством выпускников колледжа, работающей молодежи и безработных граждан.

2. Формирование задач, разработка содержания и методов профориентационной работы для каждой группы потенциальных потребителей.

3. Поиск и налаживание связей с заинтересованными структурами и учреждениями.

4. Заключение договоров о совместной реализации программы.

5. Продвижение и реализация программ.

Для развития профориентационной работы была разработана система коммуникаций. К системе коммуникаций мы относим комплекс мероприятий и процедур, которые помогают налаживать связи, обмениваться информацией, создают возможности понимания, согласия между партнерами. Традиционно в комплекс маркетинговых коммуникаций входят реклама, формирование общественного мнения об учреждении и его услугах через развитие «Public relations», личные контакты. В силу чрезвычайной личностной значимости выбора образовательной траектории личные контакты по продвижению образовательных услуг обладают большой значимостью. Тот факт, что уровень и качество образования могут надолго определить принадлежность личности к той или иной социальной группе, существенно поднимают значимость методов формирования благоприятного общественного мнения.

Профориентационная работа с учащимися школ города основана на том, что сознательный выбор и возможность поступления в профессиональное образовательное учреждение определяются уровнем знаний, полученных в школе, и убежденностью в правильном выборе профессии, которую необходимо сформировать. С этой целью были разработаны программы профессиональной ориентации и подготовки к ГИА для учащихся 9-х классов.

Школы в настоящее время не заинтересованы в том, чтобы учащиеся заканчивали 9 классов, поэтому посещение колледжа 2 раза в неделю дает возможность вести большую профориентационную работу и ориентировать будущих абитуриентов на нужные, востребованные рынком труда профессии и специальности. На отделении профориентации и самоопределения молодежи для учащихся 9-х классов организуется следующая работа:

– информационно-просветительская работа по вопросам развития рынка труда в городе (как правило приглашаем специалиста из центра занятости);

– тестирование на предмет будущей профессии с консультациями у специалистов – психологов и социологов (в настоящее время колледж является представительством Центра «Гуманитарные технологии при МГУ им. М. В. Ломоносова в городе Железногорске» и в режиме on-line проводит профориентационное тестирование на телекоммуникационных комплексах «Профориентатор», «Профконсультант» и «Профкарьера»);

– изучение, корректировка и развитие индивидуальных способностей и возможностей каждого и оказание помощи в выборе сферы их приложения с учетом индивидуальных особенностей;

– формирование начальных профессиональных знаний, умений и навыков;

– устранение пробелов, закрепление и углубленное изучение предметов общеобразовательного цикла по профилю выбранной профессии, осуществление профессионализации их через систему межпредметных связей.

В учебный план курса, помимо математики и русского языка, включаются такие дисциплины, как «Введение в специальность», «Профессиональная консультация».

Модуль «Введение в специальность» содержит ряд теоретических и практических занятий, связанных со знакомством учащихся школ города с колледжем, специальностями и профессиями, востребованностью их на рынке труда, материальной базой, работой студенческого совета, требованиями, предъявляемыми к студентам колле-

джа, он также содержит сведения о конкретных предприятиях города и района, знакомит с понятием «карьера», формирует начальные профессиональные знания и умения.

Модуль «Профессиональная консультация» включен для оказания помощи в выборе специальности, профессионального тестирования по желанию учащегося.

К работе с учащимися по перечисленным блокам привлекаются ведущие специалисты колледжа, заведующие отделениями, председатели цикловых комиссий, психологи, работники центра профессиональной диагностики подростков Железнодорожного центра занятости.

В настоящее время использование информационных технологий во всех сферах деятельности является неоспоримой потребностью. Многие выпускники школ хотят выбрать именно это направление профессионального образования. В колледже открыта подготовка по 3 специальностям, связанных с компьютерными технологиями: «Информационная безопасность автоматизированных систем»; «Программирование в компьютерных системах» и «Компьютерные системы и комплексы». Хорошим программистом может стать не каждый. Для развития способности, логики мышления и главным образом для знакомства с работой программиста, специалиста по обслуживанию автоматизированных сетей в колледже организована «Компьютерная школа» для младших и старших школьников. Набор в школу осуществляется со 2-го класса общеобразовательной школы.

Весь курс делится на следующие модули:

- подготовительный (для младших школьников) (2–3 года);
- базовый (для учащихся 5–8-х классов);
- профессиональный (для старшеклассников).

Работа в этом направлении дает результаты: школьники начинают понимать основные моменты профессии программиста, ее значимость, необходимость использования информационных технологий в любой профессиональной деятельности, «применяют профессию на себя», что помогает им в выборе будущей специальности или профессии.

Профориентационная работа со студентами колледжа основана на том, что одной из активных форм, обеспечивающих реализацию развивающего и выпускного периодов профориентации студентов, является практикоориентированный подход в обучении: экскурсии на предприятия; проведение производственной практики под руководством опытных наставников; направленность всех учебных дисциплин и модулей на связь с жизнью, производственным, социокультурным окружением. Для студентов старших курсов организованы курсы, позволяющие быстрее адаптироваться к требованиям рынка и позволяющие повысить свою конкурентоспособность. Образовательные программы «Предпринимательство и малый бизнес», «Как искать работу», «Как выиграть собеседование» позволяют студентам сформировать готовность к активному поведению на рынке труда.

Профессиональное тестирование на телекоммуникационных комплексах «Профкарьера» и «Профконсультант» позволяют студентам увидеть себя на рынке труда и построить план карьеры.

С 2007 г. для выпускников колледжа и студентов старших курсов в учебном заведении проводится ярмарка вакансий.

Перед проведением ярмарки вакансий проводится большая подготовительная работа, которую условно можно разделить на две большие группы:

1. Работа с работодателями.
2. Работа со студентами.

Работа с работодателями начинается с начала учебного года:

– осуществляется рассылка приглашений с приложениями, в которых указываются специальности выпускников, их дополнительные квалификации, сферы деятельности;

- рассылаются анкеты;
- проводится обработка приглашений и анкет;
- осуществляется подготовка рабочего места для представителя предприятия.

Работа со студентами организована по вопросам: как представлять себя работодателю; написание резюме; знакомство со списком участвующих в ярмарке вакансий работодателей.

Ярмарку вакансий мы проводим в декабре. Это дает нам возможность более детально работать с работодателями по вопросам распределения на практику в соответствии с желанием и возможностями студентов и дальнейшего трудоустройства выпускников по результатам практики.

Профориентационная работа с молодежью в возрасте от 18 до 30 лет имеет свои особенности. Главные факторы спроса на образовательные услуги у взрослого населения различны, в зависимости от возраста, социального статуса, места работы. Основным фактором спроса у безработных граждан является возможность трудоустройства. Например, по программе профессиональной подготовки «Электромонтер по обслуживанию подстанций», подготовка по которой осуществляется для ОАО «Михайловский ГОК», обучаются 68,4% граждан, имеющих высшее или среднее специальное экономическое и гуманитарное образование. Спрос на образовательные услуги у работающих граждан продиктован поиском престижной и высокооплачиваемой работы, а также перспективой карьерного роста. В зависимости от социального статуса, уровня образования условно эту группу можно разделить на следующие подгруппы: работающие и безработные. В свою очередь, каждую из этих групп, в зависимости от уровня образования, можно рассмотреть как потенциальных потребителей самого различного спектра образовательных услуг, которые организованы в колледже в соответствии с перспективами развития рынка труда в городе.

Для получения дополнительных квалификаций и повышения своей конкурентоспособности или устройства на работу в колледже организованы курсы по следующим направлениям:

- профессиональной подготовки для получения рабочих квалификаций;
- по программам повышения квалификации специалистов;
- по программам профессиональной переподготовки специалистов;
- подготовки к самозанятости.

Как правило, колледж получает от предприятий заказ на подготовку по той или иной программе, что при наборе групп имеет большое значение. Например, при приеме на работу на фабрики ОАО «Михайловский ГОК» одним из решающих документов при приеме на работу является удостоверение обогатителя широкого профиля. Данная программа была разработана преподавателями колледжа при участии ведущих специалистов комбината, на основе анализа требуемых компетенций. Программа корректируется и согласовывается с руководством ОАО «Михайловский ГОК» ежегодно в зависимости от использования новых технологий.

Таким образом, можно выделить основные блоки, составляющие систему профориентации и самоопределения молодежи в колледже:

#### 1. Реализация процесса маркетинга:

- проведение маркетинговых исследований внешней и внутренней среды колледжа с целью разработки стратегии учебного заведения на рынке образовательных услуг;
- подготовка предложений по развитию ассортимента образовательных услуг с учетом требований личности и вторичных потребителей (предприятий, организаций), а также общества в целом в непрерывном, качественном профессиональном образовании;
- продвижение образовательных услуг колледжа;



– подготовка мероприятий, направленных на достижение конкретного преимущества колледжа на рынке образовательных услуг через качество образовательного процесса, гибкое ценообразование, рекламу;

– работа с клиентами (прием заявлений, консультирование о специальностях и программах колледжа, оказание помощи в выборе образовательных программ учебного заведения);

– разработка и организация рекламы, объявлений, подготовка информации для сайта колледжа;

– организация мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа колледжа.

2. Информационно-консультативная работа среди молодежи (учащихся общеобразовательных организаций, студентов колледжа, работающей и безработной молодежи) и работодателей по вопросам получения непрерывного образования.

3. Профессиональное тестирование и профконсультирование молодежи по вопросам выбора профессии, построения карьеры, разработке перспективного плана профессионального развития выпускника (профориентационное тестирование учащихся старших классов школ города, студентов старших курсов профессиональных образовательных учреждений, взросло население при помощи профориентационных комплексов дистанционного тестирования «Проориентатор», «Профконсультант», «Профкарьера»).

4. Просветительская работа среди выпускников общеобразовательных организаций и их родителей по специальностям и профессиям колледжа, возможностям поступления, трудоустройства после окончания.

5. Организация курсов для выпускников общеобразовательных организаций по самоопределению и подготовке к ЕГЭ и ГИА.

6. Организация бучения старших и младших школьников по программам дополнительного образования по информатике и информационным технологиям.

7. Организация обучения на курсах «Предпринимательство и малый бизнес», способствующих самозанятости выпускника.

8. Организация мероприятий по содействию трудоустройству выпускников в соответствии с положением о службе содействия трудоустройству выпускников колледжа.

9. Развитие программ дополнительного профессионального образования, профессионального обучения в соответствии с требованиями рынка труда.

#### *Список литературы*

1. *Ананьева Т. В.* Профильное обучение как фактор профессионального самоопределения старших подростков // Методист. 2009. № 3. С. 53–55.
2. *Артёмова Л. К.* Образовательно-профессиональный маршрут старшеклассников: проблемы, пути реализации // Профильная школа. 2008. № 6. С. 47–54.
3. *Байрангулова С. Ю.* Курс «Профессиональное самоопределение» как возможность осознанного выбора профиля обучения // Профильная школа. 2009. № 2. С. 39–42.
4. *Балашова И. А.* Профориентационная деятельность образовательных учреждений // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. № 2. С. 48–65.
5. *Захарова И. Г.* Формирование социальной компетенции в системе «школа – вуз – производство» // Профильная школа. 2009. № 2. С. 15–21.
6. *Раздобаров Н. Д.* Профориентационная работа колледжа и школы // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2009. № 2. С. 68–73.
7. Рынок и новые профессии: Пособие по профориентации / Сост. Г. А. Белая, Чувилина Т. Ю. – М.: ВЦП, 1993. – 84 с., ил.