

# **ПОЛОЖЕНИЕ**

## **о «Карьерном центре» при «Отделе маркетинга и студенческой практики» Узбекского государственного университета мировых языков**

### **I. Общие правила**

Данное положение определяет порядок деятельности «Карьерного центра» (далее – Центр) при «Отделе маркетинга и студенческой практики» **Узбекского государственного университета мировых языков** (далее - университет) в соответствии с приказом ректора Узбекского государственного университета мировых языков №315 от 27 июля 2021 года относительно обеспечения реализации некоторых положений протокола заседания №34, состоявшегося 16 июня 2021 года под руководством Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева и исполнения приказа министра Высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан №314 от 23 июля 2021 года.

Центр осуществляет свою деятельность в соответствии с Законом Республики Узбекистан «Об образовании», указами, постановлениями и распоряжениями Президента Республики Узбекистан по регулированию сферы образования, постановлениями и распоряжениями Кабинета Министров Республики Узбекистан, решения Коллегии Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан, приказами Министра высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан, решениями Совета университета, приказами Ректора университета и другими нормативно-правовыми и локальными документами.

Центр является структурным подразделением университета, осуществляющим такие задачи, как мониторинг численности студентов-выпускников, их трудоустройства, предоставление выпускникам периодически обновляемой информации об имеющихся вакансиях в крупных, средних и малых государственных и негосударственных предприятиях и учреждениях, отправка студентов всех курсов на стажировку на основании меморандумов и договоров, предотвращение возникновения бюрократических препятствий в системе, формирование аналитических данных и оптимизация процесса принятия решений.

### **II. Состав центра**

1. Центр состоит из руководителя центра, специалиста и маркетолога.
2. Обязанности руководителя центра выполняет руководитель отдела маркетинга и студенческой практики. В обязанности руководителя центра входит следующее:
  - Организация работы центра, распределение задач между сотрудниками, обеспечение эффективного и своевременного выполнения поставленных задач;
  - Контроль за соблюдением трудовой и производственной дисциплины работниками центра;
  - Информировать студентов о знаниях, навыках и квалификации, необходимых для рабочих мест;
  - Изучать соответствие профессиональных знаний выпускников требованиям работодателей путем постоянного проведения маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг;
  - Подготовка предложений по открытию новых образовательных направлений и специальностей с учетом перспектив развития экономики республики и соответствующих регионов и сетей социальной сферы;

- Составление договоров на обучение и трудоустройство кадров с предприятиями и организациями-работодателями, а также установление с ними отношений сотрудничества;

- Предоставление информации в Министерство высшего и среднего специального образования о реальных потребностях в кадрах и результатах распределения и трудоустройства выпускников на финальную работу;

- Участие в международных выставках и ярмарках с целью демонстрации академического, научного и кадрового потенциала университета и налаживания сотрудничества с зарубежными высшими учебными заведениями.

**3.** В качестве специалиста центра деятельность осуществляет главный специалист Отдела маркетинга и студенческой практики. В обязанности специалиста входит:

- Создание базы данных о выпускниках;

- Информирование студентов и выпускников университета о вакансиях, имеющихся в настоящее время и востребованных рынком труда;

- Организация информационно-ознакомительного мероприятия «День карьеры» и ярмарки вакансий для выпускников университета;

- Создание базы данных о потребностях и возможностях потребителей образовательных услуг с учетом соотношения спроса и предложения на кадры на рынке труда.

**Участники ярмарки** — Головное управление Министерства дошкольного и школьного образования, городско-районные управления, ведомственные школы, студенты выпускных курсов, **учащиеся выпускных курсов профессиональных колледжей, безработные, организации** имеющие вакансии, частные организации, коммерческих банках, а также обеспечение участия в данном мероприятии других физических и юридических лиц, выразивших желание участвовать в ярмарке.

- Организации, предлагающие работу на ярмарке, должны представить имеющиеся у них вакансии, мини-технологии, виды коммерческого кредита **и другую информацию.**

- Место, дата, время проведения ярмарки и номера телефонов должны быть объявлены в средствах массовой информации **за 10 дней до ее проведения.**

- Ярмарка должна проводиться с **9:00 до 18:00 (ярмарка не должна проводиться в воскресенье)**

**Участникам ярмарки запрещается следующее:**

- совершение действий, **создающих угрозу общественной безопасности, жизни и здоровью людей**, нарушающих установленный порядок организации и проведения ярмарки либо побуждающих к совершению таких действий;

- приносить на место проведения ярмарки холодное, огнестрельное, газовое или иное оружие, пиротехнику, **боеприпасы**, легковоспламеняющиеся и **отравляющие вещества**, колющие, режущие и другие предметы, применение которых представляет опасность для жизни и здоровья людей, а также, специально подготовленные или приспособленные предметы, **которые могут причинить материальный ущерб** гражданам и организациям;

- **приходить на место проведения ярмарки с животными;**

- находиться в **состоянии алкогольного состояния** или состоянии, влияющем на интеллектуально-волевую деятельность человека, вследствие **употребления наркотических, психотропных или иных веществ**.
- 4. Обязанности маркетолога центра выполняет маркетолог Отдела маркетинга и студенческой практики. В обязанности маркетолога входит следующее:
  - Информировать студентов о знаниях, навыках и квалификации, необходимых для рабочих мест;
  - Формирование портфеля заказов, распределение выпускников на работу;
  - Изучение соответствия профессиональных знаний выпускников требованиям работодателей путем постоянного проведения маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг;
  - Формирование текущего и перспективного «портфеля заказов» по кадрам с учетом потребностей работодателей по образовательным направлениям и специальностям;
  - Публикация информации о выпускниках для работодателей через средства массовой информации и размещение ее на сайте университета.

### **III. Цель центра**

5. Цели центра состоят из оказания помощи студентам в повышении личного роста и квалификации, содействия студентам в получении образования и повышении опыта в своей области, подготовка потенциальных кадров для общества и помощь им в поиске работы, создание соответствующих условий для приезда представителей партнерских предприятий и организаций не реже двух раз в месяц для проведения отборочной работы студентов вуза, создания специального (онлайн) курса «Развитие карьеры» и осуществление его контроля с целью создания для студентов вузов соответствующих условий для проведения отборочной работы, обучения поиску подходящих вакансий на рынке труда и обучения методам прохождения собеседований с работодателями, достижение целей, связывающих студентов и работодателей в высшем учебном заведении

### **IV. Задачи центра**

6. Задачами центра являются следующие:
- Обучение студентов навыкам поиска подходящих вакансий на рынке труда, составлению резюме для трудоустройства и прохождения собеседования с работодателем, ознакомление с документами, необходимыми для трудоустройства;
  - Привлечение передовых специалистов образовательных учреждений для ознакомления студентов с профессией, ознакомления их с текущей и перспективной ситуацией на рынке труда, современной информацией о конкретной профессии, работодателях и перспективных областях образования;
  - Организация ярмарок вакансий, дней карьеры с участием органов труда, образовательных учреждений, заинтересованных учреждений и организаций, а также проведение мероприятий, повышающих интерес студентов к будущей профессиональной деятельности;
  - Подготовка и издание материалов о подготовке специалистов вуза, трудоустройстве выпускников, текущей работе (карьере) выпускников, уже окончивших вуз, и других организационных материалов по данному направлению;
  - Постоянное проведение маркетинговых исследований на рынке образовательных услуг, изучение профессиональных навыков (квалификаций) выпускников, трудоустроенных в образовательные учреждения, то есть по

направлению бакалавриата и специальностям магистратуры, и определение их соответствия требованиям работодателей (потребителей);

- Организовать и реализовать систему предтрудового распределения выпускников на основе анализа взаимодействия различных факторов (сегментов), влияющих на рынок и конъюнктуру образовательных услуг по специальностям бакалавриата и магистратуры;

- Создание полного банка данных посредством осуществления оценки, определения и группировки географического расположения и анализирования потенциальных возможностей структуры потребителей образовательных услуг (предприятий-работодателей, организаций с различными формами собственности – государственных и органов местного самоуправления, государственных и негосударственных организаций и т.д.) - объектов распределения рабочих мест, в том числе соотношение спроса и предложения на выпускников бакалавриата и магистратуры;

- Создание банка данных о выпускниках текущего учебного года (по направлению образования и специализациям, очной и заочной форме обучения на основе государственного гранта и договора оплаты, с указанием фамилии и имени);

- Установление новых контактов с молодыми специалистами, трудоустроенными в текущем учебном году и в предыдущие учебные годы, оказание им практической и методической помощи, предоставление консультаций и при необходимости подведение итогов их трудовой деятельности;

- Выбирать способы воздействия на работодателей (потребителей) посредством информации, публиковать информацию о выпускниках (в разрезе образовательных направлений, специальностей по областям) через средства массовой информации (газеты, журналы, радио-телевидение, веб-сайт), размещать информацию на сайте вуза, публиковать информацию, производить и обеспечивать ее доставку потребителям (работодателям), участвовать в подготовке содержания рекламных объявлений, черновиков рекламных модулей, текстов статей, видео- и аудиосценариев;

- Представлять рекомендации заказчика (потребителя) факультетам, профильным кафедрам и научным, учебно-методическим подразделениям в целях формирования конкурентоспособной личности выпускника на основе изучения и анализа процесса формирования профессиональных навыков у студентов высших (последипломных) курсов в соответствии с уровнем образования бакалавра (магистратуры) и требованиями работодателей (потребителей) и анализа результатов маркетинговых исследований.;

- Оценка уровня профессиональных навыков конкурентоспособных выпускников, готовящихся к поступлению в бакалавриат и магистратуру аналогичных вузов, их преимуществ и недостатков, сравнение с собственными выпускниками;

- Учет достижений научно-технического развития и разработка предложений и рекомендаций по повышению профессионального мастерства (квалификации) выпускников бакалавриата и магистратуры;

- Обеспечить участие вуза в республиканских, региональных и международных выставках и ярмарках с целью демонстрации возможностей и преимуществ выпускников бакалавриата и магистратуры; организация выставок и витринных экспозиций на территории учреждения;

- Согласование планов приема студентов и трудоустройства выпускников со всеми соответствующими подразделениями вуза с целью обеспечения

работодателей выпускниками в установленные сроки в соответствии с договорами, заключаемыми между вузом и организацией-работодателем;

- Разработка и реализация мер по повышению уровня профессиональной активности молодых специалистов и поддержке их продвижения по службе при сотрудничестве с соответствующими подразделениями университета (советами, факультетами, кафедрами и т.п.) обеспечивается трехлетняя гарантированная работа выпускников бакалавриата и магистратуры на основе государственного гранта, а также при условии трехлетнего обучения.

## **V. Права и обязательства центра**

7. Центр имеет следующие права:

- Требовать информацию от соответствующих подразделений университета (научно-методических советов, учебно-методических отделов, факультетов, кафедр) для выполнения необходимых работ в пределах полномочий центра;
- Привлекать преподавателей вузов и ведущих специалистов учреждений-работодателей (потребителей), предприятий и организаций (на основе договора) к разработке и организации системы проведения маркетинговых исследований, направления на работу выпускников и распространения информации о них;
- С учетом требований и рекомендаций работодателей (потребителей) в рамках ДТС повысить профессиональные качества и конкурентоспособность выпускников, внести предложения по внедрению передовых педагогических и информационных технологий в образовательный процесс;
- Анализировать мнения, возражения, недостатки и причины неприятия работодателей (потребителей) относительно молодых специалистов и предоставлять рекомендации по повышению качества образования, а также формированию нового поколения выпускников, соответствующих требованиям рынка образовательных услуг, в том числе предоставление рекомендаций базовым высшим учебным заведениям;
- Разработка рекомендаций по устранению недостатков существующих образовательных методов (технологий) на основе предложений работодателей (потребителей);
- Осуществление сотрудничества с соответствующими учреждениями, предприятиями и организациями по трудоустройству и распределению выпускников;
- Оценка эффективности деятельности факультетов и профильных кафедр по содержанию рекламных объявлений о выпускниках, а также публикации и донесения информации до потребителей через средства массовой информации и печатные издания;
- Организовать участие сотрудников высшего учебного заведения в республиканских и международных выставках, ярмарках, встречах и конференциях с целью демонстрации возможностей и преимуществ выпускников;
- Внесение предложений по поощрению или принятию мер в установленном порядке по результатам работы сотрудников отдела маркетинга и студенческой практики, ответственных за деятельность центра.

**8.** Центр имеет следующие обязательства:

- Подготовка качественных и своевременных проектов баз данных и документов и утверждение их в установленном порядке, внесение обоснованных предложений в министерство;
- Организация трудоустройства аспирантов в университет и его контроль на основе существующих требований, ведение нормативных и других документов этого процесса, полное соблюдение их требований.

## **VI. Структура и финансовое обеспечение центра**

**9.** Деятельность центра осуществляют сотрудники отдела маркетинга и студенческой практики.

**10.** Сотрудники, ответственные за деятельность центра, будут получать дополнительные надбавки за счет внебюджетных средств института.

## **VII. Заключительные правила**

**11.** Споры, возникающие по вопросам, указанным в настоящем Положении, разрешаются на основании правовых документов.

**12.** Настоящее Положение было рассмотрено и принято на заседании Совета Университета и утверждено ректором Университета.

Изменения и дополнения в настоящее Положение вносятся законодательными документами, решениями и приказами Министерства высшего образования Республики Узбекистан, решением Совета университета.