



## Концепция Всероссийской акции «Время карьеры»

### *Содержание*

Сокращения и обозначения

- I. О Проекте
- II. Цели и задачи
- III. Организационная структура
- IV. Сроки и место проведения
- V. Структура Проекта
- VI. Партнеры Проекта и их категории
- VII. Роль университетов-организаторов во Всероссийской акции
- VIII. Стилистическое оформление

## **I. О Проекте**

«Время карьеры» (далее Проект) – совокупность карьерных мероприятий, проводимых под единым брендом на базе образовательных организаций высшего образования (далее ОО ВО) и включающих в себя различные форматы. Мероприятия проводятся в один период времени и имеют часть общих форматов с целью привлечения внимания максимального числа работодателей, студентов и молодежи к вопросам прохождения практик, трудоустройства и построения карьеры.

Основу Проекта составляет серия профориентационных мероприятий: выставка стендов работодателей, мастер-классы и открытые лекции от представителей компаний-работодателей и/или ОО ВО, экспресс-собеседования, презентации образовательных программ ОО ВО. Продолжительность Проекта зависит от принятого формата в ОО ВО и составляет от одного дня (День карьеры / Ночь Карьеры) до более длительного промежутка времени (Неделя карьеры, Месяц карьеры и т.п.).

Работодатели-партнеры имеют возможность провести лекцию, мастер-класс или воркшоп (практикум) на заранее заявленную тему. Все определенные темы формируют общую программу Проекта для каждого университета-организатора. На каждый мастер-класс, как и на все мероприятия Проекта, есть возможность зарегистрироваться на официальном сайте Проекта (<http://времякарьеры.рф>). На основании заявок на участие от работодателей и программы мероприятий складывается реестр компаний – участников Проекта.

Компании-работодатели могут принять участие в экспресс-собеседованиях – специалисты по HR моделируют реальные собеседования для всех желающих и выбирают потенциальных соискателей. Одна из задач экспресс-собеседований – отобрать практикантов и стажеров среди участников Проекта.

Одним из форматов Проекта является проведение акции «Ночь карьеры». Акция проходит в вечернее время (в один из дней Проекта) в городах-участниках Проекта по решению Оргкомитета на основании заявок от ОО ВО. Также в рамках Проекта в качестве активности, объединяющей регионы, возможно проведение конкурса «Золотая стажировка», в котором участники Проекта могут принять участие в конкурсе за стажерские позиции в российских и международных компаниях и подобрать места прохождения практик.

## **II. Цели и задачи**

**Цель** Всероссийской акции «Время карьеры» – содействие трудоустройству и повышению занятости молодежи через информирование о профессиональных возможностях и социальных лифтах.

Совместными усилиями ОО ВО, работодателей и участников Проекта создается пространство для продуктивного взаимодействия всех заинтересованных сторон процесса трудоустройства для формирования четких ориентиров в вопросах построения карьеры.

Событие может включать: презентации возможностей компаний-работодателей, экспресс-собеседования, лекции, мастер-классы, презентации образовательных программ ОО ВО, выбор мест прохождения практик, нетворкинг.

Задачи Проекта:

- разработка и реализация содержательного наполнения Проекта;
- формирование пула компаний-работодателей с ведением соответствующего реестра;
- разработка единой стилистики Проекта;
- организация информационной кампании Проекта;
- привлечение целевой аудитории Проекта;
- организация позиционирования ОО ВО и его продуктов.

Тактическая цель Проекта: организация карьерного события в единой стилистике и с эффективными форматами взаимодействия работодателей со студентами и молодежью с целью привлечения внимания молодежи и студентов к необходимости взаимодействия с работодателями и формирования проактивной трудовой позиции.

### **III. Организационная структура**

#### *1. Оргкомитет (в первый год участия).*

- Министерство науки и высшего образования РФ;
- Министерство труда и социальной защиты РФ;
- Министерство промышленности и торговли РФ;
- АНО «Россия - страна возможностей»;
- Федеральное агентство по делам молодежи «Росмолодежь»;
- Российский союз промышленников и предпринимателей;
- Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина;
- ИТ-партнер;
- Представители компаний-работодателей;
- ОО ВО (по предварительному отбору – заявке).

2. Команда управления Проектом.

3. Региональные оргкомитеты.

#### **IV. Сроки и место проведения**

Проект «Время карьеры» пройдет в течение одного месяца в диапазоне с **1 по 30 ноября 2020 года** на территории 30-ти городов Российской Федерации (количество может быть изменено по результатам заявочной кампании).

Предварительный график подготовки и проведения Проекта «Время карьеры»:

— *Август 2020 г.* – формирование и утверждение концепции Проекта, единого стилистического решения Проекта, дат проведения и списка участников (ОО ВО) Проекта с определенными форматами участия.

— *Сентябрь 2020 г.* – старт информационной кампании по продвижению Проекта (пресс-конференция в ИА ТАСС), привлечение ОО ВО к информированию целевой аудитории, формирование технического задания для площадок.

— *Октябрь 2020 г.* – подбор и обучение волонтеров, заказ полиграфической продукции, моделирование и подготовка застройки выставочной программы, обработка запросов от компаний-работодателей, проработка детального содержания Проекта на местах – утверждение тем мастер-классов, лекций и т.п. Таргетированное продвижение Проекта среди потенциальных участников в выбранных регионах.

— *Ноябрь 2020 г.* – проведение Проекта «Время карьеры» на территории Российской Федерации.

— *Декабрь 2020 г.* – подведение итогов Проекта, мониторинг результатов, формирование базы соискателей/работодателей, рассылка пост-релизов, реестра работодателей-участников Проекта; формирование общего отчета о проведенном мероприятии.

— *Декабрь 2020 г.* – презентация результатов Проекта на одном из мероприятий Министерства науки и высшего образования РФ, АНО «Россия – страна возможностей» с целью привлечения партнеров Проекта на 2021 год.

#### **V. Структура Проекта**

«Время карьеры» содержит несколько обязательных элементов программы: выставка компаний, экспресс-собеседования, лекции, мастер-классы/воркшоп, акция «Ночь карьеры» (по выбору участников), конкурс «Золотая стажировка».

#### *Регистрация.*

Участники Проекта «Время карьеры» могут пройти предварительную регистрацию на сайте Проекта (<http://времякарьеры.рф>) в результате перехода по объявлениям таргетированной рекламы, из групп в социальных сетях и других рекламно-информационных источников. После регистрации на сайте каждому участнику на указанную почту высылается письмо-подтверждение, содержащее уникальный идентификационный код.

В случае, если участник не прошел предварительную регистрацию на сайте Проекта, он может зарегистрироваться на информационных стойках в день проведения события. Регистрация не является обязательной, однако позволяет организаторам формировать базу активных участников Проекта. Также регистрация является основой для предоставления дистанционных сервисов Проекта: возможность заполнения резюме по установленной форме, выбор работодателей для предоставления резюме, возможность отбора на экспресс-собеседования и участия в конкурсе «Золотая стажировка».

#### *Описание программы Проекта.*

1. Выставка компаний-работодателей является основной частью Проекта и представляет из себя следующую застройку (Приложение 1) стендов компаний. В базовой конфигурации стенды компании создаются в форме стандартных выставочных пространств, включающих в себя баннерную стену с логотипом Проекта и компании-участника, стойку-reception для размещения информационных материалов.

В зависимости от условий участия и по согласованию с организатором, базовая конфигурация стенда может быть дополнена ТВ-экранами, мебелью, экспонентами и пр.

Формированием содержания собственного стенда компания-участник занимается самостоятельно с предварительным согласованием активностей с Оргкомитетом. Компании могут предлагать участникам Проекта ознакомиться с информационно-раздаточными материалами компании, принять участие в конкурсах, розыгрышах и активностях, заполнить анкету и/или резюме.

2. Экспресс-собеседования (ЭС) проводятся на отдельном от выставки пространстве по предварительной регистрации и отборе. Участник Проекта может заполнить резюме и предоставить его

выбранному работодателю посредством информационного сервиса. На основании предоставленных резюме работодатель выбирает кандидатов и назначает время проведения собеседования в рамках Проекта. ЭС представляют модель реальных собеседований, проводимых компаниями при приеме на работу соискателей. Каждая компания направляет на ЭС своего hr-специалиста. Одной из задач экспресс-собеседования является определение мест для прохождения практики студентов ОО ВО.

Пространство для ЭС – это зона, оборудованная необходимой мебелью, посетители имеют возможность самостоятельно выбирать компании, в которых хотят пройти собеседование, все собеседования проводятся согласно таймингу. Организация комфортного доступа, следование таймингу, управление потоками посетителей – функции, закрепленные за региональным Оргкомитетом.

3. *Визионерские лекции.* Под визионером подразумевается человек (спикер), обладающий творческим воображением, признанный профессионал в определенной области, стратег, способный предвидеть развитие событий в будущем. Визионерская лекция, в отличие от мастер-классов, предполагает выступление в сольном формате на широкую аудиторию, на расширенную тему, связанную с карьерой, предпринимательством, бизнесом, местом молодежи в рыночных и трудовых отношениях и т.д.

Ориентир для формата выступления – конференция TedX.

4. *Мастер-классы и воркшопы.* Обязательный элемент программы, состоящий из выступлений на заинтересованную аудиторию представителей компаний-партнеров на прикладные темы. «Как составить резюме? // Трудоустройство в компанию «Х» – здесь и сейчас. // Банк «XXX» - от задумки к мечте всей жизни» - примеры возможных тем. Темы мастер-классов запрашиваются у партнёров не позднее, чем за 3 недели до старта Проекта.

Воркшопы – одна из разновидностей мастер-классов, реализуемая в формате активного взаимодействия спикера с аудиторией с целью решения кейса. Воркшоп, как правило, подразумевает деление аудитории на небольшие группы.

Заказчиками мастер-классов выступают сами компании, приобретающие соответствующий пакет (см. раздел VI).

Продолжительность мастер-классов: 40-50 минут. Смена спикера и подготовка оборудования для следующего мастер-класса – 10 минут. Каждое помещение для мастер-классов оборудуется согласно технической заявке от партнеров.

5. Выбор мест прохождения практик. Работодатели-участники Проекта определяют места прохождения и позиции для практик студентов ОО ВО. Информация о практиках предоставляется на стендах работодателей, а также в рамках отдельной сессии, посвященной практикам и стажировкам. Сессия проводится в один из дней проведения Проекта и представляет собой выставку мест прохождения практик и стажировок с возможностью оставить заявку работодателю.

6. Hr-конференция. Одна из дополнительных активностей, представляющая собой организацию для нетворкинга hr-специалистов компаний и организаций региона. В программе hr-конференции могут быть запланированы: представление результатов актуальных исследований в области human resources, презентация новых тенденций в сфере hr, вручение профессиональных премий, презентации образовательных продуктов ОО ВО и др.

Программа конференции проходит параллельно основному мероприятию.

7. «Золотая стажировка». Золотая стажировка – всероссийский конкурс, проводимый в рамках Проекта, который позволит участникам пройти практику и стажировку в выбранной ими компании из числа участников Проекта, в случае прохождения многоуровневого отбора, включающего в себя проф. тестирование и очную самопрезентацию. Регистрация и проф. тестирование проводится дистанционно на информационной платформе Проекта. Самопрезентация проходит по согласованию с Оргкомитетом в формате очной защиты по месту проведения Проекта. Участие в конкурсе свободное для жителей всех регионов России в возрасте от 18 до 30 лет.

Задания для конкурса разрабатываются компаниями-работодателями совместно с Оргкомитетом и программной дирекцией Проекта.

Конкурс «Золотая стажировка» регламентируется дополнительным Положением о Конкурсе.

8. Презентация образовательных программ ОО ВО. В рамках проведения Проекта организаторы предусматривают форматы продвижения образовательных программ магистратуры и ДПО: распространение полиграфической продукции в рамках Проекта, организация презентаций (лекций, мастер-классов) на аудиторию посетителей Проекта от представителей ОО ВО и другие виды информационного продвижения. Предоставление информации об образовательных продуктах для компаний-участников Проекта с целью переподготовки кадров партнеров является также одной из задач.

9. Дополнительные активности. На усмотрение организаторов в Проект могут быть интегрированы дополнительные активности: тестирование на предпринимательские способности, демонстрация особенностей «рабочих профессий», бизнес-завтраки, флешмобы и другие.

В нескольких городах проведения Проекта по решению Оргкомитета будет организован один из концентрированных форматов Проекта: «Ночь карьеры». Событие с массовым участием, проводимое в один из дней Проекта в вечернее время в течение 5 часов по дополнительной заявке ОО ВО. Основная задача события – привлечение максимального числа участников в один момент с целью концентрированного предложения всех вышеперечисленных форматов Проекта. Это событие может стать центральным с точки зрения информационного акцента, предложить студентам и молодежи самое интересное, что есть в Проекте, и привлечь их максимальное внимание к вопросу трудоустройства, социальных и профессиональных лифтов. В рамках события будут проходить очная защита претендентов на победу в конкурсе «Золотая стажировка», яркие активности, привлекающие внимание молодежи.

## **VI. Партнеры Проекта и их категории**

Все партнеры Проекта делятся на: партнеров-работодателей и информационных партнеров.

Каждая из категорий партнеров-работодателей приобретает определенный пакет участника Проекта с определенным набором элементов.

1. Партнеры-работодатели:
  - a. Федеральный партнер – крупные международные и российские компании, поддерживающие Проект на всей территории России (не менее 10 городов одновременно). Состав пакета – интеграция в Проект в любом из городов-организаторов в зависимости от цели компании, индивидуальный стенд, полное техническое сопровождение участия, возможность проведения мастер-классов, размещение информации о компании на информационно-полиграфической продукции, интеграция в федеральную информационную кампанию.
  - b. Региональные партнеры – международные и российские компании, поддерживающие Проект в конкретном городе. Это компании, с которыми традиционно работает ОО ВО – организатор региональной площадки.
2. Информационные партнеры участвуют в Проекте на безвозмездной основе. Задача информационных партнеров – размещение новостей, заметок, пресс/пост-релизов и другой



информации о Проекте на своих интернет, печатных, радио, телевизионных и других ресурсах. Разработка платформы для сбора заявок и регистраций на мероприятие, поддержка функциональности платформы – задача IT-партнера.

Каждый университет-организатор Проекта самостоятельно занимается поиском региональных и информационных партнеров, а также вопросами встраивания федеральных партнеров в проведение Проекта в своем городе, по согласованию с Оргкомитетом.

При необходимости, Уральский федеральный университет может оказывать всестороннюю поддержку и консультационную помощь в построении модели поиска и отработки партнеров Проекта.

## **VII. Роль и функции ОО ВО-организаторов Всероссийского Проекта**

ОО ВО, которые присоединятся к проведению Проекта с 1 по 30 ноября 2020 г., становятся полноправными соорганизаторами Проекта на весь период его подготовки и проведения.

Выбор ОО ВО, который выступит соорганизатором Проекта в своем городе, производится на основе анализа комплекса показателей, включающих такие индикаторы, как численность обучающихся, показатели трудоустройства выпускников, численность и структура партнеров университета, опыт проведения карьерных событий и др. Утверждение ОО ВО участником Проекта – решение Оргкомитета Проекта.

В структуре каждого ОО ВО должен быть сформирован региональный организационный комитет, в состав которого рекомендуется ввести представителей высшего управленческого звена ОО ВО, сотрудника, ответственного за трудоустройство студентов, лидера студенческого сообщества. Позиции проектной команды в университете-организаторе Проекта остаются на усмотрение образовательного учреждения.

ОО ВО обязуется совместно с Оргкомитетом подготовить и реализовать Проект в соответствии с общим планом подготовки и реализации Проекта:

- Выбрать и обосновать решение о выборе площадки для проведения Проекта (кампус ОО ВО, выставочные площадки города, коворкинги и др.)<sup>1</sup>.
- Привлечь не менее 10 региональных партнеров-работодателей.
- Набрать и обучить волонтеров Проекта.

---

<sup>1</sup> ОО ВО - организаторам рекомендуется проводить мероприятие за пределами кампуса для привлечения потенциально большей целевой аудитории.

- Провести рекламно-информационную кампанию, в соответствии с предоставленным Оргкомитетом механизмом.
- Обеспечить явку участников Проекта – студентов своего учебного учреждения, студентов образовательных учреждений своего города, жителей и гостей города (рекомендуемое количество – не менее 2 000 человек).
- Организовать по предложенному механизму застройку выставки, регистрацию участников, реализацию содержательной программы и др.
- Предоставить отчет по итогу проведения мероприятия, включающий в себя информацию о количестве привлеченных студентов на практики и стажировки по итогам проведения Проекта, статистику о трудоустроенных выпускниках ОО ВО, уровень удовлетворённости работодателей выпускниками ОО ВО и др. Форма отчета, согласованная с Оркомитетом Проекта, будет предоставлена региональным организаторам Проекта дополнительно.

Оргкомитет обязуется предоставить для ОО ВО – организаторов Проекта:

- Описание формата проведения Проекта, включая тайминг, содержательное наполнение, технологии набора и обучения волонтеров, концептуальную основу.
- Не менее 10 федеральных партнеров Проекта.
- Описание механизма информационного сопровождения и рекламной кампании.
- Описание механизма и помощь в привлечении работодателей.
- Автоматизированную систему регистрации участников.
- Макеты полиграфической продукции, выполненные в фирменном стиле, исходные материалы для создания визуального оформления<sup>2</sup>.
- IT-сопровождение Проекта «под ключ», включая разработку и поддержку работы сайта и онлайн-сервисов Проекта.
- Доступ к базе вакансий. Еженедельный дайджест вакансий, рассылку по почте с предложением вакансий при предоставлении информации работодателями – участниками Проекта.
- Форму для отчета по итогам Проекта согласно показателям результативности (Приложение 2).
- Пост-сопровождение Проекта.

---

<sup>2</sup> При наличии у университета-соорганизатора своего стилистического решения карьерной темы, Оргкомитет, по согласованию сторон, интегрирует оба решения в единый стиль.

В целях реализации Проекта в ходе подготовки Оргкомитетом будет организован ряд методических семинаров, рабочих встреч.

### **VIII. Стилистическое оформление**

Концепция «Найти работу мечты» напрямую отражается в стилистическом оформлении мероприятия. В связи с этим, одним из стилиобразующих элементов выступает контур города, который может быть выполнен в цветах, представленных в альбоме фирменного стиля Проекта.

Стилистика Проекта используется в следующих материалах:

- оформление стендов на ярмарке работодателей (за исключением стендов с индивидуальным дизайном от официальных партнеров, при наличии);
- печатные и полиграфические материалы;
- официальная атрибутика мероприятия;
- видеоматериалы;
- материалы онлайн и офлайн продвижения Проекта.

Стилистический элемент «город» уникален для каждого города, в котором реализуется Проект. В контуре отражаются архитектурные объекты конкретного города.

Примеры стилистического оформления, использованного при застройке стендов мероприятия «Время карьеры», представлены в Приложении 1. Стилистическое оформление будет доработано, также будет представлен альбом фирменного стиля. Планируется доработка видео-продвижения и видео-сопровождения.

Стилистическое оформление мероприятия: пример застройки



## Показатели результативности проведения Всероссийской карьерной акции

## 1. Критерии оценки в рамках задач, реализуемых в соответствии с национальным проектом «Образование»

Реализуемая задача	Критерий оценки	Наименование задачи, результата в рамках национального проекта «Образование» (нп), федерального проекта «Молодые профессионалы» (фп)	Характеристика результата	Документ
Мнение работодателей о качестве подготовки выпускников. (используя Акцию как место взаимодействия работодателей с ОО ВО).	Удовлетворенность работодателей качеством подготовки выпускников (в том числе согласно критериям рейтинга QS по трудоустройству выпускников) на основании представителей работодателей.	2.11. (фп) Внедрена система мониторинга трудоустройства выпускников организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования, учитывающая удовлетворенность работодателей качеством подготовки выпускников.	<b>Мнение работодателей о качестве подготовки выпускников на основании заполненных анкет в соответствии с рейтингом QS.</b>	Паспорт национального проекта «Образование»: <a href="http://static.government.ru/media/files/UuG1ErcOWtjfOFCsqdLsLxC8oPFDkmBB.pdf">http://static.government.ru/media/files/UuG1ErcOWtjfOFCsqdLsLxC8oPFDkmBB.pdf</a> Паспорт федерального проекта «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)»: Ссылка на документ: <a href="http://xn--80aavcebfcmbcza.xn--p1ai/upload/iblock/dc4/Molodye_professionaly.pdf">http://xn--80aavcebfcmbcza.xn--p1ai/upload/iblock/dc4/Molodye_professionaly.pdf</a> Методология оценки: <a href="https://www.topuniversities.com/employability-rankings/methodology">https://www.topuniversities.com/employability-rankings/methodology</a>

<p>Представленность образовательных программ магистратуры и ДПО.</p>	<p>Количество образовательных программ магистратуры и ДПО, презентуемых на события, с предоставлением отчета о количестве слушателей презентации, фото и видеоматериалов.</p>	<p>2.2. (нп) К 2024 году каждая образовательная организация высшего образования, обеспечивающая подготовку кадров для базовых отраслей экономики и социальной сферы, достигает следующих показателей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доля студентов, поступивших на обучение по программам магистратуры и имеющих высшее образование, полученное в других образовательных организациях высшего образования, составляет <b>не менее 30% от общего числа, поступивших в магистратуру;</b></li> <li>- общий конкурс по университету при приеме на обучение по программам магистратуры составляет <b>не менее 3 человек на место.</b></li> </ul>	<p>Применение возможностей карьерной Акции, не только для трудоустройства выпускников, но и для продвижения образовательных программ ОО ВО, в том числе программ магистратуры и программ дополнительного образования.</p>	<p>Паспорт национального проекта «Образование»: <a href="http://static.government.ru/media/files/UuG1ErcOWtjfOFCsqdLsLxC8oPFDkmBB.pdf">http://static.government.ru/media/files/UuG1ErcOWtjfOFCsqdLsLxC8oPFDkmBB.pdf</a></p>
--	---	--	---	---

Учет показателей целевого обучения	Перечень работодателей с направлениями подготовки и количеством мест для целевого приема на следующий учебный год.	2.5. К 2024 году каждая образовательная организация высшего образования, обеспечивающая подготовку кадров для базовых отраслей экономики и социальной сферы, достигает следующих показателей: не менее 10% выпускников трудоустраиваются на основе договора о целевом обучении (за исключением городов Москвы и Санкт-Петербурга).	Применение возможностей карьерной Акции, не только для трудоустройства выпускников, но и сбора информации о целевом приеме совместно с ФОИВ.	Паспорт федерального проекта «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)». Приложение к протоколу заседания проектного комитета по национальному проекту «Образование» от 07 декабря 2018 г. №3.  Ссылка на документ: <a href="http://xn--80aavcebfcmbcza.xn--p1ai/upload/iblock/dc4/Molodye_professionaly.pdf">http://xn--80aavcebfcmbcza.xn--p1ai/upload/iblock/dc4/Molodye_professionaly.pdf</a>
------------------------------------	--	--	--	--

## 2. Критерии оценки в рамках задач информационной кампании.

№ п/п	Канал продвижения	Результат	Комментарий
1	Социальные сети	не менее 300 записей о Проекте в социальных сетях (Вконтакте, Facebook, Instagram, Twitter), информационный охват не менее 200 000 просмотров	на основании созданного события в социальной сети
2	E-mail-информирование	не менее 30 рассылок по базе зарегистрированных участников для каждого города-участника (с учетом рассылок после мероприятия)	
3	Новости в СМИ	не менее 30 выходов новостей о проекте в СМИ (в том числе онлайн)	в рамках возможностей пресс-служб: Минобрнауки, РСВ, Росмолодежи и УрФУ

4	Пресс-конференции	проведение пресс-конференции об Акции в одном из ведущих информационных агентств РФ	перед запуском информационной кампании
5	Таргетированная реклама	запуск не менее 10 рекламных постов об Акции в определенных регионах на целевую аудиторию: 18-24 года	популярная среди целевой аудитории социальная сеть



