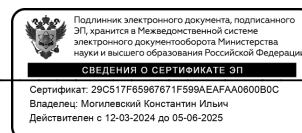


УТВЕРЖДАЮ

Заместитель Министра науки и высшего
образования Российской Федерации
Могилевский К.И.



от «___» _____ 2025 г. № _____

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по организации и проведению информационной кампании по вопросу приема на целевое обучение

Настоящие методические рекомендации по организации и проведению информационной кампании по вопросу приема на целевое обучение разработаны во исполнение пункта 4 протокола заседания Межведомственной рабочей группы по вопросу восстановления рынка труда от 24 октября 2024 г. № 24пр.

1. Основные подходы к освещению темы целевого обучения

Целевое обучение осуществляется на основании договора о целевом обучении, заключенного между гражданином, поступающим на обучение по образовательной программе или обучающимся по образовательной программе, и федеральным государственным органом, органом государственной власти субъекта Российской Федерации, органом местного самоуправления, юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем. Данная форма набора является востребованным инструментом кадрового обеспечения приоритетных отраслей экономики и социальной сферы. Обучение поступивших на места в пределах квоты приема на целевое обучение ведется за счет средств бюджетов Российской Федерации: ни заказчик, ни будущий работодатель, ни сам обучающийся не оплачивают обучение (даже частично). Одновременно с этим существует такая форма, как обучение за счет средств организации (разновидность платного образования) – при составлении со студентом договора на обучение за счет средств организации работодатель вправе указать там любые требования в рамках законодательства.



Основное преимущество целевого приема для работодателей – это возможность заблаговременно спланировать и привлечь будущих работников под перспективные кадровые потребности. В свою очередь, для абитуриентов преимуществами становятся гарантированное трудоустройство после завершения учебы и меры поддержки во время обучения (например, обязательное материальное стимулирование обучающегося за счет будущего работодателя в размере стипендии), а также прохождение практики прямо на будущем рабочем месте.

Механизм целевого обучения, позволяющий обеспечить профессиональными кадрами даже отдаленные регионы страны, был впервые закреплён в Правилах приема в высшие учебные заведения СССР, утвержденных 4 апреля 1968 г. В постсоветский период целевое обучение сохранилось – обучающиеся, поступившие в рамках целевой квоты, продолжали пользоваться преимуществами первоочередного предоставления общежития и дополнительной стипендией от будущих работодателей. В 2019 году квоты на целевое обучение стали централизованно устанавливаться Правительством Российской Федерации. При этом проблема недостаточной прозрачности отбора на целевые места оставалась нерешенной.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 апреля 2024 г. № 555 был введен новый механизм приема на целевое обучение. На сегодняшний день:

- а) предложения заказчика о заключении договоров о целевом обучении размещаются на Единой цифровой платформе в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России» (trudvsem.ru), (далее – ЕЦП «Работа в России»);
- б) абитуриент имеет право самостоятельно ознакомиться с предложениями заказчиков и подать заявку как в бумажном виде, так и через портал «Госуслуги»;
- в) договор о целевом обучении заключается заказчиком только после зачисления абитуриента;
- г) при поступлении на обучение или во время обучения по образовательной программе гражданин вправе заключить договор о целевом обучении только с одним заказчиком;



- д) при подготовке и заключении договора о целевом обучении используется ЕЦП «Работа в России»;
- е) договором могут предусматриваться условия о прохождении гражданином практики у заказчика или у работодателя и индивидуальном сопровождении представителем заказчика или работодателя (наставником), о требованиях заказчика к успеваемости гражданина и возможности сокращения заказчиком мер поддержки при невыполнении гражданином этих требований;
- ж) если заказчик принимает решение о выдвижении требований к успеваемости гражданина, то в договоре о целевом обучении обязательно устанавливаются: критерии исполнения требований к успеваемости в целом по образовательной программе или по конкретным периодам обучения, дисциплинам (модулям), практикам; порядок сокращения мер поддержки при невыполнении гражданином требований к успеваемости; условия восстановления мер поддержки. В том случае, если договором о целевом обучении установлены требования заказчика к успеваемости гражданина, то стороной данного договора в обязательном порядке должен быть университет;
- з) после завершения обучения выпускнику необходимо отработать в организации, которая выступила заказчиком обучения, как минимум три года, но не более пяти лет;
- и) если абитуриент, зачисленный на целевое обучение в пределах квоты, отказался от заключения договора, он отчисляется из университета или переводится на платное обучение;
- к) если заказчик отказался от заключения договора о целевом обучении после зачисления абитуриента на место в пределах квоты, то с заказчика взимается штраф в размере оплаты первого года обучения студента по образовательной программе (при этом студент продолжает обучаться на бюджетной основе).

Основные преимущества нового механизма отбора целевиков – это открытость и конкурентность. За счет открытости, в частности, повышается межрегиональная мобильность кадров (например, теперь абитуриент из Саратова может узнать о наличии целевого места в Ростове), а за счет конкурентности снижаются потенциальные коррупционные риски.



Ранее гражданину, желающему обучаться по договору о целевом обучении, необходимо было самостоятельно найти организацию, которая могла бы выступить в качестве заказчика целевого обучения. Договор о целевом обучении заключался до зачисления человека в вуз, поэтому возникал риск того, что целевой договор заключен, а гражданин не поступил, в результате чего организация могла остаться без будущего работника. Прежде у абитуриента существовала возможность заключения целевого договора с несколькими заказчиками и участия в конкурсах на поступление в рамках целевой квоты в нескольких вузах, что также увеличивало риски для организации остаться без необходимого специалиста.

Кроме того, ранее отсутствовали единые объективные критерии отбора кандидатов на заключение договора о целевом обучении, в связи с чем могли быть созданы неравные условия для абитуриентов, поступающих в рамках целевой квоты. В свою очередь, у заказчика целевого обучения могла отсутствовать информация обо всех гражданах, желающих заключить с ним договор о целевом обучении, что ограничивало возможности отбора наиболее талантливых и мотивированных кандидатов.

2. Принципы организации информационной кампании

Информационная кампания рассчитана на четыре целевые аудитории: абитуриенты, их родители (законные представители), студенты, потенциально рассматривающие возможность перехода на целевое обучение, а также заказчики и работодатели. Содержание всех материалов должно быть адаптировано под указанные целевые аудитории и варьироваться в зависимости от направления подготовки.

Проблемой, преодоление которой является целью информационной кампании, остается стереотипное восприятие целевого обучения как, с одной стороны, менее предпочтительного выбора, чем простое поступление на бюджет (для абитуриентов и их родителей), а с другой – возможности вне рыночного закрытия кадровых дефицитов (для работодателей).

Основные послы для родителей абитуриентов:

- а) Целевой прием – это выбор надежной жизненной траектории, которая обеспечит ребенку успешное будущее;
- б) Целевой прием – это возможность продолжить семейную традицию



(в случае профессиональных династий).

Основные послы для абитуриентов и студентов:

- а) Целевой прием – это повышенная стипендия и другие возможности, улучшающие материальное положение в период обучения;
- б) Целевой прием – это гарантированное трудоустройство по специальности.

Посылы для заказчиков и работодателей:

- а) Целевой прием – это возможность заблаговременно спланировать и привлечь будущих работников под перспективные кадровые потребности;
- б) Целевой прием – это возможность получить специалиста уже имеющего опыт работы, полученный в ходе прохождения производственной практики непосредственно у данного работодателя.

Участниками информационной кампании по вопросу целевого обучения выступают Минобрнауки России, Минпросвещения России, Минздрав России, Минтруд России, Роструд, другие заинтересованные федеральные органы исполнительной власти и профильные органы власти субъектов Российской Федерации. Кроме того, участие в информационной кампании принимают крупнейшие работодатели и университеты.

Ключевым источником справочной информации о целевом обучении является тематический раздел на сайте Минобрнауки России (minobrnauki.gov.ru/action/targeted_training).

Все участники информационной кампании размещают на главных страницах своих официальных порталов баннер, ведущий на ранее указанный тематический раздел. Аналогичные баннеры размещаются на ресурсах работодателей и университетов.

Информация о преимуществах целевого обучения должна доводиться до целевых аудиторий регулярно, создавая соответствующий фон, и акцентированно – в периоды прохождения абитуриентами ключевых развилочек приемной кампании.

Участникам информационной кампании рекомендуется размещать на своих ресурсах (официальный сайт, социальные медиа) информационные и рекламные материалы о целевом обучении с периодичностью не реже двух раз в месяц, начиная с февраля 2025 года.



План публикаций необходимо соотносить с периодами подачи заявлений выпускниками на участие в ЕГЭ, проведения ЕГЭ в средних образовательных учреждениях, старта приемной кампании, начала и завершения приема документов от абитуриентов. К соответствующим датам также могут быть приурочены выпуски пресс-релизов, содержащих информацию о целевом обучении в формате цитат руководителей соответствующих федеральных органов исполнительной власти.

Субъекты Российской Федерации также должны размещать баннеры, ведущие на тематический раздел, посвященный целевому обучению (minobrnauki.gov.ru/action/targeted_training), на своих официальных ресурсах. Целесообразным является проведение в школах региона тематических встреч заказчиков целевого обучения со старшеклассниками (10-11 класс), в ходе которых до потенциальных абитуриентов была бы доведена информация о возможностях, предоставляемых работодателями. Аналогичные встречи со студентами, обучающимися на коммерческой основе, могут быть проведены в университетах или в рамках ярмарок вакансий. Рекомендуется также, начиная с июня 2025 года, разместить тематическую наружную социальную рекламу, и включить тему целевого набора в тезисы высшего должностного лица региона.

Принципиальным является участие в информационной кампании высших учебных заведений. Университетам также рекомендуется публиковать на своих ресурсах информационные и рекламные материалы о целевом обучении с периодичностью не реже двух раз в месяц, а также запланировать интервью ректоров в привязке к ключевым датам приемной кампании на тему преимуществ целевого набора. Кроме того, подробная информация о целевом наборе должна быть размещена на информационных стендах в учебных корпусах образовательных учреждений. К созданию и распространению в социальных сетях развлекательного тематического контента, рассчитанного на молодежную аудиторию, — интерактивных материалов, «вирусных» видеороликов, shorts-видео, мемов, рекомендуется привлекать региональные студенческие медиацентры. Тема набора на целевое обучение должна быть включена и в повестку встреч с абитуриентами, и в программу Дней открытых дверей.



Заинтересованные работодатели могут разместить на своих ресурсах материалы о проведении целевого набора, его преимуществах и привилегиях для студентов, а также популяризировать случаи успешного трудоустройства через целевой набор. Руководителям организаций рекомендуется выступить в СМИ с комментарием о заинтересованности организации в студентах, поступающих на целевое обучение. Кроме того, информация о целевом наборе может быть размещена в виде наружной рекламы и рекламы на сторонних Интернет-ресурсах. Информационные материалы о целевом наборе необходимо включить в программу ярмарок вакансий, образовательных выставок и других тематических мероприятий с участием целевых аудиторий.

3. Особенности организации информационной кампании по вопросу приема на целевое обучение по программам среднего профессионального образования

К основным мероприятиям, освещаемым в ходе информационной кампании по вопросу приема на целевое обучение по программам среднего профессионального образования, относятся:

- а) информационные (знакомство обучающихся, их родителей (законных представителей) и членов их семей, в том числе в рамках проведения заседаний региональных родительских комитетов, с приоритетными отраслями экономики Российской Федерации и востребованными рабочими профессиями, и специальностями с целью дальнейшего поступления на целевое обучение);
- б) культурно-образовательные (мероприятия, включающие в себя элементы реальной профессиональной деятельности или моделирующие эти элементы, способствующее обоснованному выбору профессии).

