

DOI 10.46320/2077-7639-2025-9-142-188-193

Коммуникационная политика центра карьеры вуза: продвижение и стратегии взаимодействия с партнёрами

Валитова Н.Э., Лебедева К.А., Гареева М.Ф.

В работе раскрывается значимость партнёрства между вузами и компаниями для решения проблемы кадрового голода. В статье рассматриваются основные компоненты коммуникационной политики, включающие целевые аудитории, каналы коммуникации и методы продвижения университетского центра карьеры. Особое внимание уделяется стратегиям формирования партнёрских отношений с бизнесом, профессиональными ассоциациями и другими образовательными учреждениями. Кроме того, в условиях стремительно меняющегося рынка труда и увеличения конкуренции среди выпускников, важность активного взаимодействия с работодателями и другими заинтересованными сторонами возрастает. Также в работе исследуются современные инструменты и технологии, способствующие улучшению коммуникации, такие как социальные сети, вебинары и онлайн-платформы для трудоустройства. Работа также акцентирует внимание на важности обратной связи от студентов и работодателей для корректировки и улучшения коммуникационной стратегии.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

ГОСТ 7.1–2003

Валитова Н.Э., Лебедева К.А., Гареева М.Ф. Коммуникационная политика центра карьеры вуза: продвижение и стратегии взаимодействия с партнёрами // Дискуссия. — 2025. — № 9(142). — С. 188–193.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Кадровый голод, центр карьеры, высшее учебное заведение, карьера, трудоустройство, взаимодействие с партнерами.

DOI 10.46320/2077-7639-2025-9-142-188-193

Communication policy of the university career center: promotion and strategies for interaction with partners

Valitova N.E., Valitova N.E., Gareeva M.F.

The paper highlights the importance of partnerships between universities and companies in addressing the shortage of skilled professionals. It explores the key components of communication policies, including target audiences, communication channels, and methods of promoting the university's career center. The article focuses on strategies for building partnerships with businesses, professional associations, and other educational institutions. In today's rapidly changing job market and increasing competition among graduates, the significance of actively engaging with employers and other stakeholders has never been more crucial. The paper also explores modern tools and technologies that can improve communication, such as social media, webinars, and online job platforms. The paper also emphasizes the importance of feedback from students and employers to adjust and improve the communication strategy.

FOR CITATION

Valitova N.E., Valitova N.E., Gareeva M.F. Communication policy of the university career center: promotion and strategies for interaction with partners. *Diskussiya [Discussion]*, 9(142), 188–193.

APA

KEYWORDS

Staffing shortage, career center, higher education institution, career, employment, and interaction with partners.

В современном мире более 90% компаний испытывают кадровый голод. В связи с этим заинтересованность организаций в сотрудничестве с высшими учебными заведениями растет ежедневно. Кадровый голод – это состояние, при котором на рынке труда ощущается нехватка квалифицированных работников.

Непосредственным связующим звеном между университетом и организациями выступает центр карьеры, который взаимодействует с организацией, по вопросам подработок, стажировок, трудоустройства и т.д. Центр карьеры – структурное подразделение образовательной организации высшего образования, реализующее функции по содействию занятости студентов и трудоустройству выпускников.

Одним из пунктов основных функций Центров карьеры вузов является выстраивание взаимоотношений ВУЗа с представителями бизнеса. Согласно данным функциям, Центры карьеры вузов России обязаны выстраивать сотрудничество с предприятиями и организациями, выступающими в качестве работодателей для студентов и выпускников.

В рамках партнерства преследуются следующие цели:

- получение студентами практических навыков;
- развитие кадрового резерва компаний и предприятий;
- увеличение процента занятых студентов и выпускников;

- ускорение процесса адаптации выпускников вуза на предприятиях;
- возможность участия в образовательном процессе.

Изучив мнение руководителей центров карьеры было выявлено, что существует дисбаланс в проводимых мероприятиях и распределении сил. Приоритетным направлением деятельности является информирование студентов и партнеров о проводимых ярмарках вакансий, дней компаний, презентаций компаний и тематических встречах. Гораздо меньшее внимание уделяется работе, связанной с карьерным консультированием – помощью студентам и выпускникам по составлению резюме и сопроводительных писем, прохождению собеседований и т.д. И большим упущением в работе центров карьеры прослеживается в исследовании конъюнктуры рынка труда, составлению профильных баз данных вакансий, работодателей, резюме.

Стоит отметить, что кадровое обеспечение центров карьеры вызывает большое негодование среди специалистов. Таким образом, в университетах с численностью студентов более тринадцати тысяч, выделена одна ставка на должности директора центра, ведущего специалиста и операционного специалиста. У центров карьеры прослеживается отсутствие собственной аналитически-исследовательской базы, что не позволяют реализовывать активную политику на рынке труда.

Таким образом, на данный момент центры карьеры вузов являются своего рода посредниками в коммуникации с работодателями. Специалисты по карьерному консультированию выполняют обязанности по размещению вакансий, стажировок, анонсируют мероприятия от компаний, но не выстраивают длительные партнерские взаимодействия на основании актуальных потребностей рынка труда.

Проводимые опросы обучающихся высших учебных заведений свидетельствуют о необходимости смены приоритетов в деятельности центров карьеры.

Респондентами выступают – студенты, выпускники, представители компаний. Все они обращают внимание на то, что недостаточно удовлетворены работой центров карьеры и считают, что необходимо сместить фокус внимания на выполнение непосредственных обязанностей карьерных консультантов. Лишь 20% опрошенных считают, что нынешняя система сопровождения студентов и выпускников имеет смысл и является качественной. Другие же респонденты считают, что систему необходимо менять и в срочном порядке [1, 2, 3].

Изучая зарубежный опыт взаимодействия бизнес-сообщества и высших учебных заведений, стоит обратить внимание на организацию Business-Higher Education Forum (BHEF, форум по партнерству между бизнесом и высшим образованием) уже более пятнадцати лет занимается

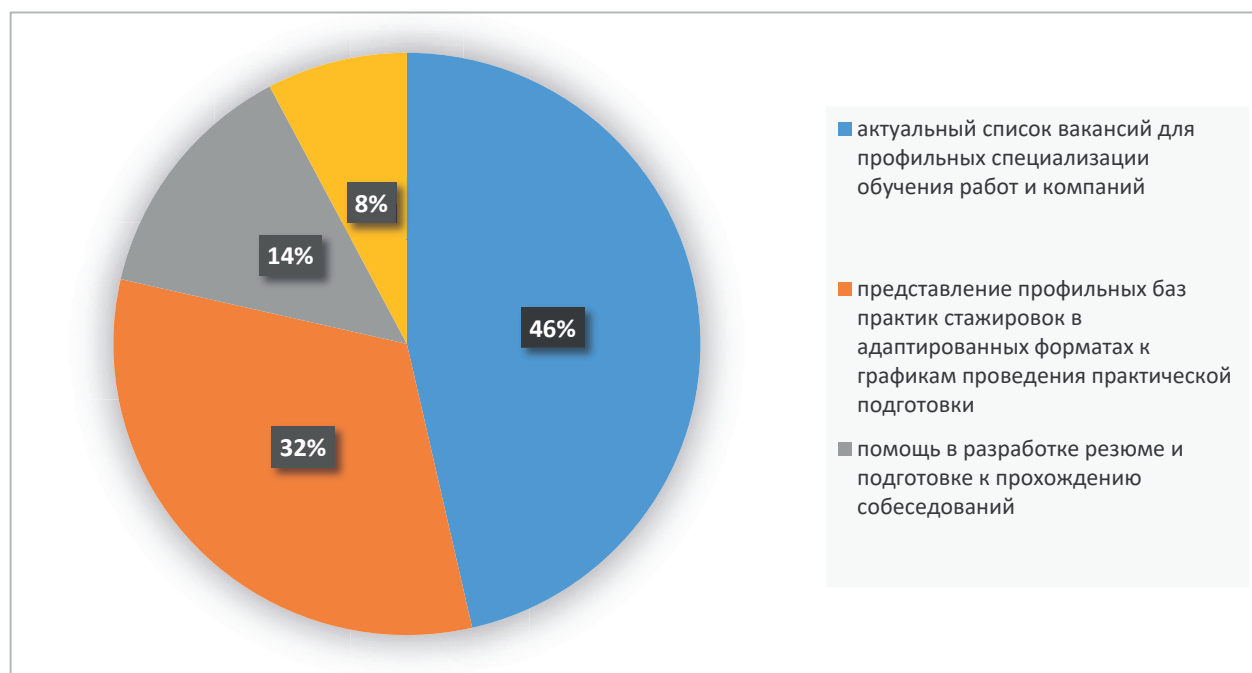


Рисунок 1. Опрос обучающихся вузов о деятельности центров карьеры.

укреплением связи между факультетами естественно-научных направлений (STEM — Science, Technology, Engineering and Mathematics) и частными, некоммерческими и государственными компаниями. В этих целях VNEF разработал научно-обоснованную модель реализации партнерства между вузами и индустриями,

испытывающими потребность в высококвалифицированных выпускниках, обладающих конкретными компетенциями. [4], [5].

Перенимая зарубежный опыт выстраивания взаимовыгодного сотрудничества компаний и университетов, можно обратить внимание на успешность данного взаимодействия. Крупные организации и лучшие зарубежные вузы объединяют усилия для разработки совместных образовательных программ, стажировок, грантов и т.д. Успешные предприниматели и эксперты разных областей не только посещают вузы в качестве приглашённых лекторов, но и становятся их преподавателями. Взаимодействие между образовательными учреждениями и бизнес-сообществом – это ключевой аспект как учебной, так и деловой деятельности.

В нашей стране такая практика встречается довольно редко и только начинает формироваться. Так, привлекая компании к учебному процессу, вузы могут:

— актуализировать свои учебные программы, которые в значительной мере будут востребованы рынком труда;

— улучшить условия обучения, обновив аудиторный и лабораторный фонд, что даст студентам возможность обучаться на современной технике, используемой на производствах;

— дать возможность студентам уже во время обучения познакомиться с работодателями и выбранной профессией, что позволяет заранее сформировать представление о том, что их ждет после окончания университета.

Компании и вузы выстраивая партнерскую работу закрывают потребности обеих сторон. Компании получают возможность взаимодействовать со студентами, что помогает им искать кандидатов для трудоустройства. Высшие учебные заведения получают всестороннюю помощь в реализации различных образовательных проектов, высокий уровень трудоустройства студентов и выпускников, что повышает конкурентную способность вуза на рынке образовательных услуг.

Центры карьеры проводят различные карьерные мероприятия, в рамках которых у студентов есть возможность познакомиться с работодателями, а у представителей организаций подобрать работников на открытые вакансии.



Рисунок 2. Процесс взаимодействия зарубежного вуза и бизнес-сообществ.

Рассмотрим сферы взаимодействия центров карьеры и компаниями:

1. Стажировки и практики для студентов.

В рамках сотрудничества с организациями университет может направить студента на стажировку или практику, что дает ему возможность познакомиться с будущей профессией и реализовать свои знания. Для студентов это возможность наработать опыт уже во время обучения и зарекомендовать себя на рынке. А для компании это шанс привлечь студента выгодными условиями работы и удовлетворить потребность в персонале.

2. Дни компаний и Ярмарки вакансий.

Организация подобных мероприятий дает возможность увидеть многообразие рабочих мест, корпоративной культуры организаций и выбрать для себя ту, которая заинтересовала больше всего. Еще на стадии обучения знакомиться с работодателями и проходить практики и стажировки с последующим трудоустройством. Такой формат мероприятий дает организациям возможность показать себя и заинтересовать студентов.

3. Экскурсии на предприятия.

Мероприятия такого рода помогут студентам младших курсов взглянуть на свою будущую профессию со стороны, получить новые знания, познакомиться с организациями и за время обучения сложить собственное представление о компаниях на рынке.

4. Формирование базы компаний-партнеров.

Внедрение подхода по формированию базы компаний-партнеров поможет выстраивать более качественное взаимодействие с организациями по различным направлениям. Вузу такое сотрудничество поможет реализовать образовательные проекты и улучшить условия обучения студентов, а компании получают возможность подбирать себе работников напрямую из университетов. Таким образом компании, которые готовы вкладываться в своих работников будут осуществлять всестороннюю поддержку вузам выпускающих профильных специалистов. Высшим учебным заведениям такой подход принесет повышение качества трудоустройства студентов и выпускников.

5. Создание образовательных программ и групп целевого обучения.

Совместные образовательные программы с ведущими компаниями на рынке станут отличной возможностью для студентов в получении качественных знаний и практических навыках, востребованных на рынке. Формирование целевых групп помогут компаниям непрерывно закрывать свои кадровые потребности, а студенты

вуза гарантированно трудоустраиваются после получения диплома о высшем образовании.

6. Создание онлайн-площадки по взаимодействию с компаниями-партнерами.

Разработка информационной площадки, на которой работодатели могут размещать свои вакансии, стажировки, анонсировать встречи со студентами и т.д. Такая платформа поможет напрямую контактировать со студентами и партнерами без посредников.

Немаловажно также отметить, что экономические показатели центра карьеры вуза могут включать в себя различные аспекты, отражающие его эффективность и влияние как на студентов, так и рынок труда. Рассмотрим несколько показателей.

1. Количество трудоустроенных выпускников. Процент студентов, нашедших работу в течение определенного времени после окончания вуза.

2. Средняя зарплата выпускников. Средний уровень дохода, который получают выпускники вуза по специальностям, связанным с их образованием.

3. Количество партнерств с работодателями. Число компаний и организаций, сотрудничающих с центром карьеры для проведения стажировок, ярмарок вакансий и других мероприятий.

4. Уровень удовлетворенности студентов. Опросы и анкеты, которые помогают оценить, насколько студенты довольны услугами центра карьеры.

5. Число проведенных мероприятий. Количество карьерных ярмарок, семинаров, тренингов и других мероприятий, организованных центром.

6. Доступность ресурсов. Наличие и использование онлайн-платформ для поиска работы, карьерных консультаций и других ресурсов.

7. Динамика трудоустройства по годам. Анализ изменений в трудоустройстве выпускников за несколько лет.

8. Инновационные программы и инициативы. Внедрение новых программ, направленных на улучшение карьерных перспектив студентов.

Данные показатели могут варьироваться в зависимости от конкретного вуза и его целей, а также от особенностей рынка труда в регионе.

В виду дефицита квалифицированных кадров на рынке труда крайне важно, чтобы студенты имели возможность познакомиться с потенциальными работодателями при помощи различных источников. Учебные заведения стремятся к тому, чтобы их студенты и выпускники трудоустраивались в успешные компании, которые зарекомен-

довали себя как надёжные работодатели. В связи с этим, вузам необходимо выстраивать всесто-

роннюю работу со студентами и работодателями для удовлетворения потребностей всех сторон.

Список литературы

1. *Стратегическая роль центров карьеры в создании профессиональных сообществ: сборник материалов научно-практической конференции* (Владивосток, 20–21 сентября 2022 г.): электронное научное издание / под ред. д-ра экон. наук Ю.В. Разумовой. – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024.
2. *Борисова, А. А. Воспроизводство трудовых ресурсов: роль центра трудоустройства и карьеры в обеспечении профильной занятости выпускников университета* / А. А. Борисова, К. В. Ростовцев, А. С. Дихтеренко // Экономика труда. – 2023. – Т. 10, № 6. – С. 879-892.
3. *Сысоева Е.А., Мальцева И.Ф. Алгоритм эффективных коммуникационных связей кадровых служб промышленных предприятий с университетом* // Экономика промышленности. 2024. С. 50-58.
4. *Свинухова Ю.Н. Стратегии эффективного трудоустройства в условиях рисков российского рынка труда: формальные и неформальные каналы поиска работы* // Экономика труда. – 2022. – № 11. – С. 1739–1756.
5. *EduTech* информационно-аналитический журнал №7. 2020. – 36 с.

References

1. *The strategic role of career centers in creating professional communities: collection of materials of the scientific and practical conference* (Vladivostok, September 20–21, 2022): electronic scientific publication / edited by Dr. of Economics Yu.V. Razumova. – Vladivostok: Publishing House of VVSU, 2024.
2. *Borisova, A. A. Reproduction of Labor Resources: The Role of the Employment and Career Center in Ensuring Specialized Employment for University Graduates* / A. A. Borisova, K. V. Rostovtsev, and A. S. Dikhterenko // Labor Economics. – 2023. – Vol. 10, No. 6. – Pp. 879-892.
3. *Sysoeva E.A., Maltseva I.F. Algorithm of effective communication links of personnel services of industrial enterprises with the university* // Economics of Industry. 2024. Pp. 50-58.
4. *Svinukhova Yu.N. Strategies of effective employment in the conditions of risks of the Russian labor market: formal and informal channels of job search* // Labor Economics. – 2022. – No. 11. – Pp. 1739–1756.
5. *EduTech* Information and Analytical Journal No. 7. 2020.

Информация об авторах

Валитова Н.Э., кандидат политических наук, доцент, кафедра социальных и политических коммуникаций, Институт нефтегазового бизнеса, Уфимский государственный нефтяной технический университет (г. Уфа, Российская Федерация).

Лебедева К.А., научный исследователь, кафедра социальных и политических коммуникаций, Институт нефтегазового бизнеса, Уфимский государственный нефтяной технический университет (г. Уфа, Российская Федерация).

Гареева М.Ф., кафедра социальных и политических коммуникаций, Институт нефтегазового бизнеса, Уфимский государственный нефтяной технический университет (г. Уфа, Российская Федерация).

© Валитова Н.Э., Лебедева К.А., Гареева М.Ф., 2025.

Information about the authors

Valitova N.E., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Department of Social and Political Communications, Institute of Oil and Gas Business, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation).

Lebedeva K.A., Researcher, Department of Social and Political Communications, Institute of Oil and Gas Business, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation).

Gareeva M.F., Department of Social and Political Communications, Institute of Oil and Gas Business, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation).

© Valitova N.E., Valitova N.E., Gareeva M.F., 2025.