Результаты работы ВСОКО ГБОУ ПОО МТК 2025-2026 уч. год



Исследование_Студенты

Количество респондентов: 345 человек (студенты 1 курса)

Показатель	Результат
Мотивы поступления	Выбор ПОО по формальным критериям: ➢ 40% - близость к дому ➢ 35% - низкий проходной балл ➢ 25% - хорошие отзывы
Соответствие профессии интересам	➢ 35% - профессия не соответствует их интересам или они затрудняются ответить
Образовательные ожидания	В колледже: ➢ 50% - ценят практическую подготовку ➢ 40% - возможность получить дополнительную профессию 30% - совмещение учёбы и работы. После колледжа: ➢ 45% - планируют трудоустройство ➢ 30% - обучение в вузе
Информированность о проекте «Профессионалитет»	➢ 60–70% - не знают о проекте ➢ 10% - обучаются по программам ФП «Профессионалитет» (Сварочное производство, отрасль «Машиностроение»)
Удовлетворённость и рекомендации	65% - рекомендуют колледж Основные причины отказа: плохое отношение педагогов, низкая стипендия, неинтересная профессия.

Исследование_Работодатели

Количество респондентов: 20 человек (отрасль «Туризм и сфера услуг»)

Ключевой вывод исследования	Основные показатели вывода
Высокий уровень доверия	100% работодателей удовлетворены оперативностью обратной связи и готовностью колледжа к партнёрству
Главный дефицит выпускников	75% - нехватка инициативности и самостоятельности 25% - не умеют работать в команде 25% - не умеют решать нестандартные задачи 10% - не владеют современными технологиями
Запросы к формам взаимодействия	Наиболее востребованы: 75% - совместные проекты и кейсы 50% - онлайн-платформа для вакансий и практик 25% - совместные лаборатории, регулярные встречи с преподавателями
Желаемые сервисы от колледжа	Работодатели заинтересованы в базе выпускников с портфолио, информационных рассылках, онлайн-заказе практик, консультациях по кадровому планированию.
Барьеры взаимодействия	Выделены три основные проблемы: несоответствие учебных программ требованиям производства отсутствие обратной связи по трудоустройству выпускников недостаточная информированность о возможностях партнёрства.
Готовность к совместным проектам	75% работодателей готовы участвовать в совместных инициативах

Исследование_Родители

Количество респондентов: 118 человек

Ключевой вывод исследования	Обоснование вывода
Доминирование интернета как источника информации	✓ 70–80% - получают сведения о профессиях из интернета ✓ 30 – 40% - школа ✓ менее 10% - профориентационные мероприятия
Низкий уровень информированности	✓ Более 60% - оценивают свою информированность как низкую или среднюю ✓ 10% - высокая информированность
Ключевые дефициты информации	50% - требований к поступлению 40% - данных о востребованности и зарплатах 30% - содержания профессий 20% - профориентационных тестов
Незнание проекта «Профессионалитет» и колледжа	ФП «Профессионалитет»: 60 - 70% - не знают о проекте; менее 10% - хорошо информированы. Колледж им. Омельченко: 50 - 60% не знают, менее 10% - хорошо знают.
Основные запросы родителей	Условия поступления и обучения, перечень специальностей, информация о практике и трудоустройстве
Основные трудности	Неопределённость ребёнка, проходные баллы, вопросы трудоустройства после обучения, финансовые аспекты.
Запрос на профориентацию	Нужны валидные тесты, честная информация о рынке труда, прямые встречи с профессионалами и представителями колледжей.
Информационный разрыв	Школа и интернет не дают системных ответов; колледж и проект «Профессионалитет» практически неизвестны.

Исследование_Школьники

Количество респондентов: 245 человек

№	Ключевые выводы исследования	Обоснование выводов
1	Низкая информированность	70% школьников оценивают свою информированность о профессиях и образовательных возможностях как «среднюю» или «низкую» Высокий уровень информированности - редкость
2	Источники информации	Главные каналы: школа (особенно у младших), родители, интернет (у старших). Профориентационные мероприятия практически не используются
3	Парадокс профориентации	Школа – основной источник, но уровень информированности остаётся низким: форматы профориентации неэффективны
4	Дефицит информации	Наибольший запрос: зарплаты и условия труда, содержание профессий, требования к поступлению
5	Незнание ФП «Профессионалитет»	70% учащихся не знают о проекте, только единицы – хорошо информированы
6	Интересы и трудности выбора	Интересы размыты (дизайн, IT, повар, автомеханик, медицина, силовые структуры) Главные трудности: не могут определиться, не знают, куда поступать, страх не сдать ОГЭ, боязнь ошибки
7	Запрос к колледжу	✓ условия поступления и обучения ✓ информация о практике и трудоустройстве ✓ перечень специальностей ✓ не интересуют стоимость и отзывы
8	Психологический аспект	высокая тревожность и неопределённость при выборе пути

Исследование_Педагоги колледжа

Количество респондентов: 59 человек

Ключевой вывод исследования	Обоснование вывода	
Высокая важность, но средняя готовность	70% педагогов считают профориентацию очень важной	60% оценивают свою готовность к такой работе на 4–5 баллов
Регулярность работы	55% - регулярно занимаются профориентацией 35% - эпизодически	7% - не занимаются, но хотели бы 3% - не занимаются и не планируют
Основные трудности	60% - слабая мотивация школьников 55% - недостаток времени 25% - нехватка информации о потребностях школ	20% - отсутствие методических материалов 15% - слабая поддержка администрации
Эффективные формы	80% - экскурсии на предприятия и в мастерские 70% - открытые уроки и мастер-классы 45% - профессиональные пробы	40% - мероприятия в школах 30% - конкурсы и проекты
Запросы на поддержку	60% - информационных материалах для школьников и родителей 55% - мотивационных стимулах 45% - помощи в организации выездов и встреч	40% - обучающих семинарах и тренингах 35% - методических рекомендациях
Готовность к инициативам	45% - готовы вносить предложения при наличии поддержки и ресурсов 20% - уже имеют конкретные идеи	25% - предпочитают работать по утверждённым программам 10% - не готовы, но хотели бы
Типология педагогов	активные профориентаторы – 30% ситуативные – 45%,	формальные/пассивные – 20% скептики – 5%

SWOT-анализ

Сильные стороны

- Гарантированное трудоустройство
- Взаимодействие колледжа с опорными предприятиями
- Современная МТБ
- Достаточно высокий уровень подготовки выпускников
- Качество реализации программ ПО для школьников

Слабые стороны

- Низкая мотивация выбора профессионального пути (в приоритете – близость к дому)
- Низкая информированность о деятельности колледжа (в том числе УПК)
- Мало информации о карьерной траектории выпускников
- Гибкие навыки у студентов слабо сформированы
- Недостаточно информации о программах ПО
- Несоответствие ОП требованиям реального рынка труда

Возможности

- Создание условий для практико-ориентированных занятий
- Высокий уровень квалификации педагогических кадров
- Участие работодателей в проведении занятий (практическая подготовка)
- Индивидуальный УП для совмещения учебы и работы по профилю подготовки
- Организация встреч с работодателями
- Организация коворкинг-зон для студентов

Угрозы

- Практический нет информации о колледже и его деятельности в СМИ
- Отрицательные отзывы в социальных сетях
- Высокая вероятность изменения кадровой потребности у работодателей

Управленческие решения на основе SWOT-анализа

SO

«Живые» мастер-классы на базе МТБ

Привлечение родителей к практико-ориентированным занятиям школьников

Привлечение работодателей к проведению профессиональных проб

Опираясь на высокую готовность к партнёрству колледжа с работодателями, запустить совместные кейсы и проекты

ST

Медиацентр размещает 2 публикации + 1 сюжет о деятельности колледжа

Привлечение заинтересованных педагогов в работу "с возражениями«

Медиа-атака «Внутрянка»: использовать современную МТБ и успехи студентов, чтобы создать контент для СМИ

Демонстрация результата: активно публиковать статистику трудоустройства (Гарантированное трудоустройство - S), чтобы показать несостоятельность «Отрицательных отзывов» (T) фактами.

WO

Карьерный лифт для школьников

Привлечение внешних практиков

Зонирование и комфорт (создать зоны коворкинга / отдыха силами студентов)

Мотивация через доп. навыки

Через совместные проекты с работодателями развивать инициативность и командную работу – включить в ОП проектную деятельность от бизнеса

WT

Инфо-кампания «Профессионалитет»

Работа с родителями: чат-боты с информацией; памятки о карьерном развитии; информированный родитель = меньше негатива

Актуализировать ОП до конца 2026, иначе риск отказа работодателей возрастёт