

**"Методические рекомендации по организации и проведению
информационной кампании по вопросу приема на целевое
обучение" (утв. Минобрнауки России 04.02.2025 N КМ/15-вн)**

Утверждаю

Заместитель Министра науки

и высшего образования

Российской Федерации

МОГИЛЕВСКИЙ К.И.

от 04.02.2025 N КМ/15-вн

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. N 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. N 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 внерыночного закрытия кадровых дефицитов (для работодателей).

Основные послылы 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 послылы 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 развилки 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. Рекомендуются 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).