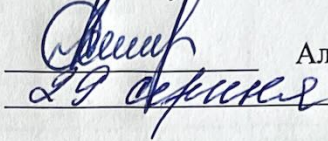


ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор комунального закладу
професійної (професійно-технічної) освіти
«Київський професійний коледж
цивільного будівництва»


Алла НОВАК
29 березня 2025

План роботи ЦРК
комунального закладу професійної (професійно-технічної) освіти
«Київський професійний коледж цивільного будівництва»
на 2025-2026 н.р.

№ зп	НАПРЯМ РОБОТИ	Ключові показники ефективності (КРІ)	Ресурси	Термін виконання	Відповідальний
	I. ПРОФЕСІЙНА ОРІЄНТАЦІЯ				
	Стратегічна мета напрямку: сприяти популяризації робітничих професій коледжу через проведення профорієнтаційної роботи, підвищувати імідж закладу, виконати регіональне замовлення на навчальний рік				
	Основні завдання напрямку: 1. Проводити профорієнтаційні заходи для виконання регіонального замовлення 2. Активізувати залучення педагогічних працівників закладу та здобувачів освіти до проведення профорієнтаційної роботи 3. Здійснювати інформаційне просування закладу освіти у соціальних мережах шляхом створення якісного контенту в інтернет мережах, популяризації професій, освітніх програм та підвищення впізнаваності бренду закладу 4. Сформувати впізнаваний бренд закладу освіти та здійснювати його просування через рекламу і комунікаційні кампанії				
	Ключові стейхолдери напрямку: здобувачі освіти, педпрацівники, випускники, бізнес-партнери, роботодавці, волонтери, ГО, Центр зайнятості, школи, батьки				
	ПЛАН ЗАХОДІВ:				
I.	1. Зустріч з успішними випускниками	5 зустрічей, 300 учасників, залучити 10% випускників	актова зала, проектор, випускники	протягом року	керівник ЦРК
	2. Проводити Дні відкритих дверей на базі коледжу та виїзні профорієнтаційні заходи у ЗОШ м.Київ та Київської області	15 заходів, 1500 учасників, плануємо 10% абітурієнтів від загальної к-ті охоплених	буклети, брендова продукція. мультимедійна дошка, проектор, екран, ПК	протягом року	керівник, працівники ЦРК,

	3.Брати участь та організовувати ярмарки професій	відвідати 5, провести 3, охопити 800 учасників, плануємо 13% вступників	банери, буклети, роздаткові матеріали, власна продукція, мультимедійна дошка	листопад, травень	координатор и ЦРК
	4. Проводити професійні майстер-класи у рамках предметних тижнів з різних професій	15 заходів, 1500 учасників, плануємо 15% вступників	обладнання для майстер класів, інструмент, банер, тренажер, мультимедійна дошка	протягом року згідно графіку	Керівник, координатор и ЦРК
	5.Проводити профорієнтаційні квести, внутрішні конкурси фахової майстерності на базі коледжу	15 заходів, 1500 учасників, 15% вступників	анкети, мультимедіа, канцтовари, роздатковий матеріал	протягом року згідно графіку	педагогічні працівники, координатори ЦРК
	6.Проводити анкетування, діагностування, бесіди, консультування	15 заходів, 1500 учасників. плану 10% вступників	матеріали для профорієнтації	жовтень-червень	практичний психолог
II.	1.Створити мобільні групи для проведення профорієнтації серед здобувачів освіти ЗЗСО	10 груп по 10 учасників. охопити 75 шкіл з міста і області. 3500 школярів. план - 23% вступників	автомобілі, бензин, гроші, банер, роздатковий матеріал, проектор, ПК, матеріал для проведення майстер-класів	щотижня, протягом року	педагогічні працівники координатори и ЦРК
	2.Залучити більшу кількість волонтерів, амбасадорів для профорієнтаційної роботи	25 учасників освітнього процесу, 250 учасників охопити, 25 залучити, 20% вступників	волонтери, гроші, актовий зал, проектор, ПК	протягом року	керівник ЦРК
	3. Розподілити обов'язки між працівниками ЦРК щодо реалізації завдань з різних напрямків профорієнтаційної роботи	35 працівників, 23% вступників	приміщення, матеріальне забезпечення	вересень-жовтень	керівник, працівники ЦРК,

	4. Закріпити педагогічних працівників коледжу за ЗОШ м. Києва, Київської області	75 педагогічних працівників закріпити по дві школи, можливість охопити 150 шкіл	Інформаційний, рекламний, роздатковий матеріал, внутрішній наказ, людський ресурс	жовтень	керівник ЦРК
	5. Провести профорієнтаційну естафету між працівниками коледжу «Обмін кращими практиками та досвідом проведення профорієнтаційної роботи»	50 учасників, охопити 150 учнів	Конференс-зала, грамоти, заохочувані подарунки, ПК, проектор	листопад-грудень	педагогічні працівники, оординатори ЦРК
	6. Проводити профорієнтаційні тимбілдінги для здобувачів освіти і педагогічних працівників з метою розвитку навичок командної роботи та мотивації, поглиблення знань про сучасні методики консультування та діагностики	100 учасників, ефективно профорієнтовані більше 90%	приміщення, канцтовари, тематичне обладнання, роздаткові матеріали	листопад, лютий, квітень	практичний психолог, працівники ЦРК
III.	1. Організовувати та проводити профорієнтаційні заходи спільно з партнерами	залучити 10 партнерів	конференц-зал, ноутбук, мікрофон	протягом року згідно графіку	керівник ЦРК, координатори
	2. Організовувати екскурсії здобувачів освіти ЗЗСО на виробничі підприємства та організацій, які є партнерами закладу освіти	5 екскурсій, 100 учасників	автобус, паливо	протягом року згідно графіку	педагогічні працівники, координатори ЦРК
	3. Надати профорієнтаційний майданчик для проведення інформаційних заходів, навчальної практики для бізнес-партнерів	10 заходів, охопити 1500 учнів	приміщення, проектор, столи, канцтовари, стільці, кавашина	протягом року згідно графіку	керівник ЦРК

	4.Створити Профорієнтаційний Хаб за участі бізнес-партнерів.	10 партнерів, охопити 500 учнів	приміщення, матеріальне оснащення та обладнання. фінансування, реклама	впродовж року	керівник ЦРК, координатори
	5.Організувати інтегровані профорієнтаційні заходи спільно з бізнес-партнерами з метою підвищення публічності та престижу задіяних бізнес- партнерів та забезпечити взаємне інформаційне просування закладу та бізнес-партнерів у медіапросторі	5 заходів, охопити 600 осіб	Приміщення, реклама, інтернет, роздатковий матеріал, банери.	жовтень, грудень, березень	Координатори ЦРК
IV.	1. Забезпечити базову та впізнавану присутність закладу освіти в цифровому середовищі шляхом створення офіційних сторінок у ключових соціальних мережах: Telegram, Facebook, Instagram, Tik Tok.	охопити 3500 людей	інтернет, телефон	впродовж року	Координатори ЦРК
	2.Створити та розмістити у соціальних мережах відео контент, включаючи професійні лайфхаки, для популяризації професій, за якими здійснюється підготовка в закладі освіти	7 відеороликів, охопити 2000 осіб	пз, камера, ноутбук	впродовж року	Координатори ЦРК
	3. Розробити та реалізувати комунікаційну кампанію для залучення студентів та працівників закладу до репостів та поширення офіційних дописів ЗО, з метою збільшення органічного охоплення та підвищення довіри	залучити 250-300 репостів	телефони. інтернет	впродовж року	Координатори ЦРК

	до інформації.				
V.	1.Розробити дизайн і забезпечити друк поліграфічної продукції (буклети, путівники, постери) для інформаційно-реklamних цілей	3000 екземплярів, охопити 3000 осіб	фінанси, реклама	жовтень-грудень	Координатори ЦРК
	2. Поширювати рекламу закладу освіти в медіа просторі	3 ведіоролика, охопити 5000 осіб	фінанси, телебачення, зв'язки з медіа	постійно	Координатори ЦРК
	3. Забезпечити формування, оновлення та доступність банку профорієнтаційних матеріалів та інструментів.	3000 екземплярів, охопити 3000 осіб	буклети, фінанси, постери	постійно	Координатори ЦРК
II. РОЗВИТОК КАР'ЄРНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ					
СТРАТЕГІЧНА МЕТА НАПРЯМКУ: сприяти формуванню та вдосконаленню кар'єрних компетентностей студентів коледжу					
ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ НАПРЯМКУ: 1. Сприяти розвитку професійних (технічних) компетентностей студентів відповідно до потреб сучасного ринку праці (hard skills). 2. Формувати м'яких навичок(soft skills). 3. Формувати навички підприємництва. 4. Фомувати розвиток навичків самопрезентації . 5. Удосконалювати цифрову грамотність студентів з акцентом на практичне застосування ІКТ у професійній діяльності. 6. Сприяти розвитку професійних (технічних) компетентностей студентів відповідно до потреб сучасного ринку праці (hard skills). 7. Формувати у студентів м'які навички (soft skills), необхідні для ефективної професійної самореалізації, зокрема: комунікацію, командну роботу, емоційну стійкість, самопрезентацію, професійну гнучкість та адаптивність до змін. 8. Розвивати підприємницьке мислення та навички реалізації власних ініціатив у сфері бізнесу чи самозайнятості					
КЛЮЧОВІ СТЕЙКХОЛДЕРИ: роботодавці, працівники ЦЗ, випускники, адміністрація, практичний психолог, батьки					
ПЛАН ЗАХОДІВ:					

I.	1.Провести майстер-класи із залученням роботодавців щодо ознайомлення та використання новітніх технологій, обладнання та інструментів у професійній діяльності.	4 майстер-класів, охоплено 240 осіб	нпц з професій транспорт для доставки обладнання, представники бізнесу, обладнання	проягом навчального року згідно графіку	керівник ЦРК, педагогічні працівники
	2.Провести конкурси фахової майстерності з конкретних професій: -слюсар з ремонту колісних транспортних засобів,електрозварник ручного зварювання, -муляр, електрозварник ручного зварювання, -монтажник санітарно-технічних систем і устаткування	3 конкурси, охопити 150 осіб	нпц з 3 професій	проягом року, згідно графіку	педагогічні працівники координатори ЦРК
	3. Зустрічі з успішними випускниками 30	3 заходи, 3 випускники,охоплено 90 осіб	Актова зала	вересень, грудень, березень	керівник ЦРК,практичний психолог
	4.Організувати цикл професіографічних екскурсій на підприємства-партнери для студентів	4 екскурсії, охоплено120 осіб	міський транспорт	протягом року	координатори ЦРК
II.	1.Провести тренінги з ефективної комунікації для студентів 1-2 курсів.	4 тренінги, охопити 80 осіб	Актова зала	жовтень, січень, березень, червень	Практичний психолог
	2.Провести тренінги із використанням кейс-завдань для розвитку командної взаємодії у студентів 1-2 курсів.	10 заходів, 10 груп, охопити 150 осіб	актова зала	вересень, грудень	Практичний психолог
	3.Провести захід «Як успішно пройти співбесіду» для студентів 3-го курсу»	6 заходів, охоплено 90 осіб	представник ЦЗ	листопад, лютий	координатори ЦРК, працівники ЦЗ
III.	1.Провести конкурс учнівських бізнес-планів, студенти 3 курсу	1 захід, 6 бізнес-планів, охоплено 60 осіб	навчальні кабінети	грудень	педагогічні працівники, координатори ЦРК
	2. Провести воркшоп на тему "Як відкрити свою справу"	1 захід, охоплено 90 осіб	навчальні кабінети, представники ЦЗ	лютий	запрошені тренери, керівник ЦРК

	3. Взяти участь у Дія. Освіта "Фінансова грамотність"	4 заходи, навчальні серіали, охоплено 210 осіб	навчальні кабінети, представники ЦЗ, ПП, ФОП	березень	педагогічні працівники координатори ЦРК
	4. Провести бесіду з розвитку підприємницьких компетентностей для здобувачів освіти «Формування та розвиток навичок малого підприємництва у здобувачів освіти»	1 бесіда на кожен курс, охоплено 70 осіб	Актова зала	жовтень, лютий, травень	запрошені тренери, керівник ЦРК
IV.	1.Провести майстер-клас «Як себе презентувати», студенти 3 курсу	2 заходи, охоплено 60 осіб	Актова зала	грудень	координатори ЦРК, працівники ЦЗ
	2.Провести практичні тренінги із представниками центру зайнятості щодо створення портфоліо для пошуку роботи для здобувачів освіти випускних курсів	1 захід, охоплено 90 осіб	Актова зала, роздатковий матеріал	листопад, квітень	координатори ЦРК, працівники ЦЗ
	3.Провести інтелектуально-розважальну гру для студентів 1-го курсу «Хто я?»	1 захід, охоплено 90 осіб	гуртожиток	вересень	тренери ГО
	4. Написати есе: «Моя участь у відбудові України»	1 захід в кожній групі, охоплено 210 осіб	навчальні каб	листопад	координатори ЦРК
V.	1.Провести майстер-клас «Прокачай своє резюме: як виділитись серед кандидатів», студенти 3-го курсу	1 захід, охоплено 90 осіб	кабінет інформатики	жовтень	викладач спецтехнології
	2.Створення інтерактивної мапи професій майбутнього, студенти 1-го курсу	1 захід, охоплено 30 осіб	кабінет інформатики	грудень	викладач спецтехнології
	3. Провести тренінги зі створення сайту-портфоліо	1 захід, охоплено 90 осіб	кабінет інформатики	лютий, березень	викладач спецтехнології
	4. Організувати серію практичних занять «Digital-інструменти для ефективної самоорганізації (Google Календар)» для	1 захід, охоплено-210 осіб	кабінет інформатики	лютий	координатори ЦРК, викладач спецтехнології

	студентів 1-3 курсів				
ІІІ. СПРИЯННЯ ВИХОДУ НА РИНОК ПРАЦІ					
СТРАТЕГІЧНА МЕТА НАПРЯМКУ: створити ефективну систему, яка б допомагала випускникам успішно інтегруватися на ринку праці та забезпечувала зворотній зв'язок освітнього процесу					
ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ НАПРЯМКУ: 1.Формувати у студентів навички, необхідні для успішного працевлаштування, зокрема: пошуку роботи, написання резюме, проходження співбесід, орієнтація на ринку праці. 2. Розвивати партнерства з роботодавцями, стажування практичного навчання та сприяння працевлаштуванню випускників 3. Надавати кар'єрні консультації щодо вибору професійної траєкторії, складання резюме, побудови індивідуального плану розвитку. 4. Розвивати навички самопрезентації та професійної гнучкості. 5. Здійснювати системний моніторинг працевлаштування випускників, зокрема: збір, аналіз та оновлення даних про кар'єрні траєкторії, рівень працевлаштування та відповідність професійної підготовки потребам ринку праці, ведення системного моніторингу працевлаштування					
КЛЮЧОВІ СТЕЙКХОЛДЕРИ НАПРЯМКУ: студенти, випускники, бізнес, роботодавці, ЦЗ, батьки, органи місцевої влади, ГО, міжнародні донори, ментори					
ПЛАН ЗАХОДІВ:					
I.	1.Провести серію воркшопів спільно з представниками ЦЗ «Професійна освіта і ринок праці: точки дотику»	4 воркшопи, охоплено 120 учнів	приміщення ЦРК, проектор, фліпчарти, роздаткові матеріали	жовтень, грудень, березень	керівник ЦРК, представники ЦЗ
	2.Провести цикл тренінгів з техніки пошуку роботи для студентів коледжу	3 тренінги, охоплено 150 учнів	приміщення ЦРК, проектор, фліпчарти, роздаткові матеріали	грудень, березень, червень	керівник ЦРК, представники ЦЗ
	3.Провести практикум з підготовки і оформлення документів при прийомі на роботу для студентів 3-го курсу	3 практикуми, охоплено 150 учнів	приміщення ЦРК, проектор, фліпчарти, роздаткові матеріали	жовтень, грудень, березень	Координатори ЦРК
	4.Провести серії зустрічей із працівниками соціальних служб із безпечного працевлаштування для студентів 3-го курсу	3 зустрічі, охоплено 150 випускників	конференц-зал, мультимедійна дошка	листопад, січень, квітень	керівник ЦРК

	5.Провести симулятори співбесід з роботодавцями	6 групових занять, охоплено 150 осіб	кабінет ЦРК	протягом року	Координатори ЦРК
II.	1.Провести дослідження регіонального ринку праці для виявлення потенційних партнерів та ідентифікації перспективних напрямів співпраці	за результат моніторингу визначено 15 стейкхолдерів	інтернет-ресурси	грудень, квітень	координатори ЦРК
	2.Підписати договори про співпрацю з роботодавцями (або потенційними партнерами)	підписати 4 договори	проекти договорів	протягом року	Координатори ЦРК
	3.Провести анкетування роботодавців щодо вимог до сучасного робітника	Опрацювати 30 анкет та провести аналіз	інтернет ресурси	жовтень, березень	Координатори ЦРК
	4. Провести ярмарок вакансій, дні кар'єри, стажування учнів	2 ярмарки, охоплено 200 осіб, 2 дні кар'єри , охоплено 360 осіб, стажування , охоплено 56 осіб	хол коледжу, мультимедій на дошка	листопад-червень	керівник ЦРК
	5. Провести тренінг для роботодавця «Зрозумій сучасного підлітка»	2 тренінги, охоплено 15 роботодавців	Актова зал, мультимедійну дошка, роздатковий матеріал	листопад-червень	Практичний психолог
III.	1.Провести практикуми з випускникам щодо складання індивідуального кар'єрного маршруту для студентів 3-го курсу	5 практикумів, охоплено 150 осіб, створено 110 кар'єрних маршрутів	тренер, приміщення црк, мультимедійну дошка, роздатковий матеріал, канцтовари	жовтень-березень	Практичний психолог
	2. Провести індивідуальні кар'єрні консультації	проведено 150 індивідуальних консультацій	приміщення црк, ЦЗ	протягом року	Практичний психолог
	3. Провести серію тренінгів з визначення короткострокових та довгострокових кар'єрних цілей для здобувачів освіти.	проведено 6 тренінгів, охоплено 150 випускників	приміщення црк,мультимедіа,фліпчарти, роздатковий матеріал	жовтень, березень	Практичний психолог

	4. Провести зустрічі з успішними випускниками з метою інформування здобувачів освіти про можливості кар'єрного зростання, шляхи реалізації професійного потенціалу та очікування ринку праці, для обміну досвідом, налагодження професійних контактів та сприяння стажуванню/працевлаштуванню студентів	проведено 12 зустрічей, охоплено 150 випускників, кожен випускник відвідав не менше 3-х зустрічей	успішні випускники, приміщення, смаколики, кава, мікрофон, скринька для запитань	протягом року	керівник ЦРК
IV.	1.Провести майстер-класи «Як себе презентувати роботодавцю» та «Як себе презентувати» для студентів 3-го курсу	6 майстер-класів, охоплено 150 осіб	приміщення црк, мультимедіа	листопад, квітень	Практичний психолог
	2. Провести серію ділових ігор з розвитку професійної комунікації для студентів 3-го курсу.	6 заходів, охоплено 150 випускників	приміщення црк, роздатковий матеріал	жовтень, березень	тренери, практичний психолог
	3.Провести групові заняття «Професійна гнучкість - запорука успішного працевлаштування»	6 групових занять, охоплено 150 учнів	приміщення ЦЗ	листопад, березень	тренери, практичний психолог
V.	1. Провести анкетування випускників та роботодавців для оцінки якості освітнього процесу та ефективності працевлаштування, анкетування роботодавців з метою вивчення актуальних вимог до професійних та особистісних якостей сучасного кваліфікованого робітника, для отримання зворотного зв'язку щодо якості підготовки випускників	проведено анкетування 130 випускників та 15 роботодавців	інтернет-ресурси	жовтень-лютий	координатори ЦРК, практичний психолог

	2.Здійснити аналіз отриманих даних анкетування роботодавців та опитування випускників для оцінки якості підготовки та ефективності кар'єрних послуг.	проаналізовано, складено діаграми	програмне забезпечення	вересень-грудень	координатори ЦРК, практичний психолог
	3. Розробити та подати адміністрації пропозиції щодо спільних заходів для усунення виявлених недоліків у підготовці здобувачів освіти та організації кар'єрних послуг.	розроблено план спільних заходів	людські та інтернет ресурси	грудень	координатори ЦРК, практичний психолог
ІV. ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ					
СТРАТЕГІЧНА МЕТА НАПРЯМКУ: підвищити позитивний імідж закладу освіти					
ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ НАПРЯМКУ: 1. Забезпечити присутність ЗО на актуальних освітніх профорієнтаційних платформах . 2. Покращити впізнаваність ЗО у соцмережах(фб, тік-ток, інстаграм, телеграм) 3. Розширити мережу ЗМІ, в яких поширюється інформація про ЗО. 4. Взяти участь в соціальних міських заходах на міському рівні 5. Здійснити модернізацію сайту					
КЛЮЧОВІ СТЕЙКХОЛДЕРИ НАПРЯМКУ: роботодавці,ЗО, ЗМІ, маркетологи, громада, випускники,адміністрація міста,здобувачі освіти, батьки,ГО, організатори соціальних проєктів, центр зайнятості					
ПЛАН ЗАХОДІВ:					
I.	1.Провести аналіз існуючих освітніх онлайн-платформ з метою визначення найбільш доцільних для представлення закладу освіти	Обрання з платформ найдієвіших	аналітики ЦРК, залучення зовнішніх експертів	вересень-жовтень	координатори ЦРК
	2. Підготувати та адаптувати актуальний інформаційний контент про заклад освіти для розміщення на обраних платформах	інформативність сторінки	людський, технічний	протягом року	координатори ЦРК
	3.Розмістити інформацію про ЗО на визначених освітніх платформах	інформація розміщена на сайті	людський, технічний	протягом року	координатори ЦРК

	4. Забезпечити регулярне оновлення інформації про заклад освіти на освітніх платформах для підтримки її актуальності	актуальність інформації, оновлення 1 раз в місяць	людський, технічний	протягом року	координатори ЦРК
	5. Здійснювати моніторинг відвідуваності сторінок закладу освіти на онлайн-платформах для оцінки ефективності онлайн-присутності	перегляд сторінки не менше 2000 осіб на місяць	людський, технічний	постійно протягом року	координатори ЦРК
II.	1. Здійснити моніторинг і аналіз присутності та активності закладу освіти в соціальних мережах	сформована база за якісними і кількісними показниками	людський, технічний	постійно протягом року	координатори ЦРК
	2. Здійснити сегментацію соціальних мереж за типами цільової аудиторії та адаптувати інформаційний контент відповідно до особливостей кожної платформи	скласти перелік користувачів соцмереж	людський, технічний	постійно протягом року	координатори ЦРК
	3. Визначити ключові меседжі для створення таргетованої реклами	отримання рекламного контенту	людський, технічний, фінансовий	постійно протягом року	координатори ЦРК
	4. Розмістити таргетовану рекламу в соцмережах	наявність 300 публікацій з повторенням 20%	людський, технічний, фінансовий	постійно протягом року	координатори ЦРК
	5. Провести аналіз результатів рекламних кампаній за ключовими показниками ефективності (охоплення, взаємодія, переходи)	к-ть поширень, лайків, переглядів у порівнянні (+20%)	людський, технічний, цифровий	кожний квартал	координатори ЦРК
III.	1. Провести аналіз популярних місцевих ЗМІ для вивчення аудиторії та потенційного рівня висвітлення діяльності закладу освіти	вибір 3-5 ЗМІ для поширення інформації	людський	постійно протягом року	координатори ЦРК

	2. Налагодити комунікацію та провести перемовини з представниками ЗМІ щодо можливостей співпраці.	укладено 3 угоди про співпрацю	людський, технічний фінансовий, договори про співпрацю	до грудня	керівник ЦРК
	3. Визначити ключові інформаційні меседжі для цільової аудиторії ЗМІ та підготувати відповідні PR-матеріали.	створено 3 якісні контенти (репортажі)	людський, технічний фінансовий	постійно протягом року	координатори ЦРК
	4. Сприяти публікації інформаційних матеріалів про заклад освіти у друкованих та електронних ЗМІ.	наявність по 1 публікації у обраних ЗМІ на рік	людський, технічний, фінансовий	постійно протягом року	координатори ЦРК
	5. Здійснювати моніторинг ЗМІ з метою виявлення згадок про заклад освіти, аналізу їх тональності та інформативності.	к-ть охоплення аудиторії не менше 2500 осіб	технічний	постійно протягом року	координатори ЦРК
IV.	1. Визначити перелік актуальних регіональних соціальних ініціатив і заходів, у яких доцільна участь закладу освіти.	участь в 5 спільних закладах	людський, технічний	кожний квартал	координатори ЦРК
	2. Підготувати план участі в обраних заходах з урахуванням цільової аудиторії та формату подій.	прийняти участь в 5 заходах	людський, технічний	до грудня	координатори ЦРК
	3. Розробити та реалізувати власні профорієнтаційні заходи в рамках соціальних програм (ярмарки професій, презентації закладу освіти, профквести, майстер-класи тощо)	5 проведених заходів з охопленням 6000 осіб	людський, технічний фінансовий	до грудня	координатори ЦРК
	4. Проаналізувати результати участі у 5 профорієнтаційних заходах	позитивні відгуки щодо заходу не менше 60%	технічний, людський, фінанси	кожний квартал	координатори ЦРК
V.	1. Провести аналіз актуальності інформації діючого	проаналізувати розділи сайту, виявити	технічний, інтернет, людський	до січня	керівник ЦРК

	сайту за рік	неактуальні			
	2.Скласти перелік інформаційних блоків, що потребують оновлення або доповнення.	оновлення 50% інформації на сайті	технічний, інтернет, людський	постійно протягом року	координатори ЦРК
	3. Оновлювати інформаційний контент для розміщення на сайті закладу (тексти, фото, документи, оголошення тощо).	відповідність інформації стану діяльності 30	технічний людський	постійно протягом року	координатори ЦРК
	4.Здійснювати моніторинг ефективності функціонування сайту закладу освіти	кількість відвідування сайту не менше 3000 осіб	технічний людський	постійно протягом року	координатори ЦРК