

УДК 159.9

**НЕОБХОДИМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ  
РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ ПРИ ПОСТРОЕНИИ  
ЛИЧНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ  
NECESSARY COMPETENCES FOR FORMATION OF  
THE REPRESENTATIVENESS OF STUDENTS DURING  
CONSTRUCTION  
PERSONAL PROFESSIONAL PROSPECT**

*ТЕРЕХИНА А.В., ХАБИБУЛИНА В.Н., ХАЙБУЛОВ И.Д.*

*TEREKHINA A.V., HAVIBULINA V.N., HAYBULOV I.D.*

*ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ-ФИЛИАЛ ФГОУ ВПО «УЛЬЯНОВСКАЯ ГСХА»*

*THE TECHNOLOGICAL INSTITUTE-THE BRANCH OF THE ULYANOVSK STATE  
ACADEMY OF AGRICULTURE.*

*The article discusses some problems relating to competences, the competent person, changing demands of the labor market, professional self-determination, presents the basic theory of the competence approach.*

Молодой специалист на сегодняшний день – носитель набора профессиональных и ключевых компетенций, которые определяют его успешную адаптацию в обществе. Выпускник представляет собой результат модернизированной образовательной системы, использующей компетентностный подход. Под компетентностью при этом понимается «способность действовать в ситуациях неопределенности», «мобильность знаний, гибкость и критичность мышления, выраженная в знаниях, умениях и навыках», «способность к осуществлению практических деятельностей, требующих наличия понятийной системы».

Актуальность компетентностного подхода в образовании обусловлена функциями, которые выполняют ключевые и профессиональные компетенции в жизнедеятельности каждого человека. Это:

- формирование у человека способности обучаться и самообучаться;
- обеспечение выпускникам, будущим работникам большей гибкости во взаимоотношениях с работодателями;
- закрепление репрезентативности, а, следовательно, нарастающей успешности (устойчивости) в конкурентной среде обитания.

Анализ сегмента рынка труда молодых специалистов показывает, что у вчерашних студентов имеются личные недоработки, которые выявляются как раз в период трудоустройства. Ошибки, допускаемые выпускниками.

1. Подавляющее большинство выпускников помимо учебы в вузе, больше ничего не видят: люди не развиваются. Они не знают, что можно получать дополнительное образование, посещать семинары, тренинги, конференции, курсы. Это легко выявляется на собеседовании и является сдерживающим фактором для работодателей. Они прекрасно понимают, что молодого специалиста придется

какое-то время обучать, поэтому предпочитают брать на работу специалистов, у которых есть базовые навыки и опыт.

2. Выпускники практически не читают профессиональной литературы. А ведь знания, полученные таким образом, тоже являются дополнительным бонусом для соискателя. Также молодые специалисты ничего не знают о тенденциях современного бизнеса, о ситуации с трудовыми ресурсами в регионе, городе. Это очень ощутимый пробел.

3. Кризисная ситуация с прохождением практик и стажировок: легко выявить, что у 80% выпускников они фиктивные. То есть, вместо того, чтобы действительно получать практический опыт, люди попросту ставили себе «липовые» печати либо проходили практику абсолютно формально, занимаясь совсем не тем, что может пригодиться в будущем. Это тоже говорит о том, что у выпускников нет понятия о том, что даже минимальные навыки дают возможность быть конкурентоспособным в лице работодателя.

4. Мало закончить учебное заведение – нужно еще уметь продать себя. Около 60% из вчерашних студентов не имеют представления о том, как выгодно себя преподнести и провести самопрезентацию.

Таким образом, исходя из имеющихся в данном сегменте рынка труда противоречий, можно выделить следующие значимые для трудоустройства молодого специалиста составляющие:

1. Владение компетенцией самоменеджмента. (Наличие выстроенной стратегии дальнейшего образовательно-карьерного роста).

2. Владение самомаркетинговой и информационно-коммуникативной компетенцией.

Составление стратегии дальнейшего образовательно-карьерного роста (построение личной профессиональной перспективы) для выпускника вуза – наиважнейшее условие успешного социального роста и продвижения по карьерной лестнице. Необходимыми элементами личной стратегии являются:

1. Четкое представление о том, кем бы вы хотели работать в ближайшие годы;

2. Долгосрочный план карьеры и представление о том, кем бы хотели быть через пять или десять лет;

3. Наличие двух-трех альтернативных вариантов выбора направления деятельности;

4. Возможности и дальнейшие способы расширения профессиональных возможностей и собственного образования и развития.

В сегодняшнем динамично меняющемся мире активно используются приемы селфменеджмента (другое название – самоменеджмент или персональный менеджмент). Использование этих приемов на этапе построения собственной траектории жизни помогает молодым людям ставить, корректировать и реализовывать перспективы своего развития (профессионального, жизненного и личностного), рассматривать себя развивающимися во времени и в жизнедеятельности.

В концепции самоменеджмента предлагаемой группой российских ученых под руководством профессора С.Д.Резника (члена президиума Учебно-методического объединения вузов России по образованию в области менеджмента) разработана *Технология поиска и использования жизненных целей*, направленная на определение жизненных целей, их утверждение, приведение в

действие [3, с. 73]. Она состоит из семи последовательных шагов: прояснение потребностей, прояснение возможностей, принятие решения о том, что вам нужно, выбор, уточнение цели, установление временных границ, контроль своих достижений.

Самомаркетинговая компетенция помогает найти работу в первый раз, ускорить продвижение по службе в компании, перейти на новое место или расширить бизнес, если имеется собственное дело. Самомаркетинг - элемент «рыночной компетентности» любого специалиста, умение анализировать и прогнозировать ситуацию на рынке труда, конъюнктуру спроса и предложения по своей профессии и на основе этого - превращать свою «рабочую силу» в выгодный, умение организовывать рекламу самого себя на рынке труда. Составляющими самомаркетинговой компетенции являются:

1. Настрой на инвестиции в личный потенциал.
2. Самопознание.
3. Самореклама и самопрезентация.
4. Коммуникативно-информационная составляющая.

Для освоения этих компетенций в учебном процессе фиксируется необходимое и достаточное количество реальных объектов коммуникации и способов работы с ними, особенно, для студентов экономических специальностей каждой ступени обучения в рамках каждой образовательной области. Но более актуально проблема приобретения вышеперечисленных компетенций встаёт, конечно, на последних курсах обучения и для студентов всех специальностей. Именно тогда начинается активная и осознанная работа будущих специалистов по приобретению и развитию самомаркетинговых компетенций.

На базе Технологического Института (филиала) ГОУ ВПО «Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия» работает молодёжный «Бизнес-кубатор», где осуществляется формирование и развитие предпринимательских качеств студентов, получение практических навыков при создании малых предприятий, оказывается информационно-консультационная помощь студентам и выпускникам при открытии ими малого бизнеса, **информирование о положении на региональном рынке труда.**

Таким образом, молодой специалист сегодня – это не только результат системы образования, усвоивший узкоспециальные знания, но и активный субъект своей жизнедеятельности, предпринимающий действия для самообразования, для повышения и расширения круга своих компетенций. Их умелое использование, несомненно, приведёт к успеху в конкурентной борьбе за рабочее место.

#### Литература:

1. Пряжников, Н.С. Психологический смысл труда: Учебное пособие к курсу «Психология труда и инженерная психология» — М.: Издательство «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1997. — 352 с.
2. Трудоустройство выпускников: анализ ситуации на рынке труда <http://www.interfax.by/article/12270>
3. Резник, Д.С. Персональный менеджмент: Учебник / Д.С. Резник, С.Н. Соколов, Ф.Е. Удалов, В.В. Бондаренко. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 622 с.