

Тренінгова програма для біженців з України, яка готує їх до ролі тренерів у сфері кар'єрного консультування.

приблизно 10 годин на підготовку матеріалів

20 годин на проведення тренінгу.

Тренер з України отримає підтримку у вигляді тренінгу за:

I. ВЛАСНІ РЕСУРСИ 8 год

1. Перевірка власних компетенцій, інтересів і професійних талантів на основі психологічних та інтересних тестів і загальні таланти,
2. Планування розвитку кар'єри
3. Правильний вибір професії
4. Які документи необхідні для початку роботи

II. ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ПРАЦІ В ПОЛЬЩІ 6 год

1. Інформація про ситуацію на ринку праці
2. Допомога в написанні аплікаційних документів, процес співбесіди
3. Пошук роботи
4. інформація про те, як українці можуть отримати роботу в Польщі

III. ПОНЯТТЯ ВЛАСНОЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 6 год.

1. Принципи ведення бізнесу
2. Форми оподаткування
3. Організаційно-правові види господарської діяльності
4. Інститути підтримки економічної діяльності

I. ВЛАСНІ РЕСУРСИ

Якщо дивитися на кар'єру як на подорож, то можна побачити в ній три основні елементи: інтереси, здібності та цінності. Інтереси підказують нам, у якому напрямку рухатися, здібності - скільки часу знадобиться для досягнення кінцевої мети, і, нарешті, цінності - чи варто взагалі йти на цю подорож.

Цінності можуть мати різні значення залежно від людини. Деякі пов'язані з ідеалами, які самі по собі хороші – їх називають абсолютними цінностями. Інші цінності стосуються поведінки та ставлення до інших людей - це інструментальні цінності. Цінності змінюються з віком, досвідом і життєвою ситуацією. Оцінка власної ієрархії цінностей є елементом стратегії визначення правильного життєвого вибору, слугує розвитку самосвідомості людини, що особливо корисно у формуванні мотивації до праці.

Поняття цінності неоднозначне і важко піддається визначенню. Вони можуть бути інтуїтивно пов'язані з прагненнями та бажаннями, а також визначаються як принципи, норми та переконання. Вони проявляються у прагненні або ухиленні від отримання благ. Це можуть бути матеріальні блага - наприклад, гроші, автомобіль, будинок, або нематеріальні блага - наприклад, престиж, влада, стабільність. Роблячи професійний вибір, людина часто оцінює переваги роботи в конкретному середовищі, галузі чи професії.

Прагнення ж найчастіше визначають як плани, потяги, прагнення, наміри з сильно вмотивованим постулатом реалізації, як «прагнення, наміри, бажання, побажання, потреби та інтереси індивіда, які він планує реалізувати в майбутнього, які впливають на його поведінку та плани, і вони зумовлюють її подальший життєвий шлях, які зумовлені факторами психологічного, соціологічного та педагогічного характеру.

1. Компетентність

Вивчення компетенцій допомагає людині в особистому розвитку та озброює її засобами для прийняття рішень щодо власної кар'єри. Водночас за допомогою методів активізації розширює горизонти професійних можливостей. Це допомагає відповісти на запитання: «Хто я і куди йду?»

У балансі компетенцій предметом інтересу є певне коло навичок і характеристик особи, тобто доведена здатність особи виконувати діяльність, що веде до досягнення запланованого результату, а не її формальна кваліфікація та тип підприємство, на якому працювала особа. Для цілей балансу важливо визначити, що людина знає і чого вона може навчитися.

Про компетенції говорять, порівнюючи їх з айсбергом, видима частина якого — лише вершина. Компетенції не існують ізольовано від поведінки – це концепція, яка об'єднує різні типи поведінки. Наприклад, про людину, яка веде переговори – називає власні інтереси та інтереси співрозмовників, ставить запитання, які змушують її точно пояснити причини своєї позиції та добре захищається від спроб тиску, – можна сказати, що ця людина «може» вести переговори". Іншими словами, він має компетенцію «вести переговори». Таким чином, про компетентність можна зробити висновок лише з набору поведінки, яку можна спостерігати. Значна частина «айсберга» прихована «під водою» – це мотивації, схильності, риси особистості людини та її власний імідж.

2. Кваліфікація

Кваліфікація - специфічні професійні, технічні навички, набуті в процесі навчання. Вони відносяться до здатності виконувати певну роботу, можуть бути унікальними і корисними лише в даній професії.

Приклади: бухгалтерський облік, комп'ютерне програмування, робота на ткацькому верстаті, фінансове планування, продаж житла, кулінарія, знання теорії електрики, знання анатомії, закони баскетболу.

Протягом життя людина набуває різноманітних навичок, серед яких:

адаптаційні навички – необхідні для збереження роботи – набуті на ранньому етапі життя в сім'ї, потім у школі та через інтенсивну освіту. Вони пов'язані зі способом реагування на навколишнє середовище, здатністю адаптуватися та необхідні для спілкування з іншими людьми, з начальством, для того, щоб добре організувати час і добре розпоряджатися грошима, наприклад, щоб знати, як одягатися на роботу. Приклади: пунктуальність, відповідальність, ентузіазм, доброзичливість, ініціативність, креативність, гнучкість, організованість, охайність. Універсальний - корисний в житті і на будь-якій роботі, допомагає при працевлаштуванні; іншими словами: талант, природні здібності або набуті навички. Вони стосуються: даних (швидкий підрахунок), інформації (швидкість асоціювання фактів), речей (механічна здатність) і людей (співчувальна здатність).

Вони корисні в будь-якій роботі - це базові або фундаментальні навички. Приклади: читання, письмо та рахунок, мовлення, оцінка відстані, механічні навички: талант до керування та ремонту машин, швидкість та точність, управлінські здібності, навички планування.

Однією з основних умов заняття професією є т. зв кваліфікації професійні, що визначають обсяг і якість підготовки, необхідної для конкретної роботи, тобто навички та знання, необхідні для виконання завдань на роботі. Через зміни, що відбуваються, відбувається відхід від того, що традиційно називають професійними кваліфікаціями.

замість них вводиться термін компетенції.

Найпростіше розуміння компетенцій описує їх так: «Особистісні схильності у сфері знань, навичок і ставлень, що дозволяють виконувати професійні завдання на належному рівні».

Поняття компетенцій безпосередньо відноситься до теорії **драбини компетенцій**, яка передбачає, що в процесі навчання працівник проходить наступні етапи:

ДРАБИНА КОМПЕТЕНТНОСТІ

Неусвідомлення компетентності

Використовуються наші навички, отримані шляхом наслідування або навчання є автоматичними та ефективними. Завдяки практиці та досвіду, отриманому під час навчання та в житті, певні навички стають другою натурою людини.

МОЖУ, АЛЕ ПРО ЦЕ НЕ ДУМАЮ

Усвідомлення компетентності

У процесі навчання необхідні знання чи навички набуваються та використовуються контрольованим чином. З'являється усвідомлення власних компетенцій

коли людина знає, що робити і як досягти успіху в конкретній сфері.

Такий стан є результатом цілеспрямованих дій, спрямованих на підвищення рівня навичок. Ці дії здійснюються з урахуванням того, які техніки та методи будуть використані. Важливим аспектом цього етапу є практика, під час якої ви вдосконалюєте свої навички та кваліфікацію.

МОЖУ, ЯКЩО ЗВЕРНУ УВАГУ

Усвідомлення некомпетентності

Є усвідомлення відсутності достатніх навичок. Найчастіше це результат події, яка змушує людину зрозуміти, що вона не настільки компетентна, як думала спочатку. Це надзвичайно важливий етап, тому що тоді ти бачиш сфери, які потрібно розвивати в собі та знаходиш мотивацію вчитися.

Я ЗНАЮ, ЩО НЕ МОЖУ

Неусвідомлення некомпетентності

Деякі завдання виконуються неналежним чином, не усвідомлюючи власної некомпетентності. Поки людина не отримає сигналу, вона не знає, що їй потрібно навчитися виконувати ці завдання правильно.

Я НЕ ЗНАЮ, ЩО Я НЕ ЗНАЮ, Я НЕ МОЖУ"

Вершини сходів можна досягти, якщо у вас є компетентність

та активно використовує їх для якісного та результативного виконання поставлених завдань.

Знайомство з рівнем власної професійної кваліфікації, умінь, компетенцій та рис характеру дозволяє зробити правильний вибір майбутньої роботи

II ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ПРАЦІ В ПОЛЬЩІ

За ступенем активності ринок праці поділяється на професійно активних людей, яка включає працюючих людей і людей, які є безробітними, але які активно намагаються люди економічно неактивні, які з різних причин не виявляють прихильності в отриманні роботи.

Професійно неактивний

Дослідження економічної активності населення включає наступні причини залишатися економічно неактивними:

- хвороба, інвалідність;
- вихід на пенсію, навчання, підвищення кваліфікації;
- сімейно-побутові обов'язки;
- вичерпано всі відомі можливості пошуку роботи;
- переконання у неможливості знайти роботу

У Польщі найчисельнішою групою є люди, які пасивні через вихід на пенсію (2013: Польща 6 453 000 осіб;), потім йдуть: освіта, підвищення кваліфікації, хвороба, інвалідність. Найменш численними є причини, пов'язані з вичерпанням усіх відомих можливостей обману на роботі та переконанням у неможливості знайти роботу. У Польщі в 2003-2013 роках спостерігається чітка зміна структури економічно неактивного населення, кількість людей у групах, пов'язаних з наукою та здоров'ям, зменшується на користь пенсіонерів,

ЕФЕКТИВНИЙ ПОШУК РОБОТИ

Успішний пошук роботи вимагає наполегливості, регулярності та послідовності.

Не пропустіть жодної потенційно цікавої пропозиції роботи - вам доведеться шукати нову роботу, де тільки можливо. Також не можна швидко падати духом – навіть відправивши десятки заявок.

Мета: ознайомлення з правилами пошуку роботи.

Тривалість: 10 хв.

Засоби навчання: допоміжні матеріали для вчителя.

Зміст лекції: Лектор, спираючись на допоміжні матеріали, викладає елементи складові успішного пошуку роботи.

Перед початком пошуку роботи варто врахувати:

- як найефективніше шукати роботу?
- хто може нам у цьому допомогти?

Шукаючи роботу, використовуйте всі наявні можливості. Навіть якщо ви деякий час не досягаєте успіху, не зламайте себе. Активно шукаючи роботу, ви отримуватимете цінні знання про вимоги роботодавців, про хід співбесід при прийомі на роботу, або, наприклад, вчитися ефективної самопрезентації. Зрештою, у вас все обов'язково вийде! Щоб ваш пошук роботи був ефективним, ви повинні з самого початку зробити принаймні три припущення:

— Я приділю цьому багато часу. Взаємозв'язок простий – чим більше часу ми «вкладаємо» в діяльність, пов'язану з пошуком роботи, тим швидше ми її знайдемо.

– Буду діяти системно і послідовно.

- Я буду використовувати всі доступні способи і методи, які дозволять мені досягти мети.

Джерела пропозицій роботи:

- родичі та друзі, контакти в спільноті,

- преса,

- портали з працевлаштування (наприклад, www.pracuj.pl, www.gratka.pl, www.jobpilot.pl, www.inforpraca.pl, www.jobs.pl),

- дошки оголошень,

- громадські організації, які професійно займаються рекрутингом,

- районні служби праці,

- агентства з працевлаштування та персонального консультування,

- офіси кар'єри університетів,

- ярмарки вакансій,

- сайти роботодавців.

Мистецтво вибору правильних оголошень про прийом на роботу:

Перш ніж подати заявку, будь ласка, уважно прочитайте оголошення та звертеся з ним на власний досвід. Види оголошень, які розміщують роботодавці та кадрові консалтингові агентства:

Класифіковані оголошення - оголошення, які розміщуються кадровими консультаційними агентствами, що займаються підбором персоналу для своїх клієнтів, які бажають залишитися анонімними. У них не згадується назва компанії, а лише відомості про сферу її діяльності на ринку, наприклад, «велике підприємство фармацевтичної галузі». Причиною розміщення приватних оголошень є небажання деяких роботодавців повідомляти своїх співробітників про зміни в структурі зайнятості, що готуються, або про пошук працівників на посади, які вже зайняті іншими людьми. Таким чином деякі підприємства також приховують від конкуренції інформацію про зміни, нові проекти та експансію на нові ринки.

Оголошення- реклама - справжня мета публікації оголошення про прийом на роботу - це реклама компанії, а не пошук співробітників. Характерні риси: велика назва компанії,

насичена графіка, дуже загальні очікування - немає конкретних вимог, немає інформації про особу, відповідальну за підбір персоналу, великий формат оголошення.

Оголошення - інформація для конкурсу - роботодавець публікує оголошення, фактична мета якого - надати конкурентам певну інформацію або ввести їх в оману, наприклад, про вихід на новий ринок.

Реклама, спрямована на створення баз даних - мета цієї реклами - зібрати з ринку якомога більше персональних даних про кандидатів, які починають свою професійну кар'єру. Характеристики: дуже загальні вимоги.

«Справжнє» оголошення - особливості «справжнього» оголошення про прийом на роботу:

- назва компанії (можливо, консультації),

- короткий опис діяльності компанії,

- у типовому оголошенні має бути точна назва посади; деякі з них англійською мовою, це може бути пов'язано з тим, що компанія має англійську номенклатуру - також існує думка, що іноземна назва є більш привабливою, тому що вона здається престижною,

- специфічні, відмітні та специфічні вимоги до кандидата на дану посаду; якщо вони прописані дуже докладно, це означає, що рекрутер очікує заявок від кандидатів зі строго визначеною кваліфікацією або характеристиками,

- пропозиція роботодавця - точна адреса, телефон, спосіб зв'язку.

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Робочий день присвячуємо пошуку роботи (8 годин на добу).

Якщо ми вже маємо роботу, але хочемо її змінити, то варто поставити їй часовий ліміт – це мобілізує.

90% заявок, надісланих компаніям шукачами роботи, не відповідають вимогам, зазначеним в оголошеннях про прийом на роботу. Це означає, що під час набору враховується лише 10% поданих заявок. Все інше йде на смітник.

В оголошеннях не слід вказувати бажану стать або вік потенційного працівника, оскільки це може бути сприйнято як дискримінація.

Роботодавці часто ставлять цю інформацію «між рядків» — достатньо звернути увагу на те, в якій формі вживається назва, наприклад, помічник, а не помічник. Можна дозволити собі закривати очі на 35 років у 38 або хоча б на 5 років стажу в 3,5 роки, але чесно.

Під назвою посади є контрольний номер, який покликаний полегшити розподіл надісланих кандидатами заявок на конкретні посади (агентства з працевлаштування часто виконують кілька десятків кадрових проектів одночасно).

Як правило, реклама містить інформацію про те, що навички «вітаються» або «є додатковою перевагою» (це може бути друга іноземна мова або послуга конкретного

комп'ютерна програма). Справа не в тому, щоб відбивати хороших спеціалістів, які, наприклад, вільно володіють англійською, але не знають німецької. Рідко ці навички є вирішальними, але вони, безсумнівно, допомагають. Кандидат, який їх має, отримує перевагу над іншими.

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Найголовніше – ефективний підбір пропозицій роботи. Завжди важлива якість надісланих заявок, а не кількість

Перед початком пошуку роботи бажано впорядкувати інформацію про себе. Завдяки цьому ви можете бути готові відповісти на будь-які запитання під час співбесіди. Можуть виникнути питання досягнень, інтересів і мотивації до роботи.

Будьте оптимістами, помічайте свої сильні сторони.

Мета: систематизувати свої сильні сторони та зміцнити позитивну самооцінку.

Засоби навчання: аркуш паперу з вправою, ручки.

Хід вправи: Учасники отримують бланки Додаток 1, на яких вони записують усі свої досягнення, навички, переваги, як би вони писали їх потенційному роботодавцю, враховуючи сентенцію:

Думайте як роботодавець, коли пишете.

Підсумок вправи: вихователь пояснює правила роботи в цій вправі, особливо наголошуючи на словах: сильні сторони. Учасники мають усвідомлювати важливість створення позитивного іміджу як необхідного елементу успіху. Те, як ми почувемося, – це те, як нас сприймають інші.

ВЛАСНИЙ АНАЛІЗ

Вправи Мої сильні сторони

Час 10 хвилин

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Думайте як роботодавець, коли пишете. Таким чином ви потенційно підвищите свої можливості працевлаштування, ставши привабливим кандидатом на роботу!!

МИСТЕЦТВО САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ

Вступ

Самопрезентація відіграє величезну роль у міжособистісних контактах, як у професійних, так і в особистих стосунках. Часто виконує завдання, яке покращує співпрацю, дозволяє налагодити хороші стосунки з партнерами. Знання принципів самопрезентації особливо цінно в ситуаціях, коли людина надає великого значення власному іміджу, в тому числі в ситуації пошуку роботи.

Учасники ознайомляться з основними принципами самопрезентації. Вони отримують знання про правила подання, в тому числі про дрес-код.

Мета: засвоїти правила створення самопрезентації.

Тривалість: 30 хв.

Засоби навчання: мультимедійна презентація, допоміжні матеріали для вчителя. На основі презентації викладач обговорює правила самопрезентації.

Зміст лекції: лектор розповідає про основні елементи самопрезентації.

Самопрезентація - це спосіб, у який ми представляємо себе оточенню, це вираження наших переконань.

Позитивна самопрезентація включає:

- розпізнавання та вираження сильних сторін,
- усвідомлення своїх навичок,
- захищати та приймати власні закони,
- позитивне перше враження,
- відповідний одяг.

Принципи позитивної самопрезентації:

1. Перш ніж потиснути руку – посміхніться

- рефлексорна реакція чоловіка полягає в підлаштуванні власного настрою під настрій співрозмовника,
- усмішка підбадьорює, мобілізує і залучає.

2. Починайте і закінчуйте милим жестом – усмішкою

- на початку, тому що перше враження є вирішальним,
- наприкінці, бо залишається останнє враження.

3. Хвалити, робити компліменти, висловлювати задоволення

- люди взагалі люблять, щоб їх хвалили, як і ті, хто їм це дарує; кожна дрібниця значить багато,
- завжди можна знайти те, що можна похвалити, але правдиве, тому що тільки це переконає клієнта і зацікавить вас.

4. Використовуйте фрази «ти, твій», а не «я, мій»

- тут важливий клієнт; для його користі ви тут,
- людям подобається звучання їх прізвища, імені,
- наскільки дозволяють обставини, частіше називайте прізвище та ім'я клієнта.

5. Дайте відчуття важливості

- люди хочуть почуватися важливими, відчувати себе «виконавцями» своїх дій, мати відчуття контролю,

- дай собі пораду, допоможи

- не будь всесильним.

6. Виявляйте зацікавленість, активно слухайте

- людина хоче відчувати, що ти - це вона, її ситуація, що говорить зацікавлена особа,

- подавати сигнали зацікавленості, розуміння,

- досліджувати та визнавати точку зору.

7. Ставте запитання

- хто просить - той веде - той виграє,

- люди в основному цікавляться собою, своєю вигодою - нехай вони вам про це розкажуть.

8. Ви краще дізнаєтеся про потреби одержувача та про чудові переваги вашої пропозиції

- Бути позитивним

- негативні фрази можуть «гіпнотизувати» і обмежувати вас, клієнта,

- виключіть (або замініть на краще) негативні фрази зі своєї мови.

10. Використовуйте позитивні жести

- більше половини сенсу і взаємного ставлення створює «мова тіла»,

- позитивне невербальне випромінювання важливе на кожному етапі розмови.

11. Не сперечайтесь зі співрозмовником

- люди не люблять тих, хто з ними не згоден,

- якщо не треба, не кажіть, що ви не згодні,

- якщо будете, то скажіть конкретно - з чим, чому і як згідно

Це має бути ваше, використовуйте фрази «так і ...», «так, але ...», а не «ні, тому що ...»,

- зведіть рішуче «ні» до мінімуму.

12. Говоріть образно

- увагу потрібно постійно підживлювати - одноманітність таємно вбиває,

- говорити наочно, використовувати порівняння, посилатися на приклади з життя, застосовувати

анекдоти, гумор.

13. Визнайте очевидні помилки

- показуйте недоліки - це зробить вас більш довірливим,

- двостороння аргументація є ефективним методом переконання,

– але не розвивай їх надмірно, не перетворюйся на покутника.

14. Контролюйте свої упередження та ставлення

- як ті, що стосуються колег, так і вас,
- якщо вони чіткі та сильні, не починайте розмову, а працюйте над ними
- зміни, вони можуть діяти як самоздійснювані пророцтва.

15. Мисліть позитивно

- те, як ви думаєте, змушує вас відчувати і як ви дієте,
- перевірте свої обмежувальні переконання та змініть їх,
- те, що ви думаєте, багато в чому залежить від вас,
- перш ніж попроситися - посміхнись,
- незалежно від ефекту - посмішка залишиться,
- вам самому стане легше, зменшить напругу.

Самопрезентація - це всього лише макіяж, який повинен підкреслити ті риси характеру, які нам потрібні в різних ситуаціях. Однак цей макіяж не може бути маскою, яка приховує зовсім іншу особу. Самопрезентація, створена наперекір собі, заради короткочасної вигоди, не принесе нам справжнього задоволення і рано чи пізно призведе до катастрофи.

Сильною стороною самопрезентації є правильний відбір інформації, представленої в потрібній формі та в потрібний час. Інформацію несуть не тільки слова, які ми говоримо, а й манера говорити, наша поведінка, зовнішній вигляд, жести, міміка.

Значний вплив на фігуру має положення рук під час розмови чи мови.

Є багато можливостей, але є основні моделі рук, які показують впевненість:

- кошик - руки опущені вниз, переплетені так, що нагадують кошик,
- башточка - кінчики трохи розставлених пальців торкаються один одного,
- дружній жест - одна рука в іншу, схожа на рукостискання,
- професорська позиція, або лідер - з'єднані кисті рук на спині, на рівні сідниць.

Жестикуляція під час розмови повинна бути м'якою і твердою. Найбільш часто використовувані жести в хорошій самопрезентації:

- відкриваючий жест - розташування долоні догори дном, трохи ширше ширини тулуба (дуже позитивний жест, який часто використовує JP II),
- жест наказу - руки на ширині тіла (внутрішньою стороною вниз)
зробіть легкий рух вниз - наказовий і заспокійливий жест,
- вказівний жест - виконується відкритою долонею в бік оточення,

- жест відмови - енергійно розгорніть долоні вниз (усі жести виконуються розслабленими руками).

Уникайте:

- оборонна поза, тобто руки складені на грудях,
- поза «фігового листка», тобто руки зчеплені на рівні статевих органів,
- поза дітей - руки вздовж тулуба, пальці гризуть одяг.

Зони контакту з іншими людьми можна розділити наступним чином:

- інтимна зона (включаючи підзону до 15 см): до 0,5 м,
- особиста зона: від 0,5 до 1,30 м (соціальні та соціальні контакти),
- соціальна зона: 1,30-3,5 м (дистанція до невідомих нам людей),
- громадська зона: від 3,5 м - ми намагаємося дотримуватися цієї дистанції, спілкуючись з більшою кількістю людей.

Розсадка для двох осіб означає:

- vis-a-vis - конкуренція,
- поруч по кутах столу - дружня розмова,
- поруч з одним краєм столу - концентрація на завданні,
- з протилежних сторін столу, але не навпроти - паралельна робота.

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Не забувайте посміхатися, адже це відкриває багато сердець і багато дверей!

Мета: отримати відгук на виступ інших учасників.

Тривалість: 15 хв.

Засоби навчання: аркуш паперу зі змістом вправи.

Хід вправи: Учасники об'єднуються в пари. Вони отримують картки Додаток 2, на яких описують себе, а потім, склавши їх так, щоб не було видно вмісту, повертають співрозмовнику, який описує партнера. Після виконання вправи той, хто описує себе, порівнює свій образ з описом, отриманим від співрозмовника. Це зворотній зв'язок, який служить для роздумів про наш власний імідж і сприйняття нами іншими. Може бути саморефлексія над тим, над якими областями власного іміджу мені потрібно працювати.

Підсумок вправи: вихователь пояснює правила роботи у цій вправі. Особливий акцент робиться на цінності отриманих відгуків.

Зміст цього блоку найкраще відображає відомий, але цілком виправданий вислів: коли бачать, то пишуть.

Вправа Опишіть себе

Час 15 хвилин

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Не сприймайте отриманий від партнера опис як критику, а як конструктивний відгук!!

ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ

Вступ

Сьогодні продуманий імідж, відповідний особистості – це не питання вибору, а необхідність. Ритм життя змушує нас спрощувати оцінку новозустріченої людини. Тому варто пам'ятати, що перше враження справляється лише один раз.

Імідж - це своєрідне повідомлення для нашого оточення. Він показує, як ми справляємося з плануванням часу, чи ми старанні та творчі. Тому варто подумати, чи приділяємо ми належну увагу своїй зовнішності та чи позитивно це впливає на наш професійний імідж.

Те, як ми виглядаємо, впливає на нашу впевненість у собі.

Мета: ознайомлення з елементами власного образу.

Тривалість: 10 хв.

Засоби навчання: допоміжні матеріали для вчителя.

Зміст лекції: Викладач, спираючись на допоміжні матеріали, розглядає елементи зображення.

Наш імідж, а отже і якість самопрезентації, складається з:

- невербальне спілкування,
- вербальна комунікація.

Психологи встановили, що під час розмови близько 55% інформації передається невербально (через те, що ми бачимо), а решта 45% - словами (з них тон голосу, манера говорити - 38%, а зміст - 7%). Отже, давайте спочатку розберемося з найважливішим, тобто з невербальним спілкуванням, яке складається з:

- очі та вираз обличчя
- ставлення
- жестикуляція
- зоровий контакт
- дистанція до співрозмовника
- реквізит
- одяг
- особиста гігієна та організація середовища.

Усі перераховані вище атрибути невербальної комунікації пов'язані із зором. Наше око фіксує певний образ, і образ у процесі спілкування сприймається перед словом і не створює мовних перешкод (висловлювання має бути зрозуміле – знати значення слів).

Крім того, ми приймаємо зображення як би автоматично - вони приходять швидше за слова і запам'ятовуються краще за слова.

Очі та вираз обличчя

Кажуть, що очі - дзеркало душі. Але подібно до того, як картина без рами є незавершеним твором, очі без «рами», утвореної обличчям, не донесуть стільки інформації для уважного спостерігача. Отже, ми говоримо про радість в очах, про очі сумні, сповнені страху, що кидають ненависні погляди або наповнені любов'ю. Для вираження цих почуттів «працює» все обличчя, багато м'язів. Наш настрій або ставлення до життя характеризує малюнок губ, а точніше їх куточки, спрямовані вгору або вниз. Щоденна доза смутку та критики чи похвали та радості в житті залишає тривалий слід.

Ставлення

Пряма спина, голова піднята прямо або трохи вгору, пружний крок, чіткий погляд - «ось вам людина успіху» - думаємо ми. З іншого боку, хтось згорблений, заховавши голову в обійми - йому страшно, йому сумно, він здається нещасним.

Жестикуляція

Жестикуляція повинна йти рука об руку зі словами. Зіставлення жестів із усним вмістом допомагає створити надійну та динамічну людину. Жестикуляція показує, який у нас темперамент. Кількість жестів не обов'язково має бути значною - важливіше вміння використовувати їх у потрібний момент. Варто пам'ятати, що це жест, який «несе» слово - спочатку ми робимо жест, який повинен як мінімум передувати слову. Жест після слів стає неавтентичним.

Зоровий контакт

Від 30 до 60% часу розмови ми повинні мати зоровий контакт зі співрозмовником(ами). Якщо дивитися на співрозмовника більше, він може прийти до висновку, що нас цікавить він, а не тема розмови. Тому цілком природно перевести погляд зі співрозмовника на, наприклад, картину, що висить на стіні позаду нього.

Віддаленість від співрозмовника

На якість самопрезентації впливає дистанція до співрозмовника. Між співрозмовниками існують культурно визначені дистанції, які не можна порушувати, оскільки це заважає хорошій якості контакту. Вторгнення в чийсь особисту зону може викликати небажання, агресію та замкнутість.

Реквізит

Під час контакту з іншими людьми реквізити (наприклад, годинники, сережки, браслети) можуть надати нам довіри або підірвати нашу довіру. Наше вбрання завжди повинно бути чистим і відповідати ситуації. На співбесіду в банку ми будемо одягатися по-іншому, ніж коли подаємось на роботу гітаристом у рок-групі.

Колір вбрання (і не тільки вбрання) є ознакою міжособистісного спілкування.

Кольори:

- темні, стримані - створюють престиж, асоціюються з серйозністю,

- металік - гламур, багатство, елегантність,
- яскравий, яскравий - динамічність, активність,
- яскравий, живий - відкритість, сучасність,
- пастельні кольори - витонченість, делікатність.

Організація середовища

Під час міжособистісних контактів велике значення має естетика кімнати та кабінету, а також розташування столів і стільців. Місце за столом є вираженням міжособистісних стосунків.

особиста гігієна

ПАМ'ЯТАЙТЕ!

Професійний імідж - незамінний елемент ефективною самопрезентації!

ІІІ ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кожен іноземець, незалежно від громадянства та документів, що дають право на перебування в Польщі, має право на підприємницьку діяльність у формі:

- товариство з обмеженою відповідальністю;
- акціонерне товариство з обмеженою відповідальністю;
- товариства з обмеженою відповідальністю;
- акціонерне товариство.

Кожен іноземець також може приєднатися до вищезазначених компаній і придбати або придбати їхні частки чи акції, якщо міжнародними угодами не передбачено інше.

Увага! Іноземець, який бажає займатися одним із чотирьох видів діяльності, перерахованих вище, не потребує права на перебування в Польщі. Його присутність у Польщі, як правило, не потрібна (якщо це дозволяє законодавство, він може, наприклад, зареєструвати компанію через Інтернет або через повіреного).

Увага! Проте, якщо іноземець планує залишитися в Польщі з метою ведення підприємницької діяльності, то на цій підставі він може легалізувати своє перебування – отримати візу чи посвідку на тимчасове проживання.

ПРОВЕДЕННЯ ІНШИХ ФОРМ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Іноземці, які постійно проживають у Польщі, можуть засновувати та вести бізнес на тих же умовах, що й громадяни Польщі. Це означає, що вони можуть займатися та вести будь-яку форму підприємницької діяльності, дозволена польським законодавством. До цих іноземців належать мігранти, які перебувають у Польщі на підставі:

- посвідки на постійне проживання;
- дозвіл на проживання довгострокового резидента ЄС;
- дозвіл на тимчасове проживання, наданий члену сім'ї іноземця з метою возз'єднання сім'ї;
- посвідка на тимчасове проживання, видана з метою навчання;
- дозвіл на тимчасове проживання, наданий на підставі інших обставин (тобто дозвіл на проживання довгострокового резидента ЄС, виданий державою-членом ЄС, відмінною від Польщі);
- дозвіл на тимчасове проживання, наданий на підставі інших обставин (тобто як член сім'ї іноземця, зазначеного в пункті вище);
- дозвіл на тимчасове проживання за умови, що вони перебувають у шлюбі з громадянином Польщі, який проживає в Польщі;
- посвідка на тимчасове проживання, надана з метою провадження господарської діяльності (видається у зв'язку з продовженням вже провадженої господарської діяльності на підставі запису в ЦРЛ та відомостей про господарську діяльність).

Увага! Подружжя польських громадян мають право вести підприємницьку діяльність внаслідок шлюбу за умови, що їх перебування ґрунтується на посвідці на тимчасове

проживання. Неважливо, на якій підставі він був виданий. В іншому випадку положення регулюють доступ подружжя громадян Польщі до ринку праці. У цьому випадку важливо, чи була видана посвідка на тимчасове проживання на підставі шлюбу.

До цієї групи належать також іноземці, які в Польщі мають:

- статус біженця;
- додатковий захист;
- дозвіл на перебування з гуманітарних причин або дозвіл на толерантне перебування.

Підприємницьку діяльність на тих самих умовах, що й громадяни Польщі, можуть здійснювати іноземці, які мають дійсну Карту поляка, а також ті, хто користується тимчасовим захистом у Польщі.

Увага! Міжнародні угоди між окремими країнами та Польщею можуть запроваджувати додаткові обмеження чи повноваження щодо можливості ведення підприємницької діяльності. Тому необхідно переконатися, що міжнародний договір, який регулює це питання, не поширюється на країну походження іноземця. Міністерство закордонних справ веде онлайн-базу даних договорів, де можна перевірити таку інформацію.

Члени сімей іноземців, на яких поширюються зазначені міжнародні договори і які мають посвідку на тимчасове проживання, можуть здійснювати та вести господарську діяльність на тих самих умовах, що й ці іноземці.

Члени сім'ї, які мають дозвіл на тимчасове проживання, виданий у зв'язку з приїздом або перебуванням у Польщі з метою возз'єднання з сім'єю іноземців (які мають дозвіл на тимчасове проживання та здійснюють господарську діяльність на підставі запису в реєстрі підприємств, зробленого на основі взаємності), можуть здійснювати та здійснювати економічну діяльність на тих самих умовах, що й ці іноземці.

Варто знати! Люди, які зацікавлені у веденні бізнесу в Польщі, можуть звернутися до Польської агенції розвитку підприємництва (PARP), яка пропонує навчання для підприємців та організовує післядипломне навчання у сфері підприємництва. Легалізація перебування іноземців на підставі ведення підприємницької діяльності

ВІЗА

Іноземець, який займається підприємницькою діяльністю в Польщі, може подати заяву на отримання візи в Польщу на підставі ведення підприємницької діяльності. Для цього під час подання заяви на отримання візи (у консульстві Республіки Польща за місцем постійного проживання) окрім основного пакету документів необхідно подати документи, що підтверджують ведення бізнесу в Польщі (напр. запис у Національному судовому реєстрі, нотаріально засвідчений статут, довідка ex officio про відсутність заборгованості зі сплати податків).

Увага! В обґрунтованих випадках можливе отримання візи у зв'язку з наміром вести бізнес у Польщі. Однак віза до Польщі не буде видана у зв'язку з наміром вести бізнес,

якщо іноземець не доведе свого наміру та не обґрунтує необхідність приїзду та перебування в Польщі. У такому випадку (іноземець ще не має зареєстрованої діяльності в Польщі та не може надати документи, що підтверджують її діяльність), консул вирішує, чи достатньо наданих доказів для видачі візи. Зверніть увагу, що консул має право вимагати додаткові документи.

Увага! Варто пам'ятати, що набір документів, необхідних для оформлення візи, може відрізнитися в залежності від консульської установи. Тому перед подачею візової анкети рекомендується звернутися до консульської установи, куди іноземець звертатиметься за візою, щоб підтвердити повний пакет документів, необхідних для отримання візи.

ДОЗВІЛ НА ТИМЧАСОВЕ ПРОЖИВАННЯ

На цій підставі іноземець, який проживає в Польщі та веде бізнес, може подати заяву на отримання дозволу на тимчасове проживання.

Увага! Дозвіл на тимчасове проживання з метою ведення підприємницької діяльності також надається іноземцям, метою перебування яких є:

- виконання функції в правлінні товариства з обмеженою відповідальністю або акціонерне товариство, акціями чи частками якого володіє іноземець або
- ведення справ товариства з обмеженою відповідальністю або акціонерного товариства з обмеженою відповідальністю повним партнером або
- виступає в якості довіреної особи.

Увага! Якщо іноземець отримує дозвіл на тимчасове проживання з метою ведення підприємницької діяльності у зв'язку з вищезазначеними обставинами, це дає йому право працювати на певній посаді (член правління, генеральний партнер, довірена особа).

Важливо, що при працевлаштуванні на іншу посаду (наприклад, бухгалтером) необхідно попередньо (до початку) отримати документи, що легалізують цю роботу.

Увага! Якщо іноземець виконує функції в правлінні компанії, але не має акцій у цій компанії, то він повинен подати заяву на отримання дозволу на тимчасове проживання та роботу.