



Priročnik za izvajanje modularnega programa
na področju razvoja kompetenc za iskanje zaposlitve
(na podlagi KOMPETENČNEGA PROFILA ZA ISKANJE ZAPOSLOTITVE - KPIZ)

Kratka delavnica SAMOPROMOCIJA

Sonja Gomboc | Ljubljana, 2013

Vsebina

1. Kompetenca samopromocija	3
2. Predstavitev delavnice	4
3. Pregled vsebine in poteka modula	5
4. Priloga	11
5. Viri	12

1. Kompetenca samopromocija

Svoje sposobnosti, močne točke in pridobljena znanja zna predstaviti delodajalcu na ustrezen način ter se je z njim sposoben pogajati. Vloga v ohranjanje in dvig lastne zaposljivosti. V komunikaciji je prepričljiv, svoje prednosti predstavi delodajalcu v luči koristnosti zanimivo in privlačno.

Stopnja razvitosti	Opis stopnje razvitosti
Odlično razvita	Predstavi se pristno. Svoje prednosti predstavi v skladu z zahtevami in s pričakovanji delovnega mesta. Sposoben se je enakovredno pogajati z delodajalcem. Pripravljen je vložiti v nadgradnjo lastne samopromocije.
Dobro razvita	Uspešno predstavi svoje prednosti in poskuša izstopati. Skozi pogajanja zvišuje svojo ceno. Njegov nastop je zanimiv in prepričljiv.
Srednje razvita	Predstavi se po ustaljenih vzorcih. Predstavi se samostojno in zna opisati nekatere svoje značilnosti, z načinom predstavitve ne izstopa.
Malo razvita	Sebe slabo predstavi delodajalcu in se ne pogaja. O samopromociji ne razmišlja, ji ne pripisuje pomena in se glede tega obnaša pasivno. Predstavi se na povabilo na nezanimiv in neprivlačen način.

2. Predstavitev delavnice

Modul	Samopromocija
Namen	Krepitev krovne kompetence samopromocija pri brezposelni osebi
Cilji	• Spoznati ključne elemente osebnega marketinga. • Krepitev medosebnih veščin. • Krepitev samozavedanja in samozavesti. • Seznanitev z elementi zaposlitvenega razgovora. • Učinkovitejša priprava in izpeljava zaposlitvenega razgovora. • Izboljšanje veščin samopredstavitve. • Učinkovitejše upravljanje kariere. • Seznanitev z vedenji uspešnega iskalca zaposlitve.
Metoda	• Predstavitev nekaterih elementov osebnega marketinga. • Komunikacijski trening. • Simulacijski nastop.
Kratek opis vsebine	• Poznavanje sebe. • Elementi osebnega marketinga. • Priprava na učinkovito samopredstavitev. • Vaja »Predstavitev v 60 sekundah«. • Lastnosti uspešnih iskalcev zaposlitve.
Trajanje	240 minut: • 1-krat 95 minut, • 1-krat 30-minutni odmor, • 1-krat 115 minut.
Ciljna skupina	• Brezposelne osebe s potrebo po izboljšanju samopredstavitve. • Prednost pri vključitvi imajo tisti brezposelni, katerih kompetenca je malo do vključno srednje razvita (oceni 1 in 2 na štiristopenjski lestvici). • Pri nadstandardni izvedbi modula: ciljna skupina enaka kot zgoraj, le da ima zaposlitveni cilj iz določenega poklicnega/delovnega področja.
Število udeležencev	od 8 do 12
Prostor in oprema	• Svetel in zračen prostor z okni, ki omogoča mirno in nemoteno delo za majhno skupino. • Prostor je v stavbi, ki udeležencem omogoča uporabo toaletnih prostorov. • Ustrezno število stolov in miz. • Računalnik z internetno povezavo in delujočimi zvočniki. Na računalniku mora biti omogočeno predvajanje YouTube posnetkov. • Tabla Flipchart.
Pripomočki	Pisala, bel papir A4
Izvajalci	Ustrezno usposobljeni karierni svetovalci
Vaje	• Ozaveščanje potencialov. • Izboljšanje nadzora nad čustvi in vedenjem. • Komunikacijski nastop.

3. Pregled vsebine in poteka modula

	Vsebina	Metoda	Pripomočki	Trajanje
1.	Uvod in predstavitev	Nagovor	Ppt prikaz pregleda vsebine	15 min
2.	Poznavanje sebe: - Kaj znam, zmorem? - Kaj hočem početi? - So možnosti, da to počnem, realne?	Predstavitev Vaja samoanaliza s pomočjo vprašalnika ali Vaja risanje drevesa Refleksija	Ppt predstavitev obravnavanih pojmov Vprašalnik »V čem sem dober« Dodatne naloge za doma: vprašalnik za samooceno razvitosti kompetence »medosebne veščine«, »samozavest«, »samozavedanje« in »urejenost«.	60 min
3.	Elementi osebnega marketinga: - komunikacijski načrt, - komunikacijska sredstva, - socialna inteligenca, - priporočila.	Predstavitev in diskusija	Ppt	20 min
Odmor				15 min
4.	Priprava na samopredstavitev: - analiza potreb delodajalca - cena skladnosti naših lastnosti in potreb delodajalca - psihološka priprava - faze zaposlitvenega razgovora	Predstavitev, metoda za izboljšanje nadzora nad čustvi in vedenjem (S. Forward)	Ppt List papirja in pisala za udeležence	45 min
5.	Vaja: »Predstavitev v 60''«	Igra vlog		55 min
6.	Lastnosti uspešnih iskalcev zaposlitve	Predstavitev in zaključna diskusija		15 min

3.1 Uvod

Pozdrav, kratka predstavitev modula in moderatorja.

3.2 Poznavanje sebe

Uspešnost samopredstavitve je odvisna od temeljev, na katere je postavljena. Te temelje lahko imenujemo tudi predhodne pogoje, za katere je priporočljivo poskrbeti, preden se lotimo priprav.

Poskusimo se naravnati na:

- Nenehno pripravljenost na iskanje in izrabo vseh novih priložnosti,
- pripravljenost za tveganje,
- splošno odprtost do novih izkušenj in
- živeti prepričanje JAZ sem OK – TI si OK.

Uspešna samopredstavitve seveda ni vstopnica do zaposlitve, je pa element, s katerim si lahko precej povečamo možnost zaposlitve – učinek prvega vtisa. Končni uspeh bo poleg naše prepričljivosti odvisen predvsem od usklajenosti naših sposobnosti, znanj, izkušenj in drugih lastnosti z zahtevami delodajalca.

Cilj uspešne samopredstavitve naj bo vedno predstavitev tistega, kar znamo in v čem smo dobri, ne tistega, kar ne znamo in v čem nismo dobri.

VAJA: Risanje drevesa (ozaveščanje potencialov)

Navodilo:

Oblika A

Na list papirja narišite deblo s koreninami, ki naj ponazarjajo vaše sposobnosti in interese oziroma vire moči. V korenine vpišite pridobljene formalne kvalifikacije, končana izobraževanja, tečaje in druga formalno pridobljena znanja. V deblo vpišite druga močna področja: osebnostne lastnosti, socialne veščine, intelektualne in telesne sposobnosti.

Deblo naj bo brez vej – nad njim pustite prazen prostor.

Vsak svoje deblo prilepi na steno ali drugo primerno površino.

Naloga udeležencev je, da si pogledajo vsak izdelek in nanj vpišejo poklicna področja, ki bi se lahko razvila iz zapisanih kvalifikacij in drugih močnih področij.

Na koncu dejavnosti vsak sname svoj dopolnjeni izdelek in oceni, s katerimi pripisanimi poklicnimi področji bi se lahko identificiral in s katerimi ne.

Oblika B

Udeleženci najprej izpolnijo delovni list.

Delovni list z vprašanji za različico B:

Kako uspešno je bilo moje preteklo delo? Kako dobro opravi svoje delo?

Kaj znam bolje od drugih?

Katera področja šolanja so mi šla dobro in katera slabše?

Zakaj sem se odločil za izbrano šolo?

Kaj rad delam?

Za kaj prejemam pohvale, za kaj graje?

Katere moje sposobnosti so pripomogle k pretekli zaposlitvi?

Kateri so moji pretekli poklicni interesi?

Sledi navodilo:

Na hrbtno stran vprašalnika zapišite vaše uspešne poklicne in zunajpoklicne izkušnje. K vsaki izkušnji pripišite znanja in kompetence, ki ste jih z njimi pridobili. Kaj bi na podlagi napisanih znanj in kompetenc lahko še počeli?

Pri tem je treba upoštevati, da naša samozaznava po večini ni objektivna. Pomaga nam videti stvari take, kot jih želimo videti. Zato je pomembno, da podobo o svojih znanjih in kompetencah korigiramo na podlagi povratnih sporočil od okolice.

Zaključek vaje je refleksija:

Ali so moji ZC jasni, mi je jasno, kaj želim?

Kakšna je moja motivacija? Notranja, zunanja ali kombinirana?

3.3 Elementi osebnega marketinga:

- Poznavanje svojih »unikatnih« lastnosti (korenine, deblo).
Te lastnosti so naš potencial oziroma osebni kapital, ki ima svojo tržno vrednost.
- Ocenjevanje tržne vrednosti (veje - zaposlitveni cilji) je odvisno od potreb na trgu okolja, v katerem se gibljemo.
- Izdelan komunikacijski načrt.

Izdelan komunikacijski načrt pomeni načrtno uporabo različnih komunikacijskih sredstev v določenih predvidenih situacijah in dogodkih, na katerih bomo sodelovali oziroma prisotni.

Komunikacijska sredstva:

- Življenjepis (različne oblike);
- karierni portfolio;
- spletna stran;
- socialna mreža (plus družbena omrežja: Facebook, Twitter, LinkedIn itd.);

- osebni stiki (sejmi, družabni dogodki, seminarji, konference...);
- aktivno delovanje v lokalni in širši družbeni skupnosti;
- delovanje v društvih in področnih združenjih;
- javne objave člankov ali strokovnih prispevkov v strokovnih publikacijah.

V določeni meri je učinkovita samopredstavitve odvisna od socialne inteligence posameznika oziroma od razvitosti interakcijskih kompetenc z drugimi (Schulz, 2005). V ospredju so kompetence medosebnih veščin.

Udeležence informiramo o možnosti preverjanja razvitosti kompetence medosebnih veščin na spletnem portalu eSvetovanje (Vprašalnik za samooceno kompetenc:

<https://esvetovanje.ess.gov.si/KajZnam/KajSoKompetence/>

Treba je najti pravo mero drznosti in hkrati nevsiljivosti. Rezultat take komunikacije je doseganje verodostojnosti, določene mere zaupanja in atraktivnosti oziroma privlačnosti (Schulz, 2005, 18).

3.4 Priprava

Poleg izdelanega komunikacijskega načrta se je pred načrtovanim razgovorom oziroma predstavitvijo potencialnemu delodajalcu treba temeljito pripraviti. Priprava vključuje informiranje o podjetju, njegovi viziji in strateških načrtih za prihodnost ter tudi informiranje o značilnostih njihove organizacijske kulture in zaposlenih.

Tudi kadar razgovora ne načrtujemo, moramo biti vedno čim bolj ustrezno pripravljeni. V mislih moramo imeti, da večino delodajalcev o njihovih novih partnerjih oziroma zaposlenih zanimajo enake oziroma podobne stvari.

Ključne informacije, ki po navadi zanimajo delodajalca in jih moramo poskušati sporočiti v predstavitvi, so:

- katere so vaše prednosti in močne točke za opravljanje določenega dela,
- ali bo to delo za vas osebni izziv,
- ali se boste lahko vključili v obstoječi kolektiv – ustrezate organizacijski kulturi.

3.4.1 Psihološka priprava

Razmišljajte pozitivno in živite prepričanje »JAZ sem OK – TI si OK«. Temu prilagodite mentalno shemo oziroma predstavo o okolju, ki vas obkroža. Občasno ta prepričanja preverite in po potrebi ustrezno korigirajte. Zavedajte se, da si noben ne želi imeti negativnega, črnoglednega oziroma pesimističnega partnerja. Razen tega velja, da brez pozitivne in optimistične usmeritve v prihodnost ne moremo pričakovati ustvarjalnih idej in rešitev. Taka osebna usmeritev je gonilo razvoja. Tega se dobro zaveda večina uspešnih delodajalcev, zato to tudi pričakujejo od svojih zaposlenih.

VAJA: vpliv naših prepričanj na čustva in vedenje (metoda S. Forward)

Napišite nekaj vaših prepričanj o brezposelnosti ali trgu dela ali drugo temo na list papirja. Nato zapišite čustva, ki jih v zvezi s tem doživljate.

Zdaj postavite za vsako čustvo ali čustveno trditev, ki ste jo zapisali, besedo »zato«, in nadaljujte s prepričanji, ki ste jih napisali najprej.

Ta metoda povezovanja udeležencem omogoča boljše razumevanje lastnih čustvenih odzivov in s tem tudi njihovo obvladovanje oziroma upravljanje v različnih situacijah. Naše vedenje je rezultat naših prepričanj in čustev. Če želimo spremeniti vedenja, moramo spremeniti naša prepričanja.

3.4.2 Pet faz zaposlitvenega razgovora

Zaposlitveni razgovor je po navadi razdeljen v pet faz:

SPOZNAVNI KLEPET (5 min)

- Zavedajte se, da v prvih 20 sekundah pade odločitev o simpatiji ali antipatiji in na to tako rekoč žal nimamo vpliva.
- Delujte naravno, nikakor arogantno. Malo nervoze ni moteče.
- Urejen videz (z obleko primerno področju dela) in skladna telesna govorica.
- Kratek, toda odločen stisk roke, ki nam je ponujena. Ob tem se pozdravijo tudi oči. Lahko se zahvalimo za povabilo in počakamo na poziv, da sedemo.
- Tehnika zrcaljenja telesne govorice sogovornika – učinek kameleona. Gre za neopazno prilagajanje vedenjskim vzorcem komunikacijskega partnerja. S tem lahko vplivamo na zaupanje, vendar previdno, saj preočitno ponavljanje gest lahko izzove nasprotni učinek.

SPOZNAVANJE (15 min)

- V tej fazi imate možnost, da sogovornika prepričate, da ste pravi kandidat za določeno delo.
- Bodite pripravljeni na tipična vprašanja, kot so »Povejte mi kaj o sebi, Zakaj si želite to delovno mesto itd., predvsem pa naj vas v tej fazi ne presenetijo nepričakovana vprašanja.

PREDSTAVITEV PODJETJA (10 min)

- Pozorno poslušajte.
- V tem delu pogovora imate možnost, da se izkažete, koliko ste se resnično pozanimali o podjetju.

POIZVEDBE (10 min)

- Po predstavitvi podjetja s strani delodajalca pogosto sledi še priložnost, da o podjetju dobite dodatne informacije (npr. »Bi želeli še kaj vprašati?«, »Vas o našem podjetju še kaj zanima?«).
- Če nimate več vprašanj, lahko reflektirate dozdajšnji pogovor in tako preverite, če ste vse prav razumeli.

ZAKLJUČEK (5 min)

- Zahvala za razgovor. Izkoristite ga z vprašanjem o tem, kdaj lahko pričakujete odgovor.

3.5 Vaja predstavitve v 60''

Udeleženci se v desetih minutah pripravijo na svoj 60-sekundni simulirani nastop pred udeleženci, v katerem poskušajo integrirati čim več priporočil, ki so jim bile predstavljene na delavnici. Cilj nastopa je doseganje prepričljivosti pri drugih udeležencih in zajema tri temeljne teme:

- kdo sem in v čem sem dober,
- kakšno prihodnost si želim ter
- kaj bom zanjo naredil.

Sledi kratka refleksija nastopa.

Pripomočki:

Primer Clare:

www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=q82f6BJ_lvw

Primer Bena:

www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=PnosVJfDrpY

3.6 Lastnosti uspešnega iskalca zaposlitve

Namesto konca povzetek obravnavanih tem in iztočnica za razmislek med odhodom domov o lastnostih uspešnega iskalca zaposlitve po D. Golemanu (2010):

- 1. sposoben motivirati samega sebe,
- 2. vztrajen pri ovirah in doseganju ciljev,
- 3. prevzema odgovornost za lastna dejanja,
- 4. nadzoruje impulze – sposoben odlaganja zadovoljitev,
- 5. nadzoruje lastna razpoloženja,
- 6. racionalno razmišlja,
- 7. načrtuje prihodnost.

4. Priloga

DELOVNI LIST »V čem sem dober« – Različica B

Kako uspešno je bilo moje preteklo delo? Kako dobro opravi svoje delo?
Kaj znam bolje od drugih?
Katera področja šolanja so mi šla dobro in katera slabše?
Zakaj sem se odločil za izbrano šolo?
Kaj rad delam?
Za kaj prejemam pohvale, za kaj graje?
Katere moje sposobnosti so pripomogle k pretekli zaposlitvi?
Kateri so moji pretekli poklicni uspehi?

5. Viri

Cleary, M., Flynn, R., Thomasson, S. (2006). *Employability Skills From Framework to Practice*. Dostopno na: www.nssc.natese.gov.au/__data/assets/pdf_file/0010/69454/Employability_Skills_From_Framework_to_Practices.pdf [april 2013]

Goleman, D. (2010). *Čustvena inteligenca*; MK, Ljubljana.

Gomboc, S. (2013). *Kako z učinkovitejšo samopredstavitvijo izboljšati zaposlitvene možnosti?*; interno gradivo ZRSZ – ppt predstavitev.

Gütlinger, E. (2011). *Easy. Mit Leichtigkeit das Abenteuer Leben gestalten*; Ennsthaler Verlag, Steyr.

Schulz, C. (2005). *Selbstdarstellungstechniken in Führungskräfteinterviews*; Professur für Organisation und Arbeitswissenschaft TU Chemnitz, Chemnitz.

