

Петя Иванова - директор на Център за кариерно ориентиране и предприемачество във ВУЗФ



ПЛАНИРАНЕТО НА КАРИЕРА ВЪРВИ УСПОРЕДНО С ОБУЧЕНИЕТО

Центърът за кариерно ориентиране и предприемачество във Висшето училище по застраховане и финанси (ВУЗФ) още не е отпразнувал своя първи рожден ден, затова към неговата дейност трудно прилягат думи като „минало“, „опит“, „поуки“. Центърът е открит с решение на Академичния съвет на Висшето училище в началото на 2007 г. В цялата за неговото създаване няма нищо необикновено - съвременните условия на учене призовават към нов тип дейности, заради които повечето университети прибегват до създаване на кариерни центрове. Висшето училище по застраховане и финанси не прави изключение, но затова пък има своя специфика. В неговата мисия може би по-силно от всяко друго висше училище е залегнала връзката с практиката като нещо изключително важно за създаването на висококвалифицирани специалисти в областта на застраховането, осигуряването, финансите и счетоводството. ВУЗФ предприема различни иновативни стъпки, за да направи връзката с работодателите както привлекателна, така и ефективна. Една от тези стъпки, до голяма степен основната, е създаването на Центъра.

От ефективността на неговата работа зависят много други неща по отношение на връзката между образованието и практиката. Затова и целите на Центъра бяха обвързани с две основни групи - работодателите и студентите - и са формулирани ясно:

- реален диалог на Висшето училище с работодателите във финансовата и застрахователната сфера (както и с различни национални институции, с които ВУЗФ е партньор);

- реална подготовка на студентите на ВУЗФ за пазара на труда.

„Реално“ в първия случай означава, че институциите - партньори на висшето училище - „Банка ДСК“, ЗПАД „Булстрад“, „УниКредит Булбанк“, „Райфайзенбанк“, „ING банк“, „Дженерали България Холдинг“, ЦКБ, НОИ, ЗПК „Лев Инс“, „Алианс България Холдинг“, ЗД „Бул Инс“ АД, БАЕЗ и други - стават все по-активни участници в живота на училището чрез организиране и провеждане на семинари, конференции, прак-

тически обучения, супервизия, консултации, съвместни проекти. А по отношение на подготовката на студентите „реално“ означава консултиране на различните възможности за планиране на кариерата по време на обучението им, включително кандидатстване за стипендии, избор на подходяща работа, практика или стаж, както и относно възможностите за преквалификация; и то така, че студентите във ВУЗФ да имат нагласата сами да планират и управляват професионалното си изграждане още от първите години на своето обучение, а не едва когато им предстои дипломиране. Амбиция на Центъра е да им помогне да се научат да предвиждат промяната, да са готови за предизвикателствата, да имат решения. Тази амбиция е неосъществима отвъд екипната работа във ВУЗФ и Центърът различа в случая на взаимодействието с другите звена на училището.

Не е тайна, че за да бъдат добре подготвени за динамичния пазар на труда, днес повече от всякога студентите трябва

да притежават не само теоретични знания и практически умения, но и да са добре информирани за промените и тенденциите. Центърът помага на студентите да направят своя информиран избор, като ги запознава с различните възможности за професионална реализация чрез непрекъснато актуализирана база данни за актуалното състояние на пазара на труда, за водещи тенденции, за утвърдени институции, за новости. Пътят за това е максимално скъсен и ефективен: отделните работодатели представят сами и под различна форма (в повечето случаи интерактивна) своята дейност, история и възможности за професионално развитие в компанията.

В средата на месец октомври 2007 г. беше поставено началото на проекта на Центъра под наслов „Един академичен час...“. Чрез него студентите получиха възможността да осъществят непринуден контакт с работодатели в реална работна среда. По време на посещенията в различните компании участниците имаха възможността да кандидатстват за работа (кандидатът преминава през интервю на място, в самата компания) и да се запознаят отблизо с бъдещото си работно място. По този начин, постъпвайки на работа, „новият служител“ вече познава работната среда и периодът на адаптация за него е сведен до минимум.

Подобни срещи на студентите с работодателите са ползотворни и от гледна точка на ориентацията на кандидатите. Вероятен резултат след участие в срещата е и пълното отхвърляне на предложение-

ната възможност. По този начин студентът разбира, че не това е областта или компанията, в която иска да се реализира. Премахва се неудобството от отхвърляне на дадено предложение за работа, отправено от работодателя, тъй като явяването на интервю не е задължителен елемент по време на посещенията в компанията. Най-ценното в случая е осъщественият „жив контакт“ с работодателя (в повечето случаи с ръководството на компанията) и премаването на бариерата, която е почти неизбежна при провеждането на стандартното интервю.

В стандартния случай търсещият и предлагащият работа се „запознават“ виртуално посредством представена кандидатура за работа. Подготвянето на портфолио (пакет от документи, включващ автобиография, мотивационно писмо, препоръки, сертификати и други) при кандидатстване за работа, стаж, стипендия и т. н. е първата стъпка, която търсещият работа прави, за да покаже интереса си към определена организация. За съжаление, търсят част от работодателите, в много от случаите това е една от погрешно направените стъпки, тъй като информацията в документите не винаги е представена по правилен и подходящ начин. Ролята на Центъра е да предостави професионална помощ на студентите при подготовката на споменатите документи. Това предложение съдействва, както всяко друго, първо трябва да бъде пожелано от самите студенти.

Умението да се подготви правилно кандидатурата за работа не е основно, но е възлово в процеса на намиране на професионална реализация. Разбира се, този момент е само парченце от големия пъзел, който търсещият работа ежедневно се налага грижливо да поддържа. За да бъде подреден по възможно най-добрия начин, този пъзел се нуждае от цялостен план за пренареждане. С начертването на подобен план студентите се учат да планират кариерата си отрано. Планът включва сред основните си стъпки самооценка, събиране и синтез на информация, определяне на индивидуалните цели, взимане на решения, изготвяне на план за



действие и реализация, както и умение за анализ на постигнатите резултати. И тъй като планирането на кариерата не е еднократен процес, Центърът подтиква студентите периодично да обновяват и пренареждат приоритетите си, особено след постигане на желаната реализация. Внушава им, че е важно на всеки етап от живота си да проверяват дали постигнатият резултат (работа, кариера, добър личен живот) ги удовлетворява. Друго важно внушение е, че планирането на кариера върви успоредно с обучението - ВУЗФ показва на своите възпитаници, че учене и работа вървят ръка за ръка през целия смислен живот на всеки индивид.

Планирането на кариерата не приключва с намирането на „подходящата“ работа. В много организации е налице вътрешно кариерно планиране. Постъпвайки на работа, служителят трябва да е наясно със „стълбицата“, която трябва да извърви, ако иска да успее. Значителна част от бившите и настоящите възпитаници на ВУЗФ са наясно с това. Те знаят какви умения и постигнати резултати са необходими, за да преминат на следващото стъпало. Наясно са и колко време ще им отнеме, защото знанието (информираността) е най-добрият начин да изпревариш времето, да предвидиш своите действия така, че с лекота да изкачиш стълбицата на личния и професионалния живот.

Центърът за кариерно ориентиране и предприемачество има своя отговорност и при намирането на възможно най-престижна работа по време и след приключване на обучението на студентите от ВУЗФ. Чрез попълването на индивидуални регистрационни карти студентите посочват своите интереси и желания за намиране

нето на подходящата за тях работа, като в много от случаите могат да посочат поне две конкретни длъжности и компании. След това всеки от студентите получава правото да посещава безплатните индивидуални консултации и обучения, предлагани от Центъра. Анализите на Центъра показват, че голяма част от студентите, които със съдействието на Центъра са избрали „своите“ работодатели, са се реализирали успешно. Центърът информира студентите и ги подготвя така, че да взимат най-добрите решения сами. Те знаят, че на пазара на труда могат да бъдат в ролята на търсещ, а след време и в ролята на предлагащ работа. Нашите завършили студенти вече вървят по този път, а ние знаем докъде са стигнали благодарение на контакта с тях след дипломирането им.

Центърът инициира и осъществи много и различни срещи, семинари и представяния успоредно с консултантската си работа. Причината неговият кратък живот да е толкова наситен е в ритъма на работа, налаган от Настоятелството и Академичното ръководство на Висшето училище. С помощта на Центъра студентите от ВУЗФ активно се включиха в проучване на работодателите в началото на 2007 г., иницирано от Съвета на ректорите и огласено през 2007 г. В края на годината, отново с помощта на Центъра, студентите се включиха и в първото национално проучване на своята ориентация и мотивация, резултатите от което ще бъдат обявени в края на месец януари 2008 г. Но може би най-важното е не посочването на отделните крупни инициативи и компании, а фактът, че студентите сами и все по-често търсят консултации от Центъра за своето собствено изграждане, че идват както за съвет, така и с идеи. С все повече идеи са и самите работодатели. Залогът за успеха е в това. А ключовата дума за всичко казано дотук е партньорство, основано на взаимно доверие.

ING РАЗШИРЯВА СПОНСОРСКАТА СИ ПРОГРАМА ЗА „ФОРМУЛА 1“ ПРЕЗ 2008 Г.

С решението си да бъде основен спонсор на „Гран При“ на Унгария през 2008 г. ING засилва своята обвързаност с „Формула 1“ и позицията си на един от водещите спонсори в областта на спорта. Състезанието, което ще се проведе от 1 до 3 август т. г., отсега нататък ще бъде известно като „ING Гран При“ на Унгария. С това решение ING става основен спонсор на 3 от 13-те състезания във „Формула 1“ на предстоящия сезон и те ще носят името на ING в Унгария, Австралия и Белгия.

Независимо проучване сред 16 000 души от 32 страни показва, че влизането на ING във „Формула 1“ през 2007 г. силно е увеличило познаваемостта на марката, като е допринесло за положителното възприемане на компанията и за нарасналото желание на потенциални клиенти за делови взаимоотношения с ING.

Кампанията на ING по брендирането на пистите през 2007 г. изигра ключова роля за по-силната популярност на марката в свето-

ING

ЖИВОТО ЗАСТРАХОВАНЕ



вен мащаб, както и подкрепи спонсорската кампания на ING за отбора на ING Renault за „Формула 1“. Проучване на IFM показа, че марката на ING е получила най-голяма видимост (по брой секунди, в които логото е било на телевизионния екран по време на официалната реклама на състезанието) сред спонсорите, брендирали пистите на „Формула 1“ - общо с 11 010 секунди на екрана по време на 17-те състезания. На второ място се нарежда марката Bridgestone с 9 375 секунди.

През 2008 г. ING ще присъства в брендирането на пистите в 13 от 18-те състезания, в това число и основното спонсорство за „ING Гран При“ на Унгария, Белгия и Австралия.

Спонсорският пакет предвижда мащабно брендиране на пространството около пистата, брендиране на входа на пистата, на всички билети и продукти, свързани с „Гран При“ в Унгария. Стойността на пакета не се съобщава.

„ЗАСТРАХОВАТЕЛ ПРЕС“