

менеджмент: теория и практика: сборник статей по материалам XLI международной научно-практической конференции / СиБак. Новосибирск, 2014. С.34.

2. Рейтинг стран мира по уровню образования [Электронный ресурс]: Информационный портал. Copyright, 2012. URL: <http://nonews.co/directory/lists/countries/education>.

3. Рейтинг стран мира по уровню расходов на образование. [Электронный ресурс]: Информационный портал / Никаких новостей. Copyright, 2012. URL: <http://nonews.co/directory/lists/countries/gdp-education>.

САМОМАРКЕТИНГ В ПОДГОТОВКЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЯЮЩЕГО

К.В. Колесник,
научный руководитель М.Г. Орлова
*Россия, г. Новосибирск,
Сибирский государственный университет путей сообщения*

В условиях жесткой конкуренции нарастает стремление молодых людей с наибольшей эффективностью социализироваться в иерархичном обществе. Активно меняющийся рынок труда в России, социальный и научно-технический прогресс требуют постоянного развития профессиональных навыков и компетенций работника, который обязан быть конкурентоспособным профессионалом.

Помимо владения определенными навыками и умениями работник должен быть способным выгодно представить себя, ориентироваться на рынке труда, выдерживать соперничество с другими соискателями рабочих мест. Соответственно, система профессионального образования должна ориентироваться на подготовку именно таких конкурентоспособных специалистов.

Делая карьеру в условиях рынка труда, человек выступает как создатель, и как продавец своей рабочей силы. Рабочая сила – товар, пользующийся спросом на рынке труда. Чтобы продать его с максимальной выгодой, будущим специалистам необходимо овладеть искусством самомаркетинга.

Предлагая рынку товар, производитель-продавец проводит большую подготовительную работу по его изготовлению и сбыту: изучает рынок и запросы потребителей, анализирует преимущества и недостатки своего продукта по сравнению с другими, совершенствует технологию изготовления, для успешной реализации своего товара на рынке труда и устанавливает цену максимально выгодную для себя. Каждый из этих этапов – отдельная и большая проблема, которую нужно обстоятельно изучать и успешному решению которой нужно учиться.

Время показывает, что большинство людей, окончивших высшие учебные заведения, из-за недостатка умений и навыков самопродвижения, не умеют преподнести себя, как квалифицированного специалиста. В свете этого будущим выпускникам высшей школы необходимо владеть инструментами самомаркетинга, так как именно самомаркетинг является одним из путей повышения конкурентоспособности, успешности и саморазвития личности.

Особенность профессиональной подготовки антикризисного управляющего определяется тем, что, обучаясь по направлению «менеджмент», выпускник приобретает такие профессиональные компетенции менеджера, которые в кризисных ситуациях позволяют ему принимать эффективные управленческие решения. Актуальность такой подготовки в современной нестабильной экономической ситуации не вызывает сомнений. Образовательная программа, по которой собственно обучается автор данной статьи, направлена на то, чтобы дать знания и инструменты антикризисного

управления, научить понимать механизмы зарождения и развития кризиса внутри жизненного цикла организации, научить во-время увидеть опасность и быстро разработать комплекс антикризисных мероприятий. Все это позволит будущему руководителю самостоятельно поддерживать стабильность своей компании в любой ситуации, успешно развивать ее, добиваясь самых амбициозных целей [1].

Однако, проблема заключается в том, что будущий выпускник данного направления, ожидая скачкообразный переход по карьерной лестнице от студента к топ-менеджеру, не всегда реально готов к этому переходу.

Противоречие между ожиданиями выпускников факультета «Мировая экономика и право» Сибирского государственного университета путей сообщения по профилю «Антикризисное управление» и реалиями побудило автора изучить факторы продвижения будущего выпускника на рынке труда.

В современной науке существует достаточно широкий круг исследований, посвященных различным аспектам самомаркетинга. При этом остаются недостаточно изученными вопросы осведомленности студентов об инструментах самомаркетинга.

Так, в ходе предварительной подготовки была определена цель маркетингового исследования – определение уровня осведомленности студентов выпускных курсов по профилю «Антикризисное управление» об инструментах самомаркетинга.

Самомаркетинг – относительно новое понятие в лексиконе рыночной экономики, представляет собой маркетинговое исследование специфического товара, которым является собственная (личная) рабочая сила [2, с. 3]. Самомаркетинг подразумевает под собой определенную программу действий личности для создания максимально благоприятных условий реализации себя как товара, в качестве рабочей силы, обладающей определенными навыками, умениями и знаниями.

Исследование, проведенное на базе Сибирского государственного университета путей сообщения с помощью анкетирования, выявило средний уровень осведомленности студентов об инструментах самомаркетинга. Респондентами выступили студенты 4 и 5 курсов факультета «Мировая экономика и право», профиля «Антикризисное управление» в количестве 54 человек.

Одним из наиболее важных инструментов самомаркетинга является определение этапа планирования поиска места работы. По результатам исследования было выявлено, что 48,5 % студентов только в начале поиска места работы, 27,3 – даже не начинали поиски, 21,2 – есть предварительная договоренность и 3% - знают о своем месте работы.

Для успешного трудоустройства на рынке труда необходимо использовать выгодные каналы поиска работы. По мнению студентов, наиболее эффективными каналами являются: родные друзья, знакомые; сайты компаний, специализированные сайты по трудоустройству. Наименее эффективными – базовые кафедры университета, деканат.

Анализ оценок ранжированного ряда профессиональных компетенций показал, что у всех опрашиваемых *наиболее сформированы* такие компетенции как:

1. Способность выявлять предпосылки возникновения и развития кризисов, кризисных процессов, ситуаций и явлений.

2. Способность применять методы анализа финансовой отчетности с целью определения признаков неплатежеспособности организации; способность участвовать в разработке и реализации мероприятий по выводу организаций из кризиса.

Наименее сформированы:

1. Владение методическим аппаратом диагностики признаков кризисной ситуации на основе изучения внутренней и внешней среды социально-экономической системы.

2. Умение использовать модели отечественной и зарубежной практики антикризисного управления и несостоятельности.

В целом, студенты оценивают свой уровень практической подготовки по выбранным профессиональным компетенциям как средний (66,6%).

Кроме компетенций немаловажным инструментом самомаркетинга является определение цены своему продукту.

По результатам опроса определено, что приемлемый уровень заработной платы в первый год работы после окончания университета – свыше 30 – 50 тысяч рублей, так считают 57,6% студентов.

В ходе проведенного исследования также обнаружено, что только лишь половина респондентов использует самомаркетинг для успешного продвижения на рынке труда. Хотя большинство опрошенных (76%) согласились с тем, что формирование маркетинговой культуры личности и развитие ее конкурентоспособности напрямую зависит от самомаркетинга. Однако лишь 55% опрошенных ориентированы на постоянное саморазвитие, личностное и профессиональное совершенствование в сложившихся жестких условиях конкуренции среди кандидатов на вакантное место топ-менеджера.

Человек, продвигающий себя на рынке, не должен переставать совершенствоваться – иначе его модель «товара» устареет, и он перестанет быть конкурентоспособным на рынке труда. Если следовать правилам и методом самомаркетинга в трудовой карьере можно добиться значительных успехов и усовершенствовать свои навыки, знания и умения. Итак, исследование показало, что именно самомаркетинг как фактор продвижения оказывает прямое влияние на карьеру антикризисного управляющего и повышает конкурентоспособность этого работника на профессиональном рынке труда.

Литература

1. Орлова М.Г. Технологии сорсинга в образовании. Достижения вузовской науки: сборник материалов XII Международной научно-практической конференции / под ред. С.С. Чернова. Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. С.143-147.

2. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д.: Феникс. 2003. 592 с.

СОЗДАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО РЕСУРСА «БАНК КОНТЕКСТНЫХ ЗАДАЧ С ЭКОНОМИЧЕСКИМ СОДЕРЖАНИЕМ» В РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «АФЛАТУН: СОЦИАЛЬНОЕ И ФИНАНСОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДЕТЕЙ»

Р.П. Комаров, А.Д. Ручьев, В.В. Эльман, Е.И. Илюхина,
научный руководитель Л.В. Форкунова
*Россия, Архангельская область, г. Северодвинск,
Северный федеральный университет им. М.В. Ломоносова,
филиал в г. Северодвинске*

Экономические последствия мирового финансового кризиса привели к тому, что практически во всех как развитых, так и развивающихся странах мира большое внимание стало уделяться уровню финансовой грамотности населения. Человек, имеющий высокий уровень финансовой грамотности, умеет ставить и достигать личные финансовые цели, может сам обеспечить свой жизненный цикл, вследствие чего имеет достаточно высокий уровень жизни и уверенность в будущем. Для государства