

Poruszanie się po rynku pracy

Moduł „Poruszanie się po rynku pracy” skupia się na przygotowaniu uczestników do skutecznego działania w dynamicznym środowisku zawodowym. Obejmuje on szereg kluczowych zagadnień i umiejętności, które są niezbędne dla Konsultantów Kariery i doradców zawodowych.

Adresaci modułu:

- **Konsultant Kariery, Coach** – freelancer, pracujący z osobami indywidualnymi, które poszukują nowej pracy, chcą zmienić branżę, czy zawód
- **Manager, Executive**, chcący świadomie budować swój wizerunek w sieci oraz śledzić trendy rynku pracy

Czego się nauczysz?

- Korzystania z nowoczesnych kanałów poszukiwania pracy, takich jak networking i headhunterzy, planowania skutecznych strategii poszukiwania zatrudnienia i identyfikacji grupy docelowej klienta.
- Budowania marki osobistej w kontekście kariery zawodowej, analizowania wpływu Personal Brandingu na tożsamość zawodową oraz budowania marki zarówno online, jak i offline.
- Przygotowania do różnych rodzajów rozmów kwalifikacyjnych online i offline, prezentacji podczas rozmów kwalifikacyjnych i budowanie strategii osiągnięcia zawodowych celów klienta.
- Zrozumienia i wsparcia procesu zmiany branży lub zawodu, pomagania klientom w osiągnięciu nowych celów zawodowych i budowania strategii zmiany kariery.
- Śledzenia i zrozumienia trendów na rynku pracy i rozwijania kompetencji osobistych w dynamicznym środowisku pracy.
- Zarządzania współpracą z klientem, definiowania wachlarza usług, oceny celów kariery klienta i diagnozowania działań potrzebnych do ich osiągnięcia.

Przedmioty wchodzące w skład modułu:

1. Kanały poszukiwania pracy, w tym networking, headhunterzy, aplikacja bezpośrednia

Przedmiot ten umożliwi studentom rozwijanie umiejętności niezbędnych do efektywnego wykorzystania nowoczesnych kanałów poszukiwania pracy oraz do planowania strategii zgodnych z celami klienta. Pomaga także zrozumieć specyfikę pracy z headhunterami, korzyści płynące z networkingu i składania aplikacji bezpośrednio do pracodawców. W rezultacie studenci będą przygotowani do skutecznej pomocy swoim klientom w procesie poszukiwania zatrudnienia.

Główne zagadnienia tego przedmiotu obejmują:

– *Poznanie i zrozumienie nowoczesnych kanałów poszukiwania pracy*: studenci zdobędą wiedzę na temat różnych nowoczesnych kanałów, które można wykorzystać podczas poszukiwania pracy.

– *Planowanie strategii poszukiwania pracy*: uczestnicy dowiedzą się, jak planować skuteczne strategie poszukiwania pracy, które obejmują aktywną komunikację z headhunterami, wykorzystanie networking oraz bezpośrednio składanie aplikacji do pracodawców.

– *Identyfikacja grupy docelowej klienta*: studenci nauczą się identyfikować grupę docelową klienta, co jest istotne dla skutecznego kierowania wysiłków w poszukiwaniu pracy.

– *Budowa strategii opartej na celach klienta*: skoncentrujemy się na budowaniu strategii poszukiwania pracy, które są dostosowane do konkretnych celów klienta.

2. Personal Branding

Ten przedmiot koncentruje się na zrozumieniu i rozwijaniu marki osobistej w kontekście kariery zawodowej. Uczestnicy programu zdobędą wiedzę na temat skomplikowanych aspektów personal branding oraz jego wpływu na ich ścieżkę zawodową. Przedmiot ten przybliży, co wpływa na kształtowanie tożsamości zawodowej, jak świadomie budować markę osobistą zarówno online, jak i offline, niezależnie od etapu kariery. Dzięki tej wiedzy studenci będą przygotowani do pomocy swoim klientom w budowaniu ich własnej marki osobistej na rynku pracy.

Główne zagadnienia tego przedmiotu obejmują:

– *Poznanie i zrozumienie personal branding*: studenci zdobędą wiedzę na temat złożoności i długości realizacji strategii personal branding oraz zrozumieją, jakie czynniki wpływają na budowanie tożsamości zawodowej.

– *Analiza wpływu na Executive Identity*: przedmiot ten pomaga w analizie, co wpływa na tożsamość zawodową (Executive Identity) i jakie czynniki kompetencji, umiejętności komunikacji i widoczności na rynku mają wpływ na markę osobistą.

– *Budowanie Personal Brandingu online i offline*: studenci nauczą się, jak świadomie budować swoją markę osobistą, zarówno w środowisku online, jak i offline, dostosowując ją do różnych etapów kariery.

– *Śledzenie trendów rynku pracy*: położymy nacisk na umiejętność śledzenia i dostosowywania się do zmieniających się trendów na rynku pracy, co jest kluczowe dla efektywnego zarządzania marką osobistą.

3. Przygotowanie do różnych rodzajów rozmów kwalifikacyjnych

Przedmiot skupia się na przygotowaniu uczestników do różnych rodzajów rozmów kwalifikacyjnych, zarówno online, jak i offline. Przedmiot umożliwi studentom zdobycie umiejętności niezbędnych do skutecznego wsparcia klientów w procesie przygotowania do rozmów kwalifikacyjnych. Pozwala także na świadome rekomendowanie strategii przygotowania dostosowanych do konkretnych rodzajów rozmów, co jest kluczowe dla sukcesu zawodowego klienta.

Program przedmiotu obejmuje następujące aspekty:

– *Zrozumienie potrzeby przygotowania do rozmów kwalifikacyjnych*: studenci poznają znaczenie przygotowania klienta do różnych rodzajów rozmów kwalifikacyjnych i zrozumieją, dlaczego jest to istotne dla sukcesu.

– *Prezentacja podczas rozmów kwalifikacyjnych*: skupimy się na umiejętnościach prezentacji podczas rozmowy kwalifikacyjnej, zarówno w formie online, jak i offline.

– *Budowanie strategii osiągnięcia celów klienta*: studenci nauczą się budować strategię osiągnięcia zawodowych celów klienta, co pomoże klientom lepiej przygotować się do rozmów kwalifikacyjnych.

– *Ocena poziomu trudności celu klienta*: przedmiot obejmuje ocenę poziomu trudności osiągnięcia celu klienta, co pozwoli na bardziej efektywne przygotowanie do różnych rodzajów rozmów kwalifikacyjnych.

4. Wsparcie w zmianie branży / zawodu

Przedmiot koncentruje się na zrozumieniu i wsparciu procesu zmiany branży lub zawodu. Studenci zdobędą umiejętności niezbędne do pomagania klientom w osiągnięciu ich nowych celów zawodowych, włączając w to budowanie strategii i świadome podejście do zmiany kariery.

Program przedmiotu skupia się na następujących aspektach:

- *Zrozumienie procesu zmiany branży / zawodu*: studenci poznają złożoność i długość procesu zmiany branży lub zawodu, co pozwoli im skuteczniej wspierać klientów w tym procesie.
- *Wsparcie klienta w zmianie kariery*: skupimy się na umiejętnościach wsparcia klientów, włączając w to budowę i realizację strategii osiągnięcia celów zawodowych klienta.
- *Psychologiczne aspekty zmiany branży / zawodu*: przedmiot uwzględnia aspekty psychologiczne związane z procesem zmiany branży lub zawodu oraz pomaga studentom w bezpiecznym i realnym przeprowadzeniu klienta przez tę zmianę.
- *Budowanie świadomości klienta*: studenci nauczą się budować świadomość klienta poprzez integrację wielu źródeł informacji oraz przedstawianie interpretacji, które pomogą klientowi poszerzyć swoją świadomość i osiągnąć uzgodnione cele kariery.
- *Radzenie sobie z różnymi sytuacjami klientów*: wytłumaczymy, jak radzić sobie z różnymi sytuacjami klientów, w tym wybierać właściwe strategie działania oraz określać poziom trudności osiągnięcia celów klienta.
- *Rekomendowanie strategii działania*: studenci zostaną przygotowani do rekomendowania strategii działania dostosowanych do potrzeb i poziomu trudności osiągnięcia celów klienta.

5. Trendy na rynku pracy i zadbanie o własny rozwój

Przedmiot skupia się na znaczeniu śledzenia i zrozumienia trendów na rynku pracy oraz konieczności ciągłego rozwoju osobistego jako Konsultanta Kariery. Uczestnicy zdobędą umiejętności niezbędne do utrzymania swojej wiedzy i umiejętności na bieżąco, co pozwoli im efektywnie doradzać swoim klientom w dynamicznym środowisku pracy.

Program przedmiotu skupia się na następujących aspektach:

- *Zrozumienie potrzeby śledzenia trendów na rynku pracy i rozwoju osobistego*: studenci dowiedzą się, dlaczego ważne jest śledzenie zmian i trendów na rynku pracy oraz dlaczego rozwijanie własnych umiejętności jest niezbędne w roli Konsultanta Kariery.
- *Diagnoza trendów rynkowych*: skupimy się na umiejętności diagnozowania aktualnych trendów na rynku pracy, co pozwoli efektywniej doradzać klientom.
- *Śledzenie trendów rynkowych i rozwój osobisty*: omówimy metody śledzenia trendów rynkowych oraz strategie utrzymania aktualności w wiedzy i umiejętnościach w obszarze kariery.
- *Świadomość poziomu wiedzy i umiejętności*: pomożemy studentom zrozumieć swoje obecne umiejętności i poziom wiedzy oraz uświadomiamy potrzebę ciągłego doskonalenia.

6. Zarządzanie pracą z klientem / definicja wachlarza oferty

Przedmiot skupia się na zarządzaniu procesem poszukiwania pracy klienta oraz definiowaniu wachlarza usług oferowanych przez Konsultanta Kariery. Studenci zdobędą umiejętności oceny celów kariery klienta w kontekście rzeczywistości rynkowej i dostosowywania strategii do indywidualnych potrzeb. Przedmiot ten obejmuje również umiejętność skutecznego współdziałania z klientem, korzystając z różnorodnych narzędzi i technik, aby pomóc im osiągnąć sukces zawodowy.

Program przedmiotu skupia się na następujących aspektach:

- *Poznanie i zrozumienie złożoności procesu poszukiwania pracy*: uczestnicy dowiedzą się, jak zrozumieć i ocenić proces poszukiwania pracy w kontekście zmieniających się warunków rynkowych.
- *Ocena celu kariery klienta*: skupimy się na umiejętności oceny celów kariery klienta w kontekście rzeczywistości rynkowej, dostosowując strategię do indywidualnych potrzeb klienta.
- *Diagnoza działań wymaganych do osiągnięcia celu kariery*: uczestnicy dowiedzą się, jak diagnozować i określać działania, które klient musi podjąć, aby osiągnąć zamierzony cel kariery.
- *Zakres i cel współpracy z klientem zgodnie z etyką zawodową*: omówimy etykę zawodową w kontekście współpracy z klientem oraz określimy odpowiedni zakres i cele tej współpracy.
- *Usługi wewnątrz (B2B) i zewnątrz organizacji (B2C)*: zaprezentujemy różnice między świadczeniem usług doradztwa kariery wewnątrz organizacji a usługami dla klientów indywidualnych.
- *Definicja wachlarza usług na przykładzie Career Angels*: przeanalizujemy wachlarz usług na przykładzie Career Angels, co pozwoli zrozumieć, dlaczego ważna jest różnorodność oferowanych usług i ich dostosowanie do potrzeb klienta.