

## КЛАССНЫЙ ЧАС

# «В МИРЕ ПРОФЕССИЙ»

Истинное сокровище для людей –  
умение трудиться.

Эзоп

### **Цель:**

Ознакомление с принципом обоснованного выбора профессии, разумного планирования профессиональной карьеры с учетом потребностей личностного самоопределения в условиях реального рынка труда.

### **Задачи:**

Расширить представление о различных профессиях.

Сформировать позитивное отношение к профессиональному росту.

Оказать помощь в осознанном профессиональном выборе.

**Формы работы:** внеклассное занятие

**Время проведения:** 40 минут

**Оборудование:** мультимедиапроектор, карточки с заданиями .

### **Проблема: Лишние люди на рынке труда**

Каждый год сотни тысяч молодых людей выходят на рынок труда; но очень многие - около половины - так и не находят применения своим знаниям и остаются за бортом. Сейчас, например, на российском рынке труда полно лишних юристов и экономистов. Зато очень престижными и востребованными стали инженеры-технологи, особенно в пищевой промышленности, строители, радиоэлектронщики, рабочие разных специальностей. А их-то как раз и не хватает. Получить диплом сейчас не проблема - только плати и занятия не прогуливай! Но после окончания учебы почти половина молодых специалистов пополняет армию безработных. Такое же положение и в других развитых странах. Например, в Западной Европе, по данным ООН, только 39% молодых людей от 15 до 24 лет обеспечены работой, в России этот показатель еще ниже - 31%. Почему же так получилось: с одной стороны - острая нехватка

специалистов, а с другой - безработица, лишние люди? Всеми виной ошибки при выборе профессии. Многие молодые люди, выбирая профессию, не учитывают своих способностей, гонятся за престижностью, модой, деньгами. В результате - разочарование, неверие в себя, ощущение своей не нужности и невостребованности. Чтобы избежать этого, нужно осознанно подходить к выбору профессии.

### **Ход классного часа**

#### **Интерактивная беседа по теме «Профессиональная характеристика»**

Классный руководитель. 3 слайд Пройдет совсем немного времени, и вам придется выбирать свой путь в жизни. И путь этот начнется с перекрестка, от которого расходятся не 3, как в сказке, а 50 тыс. дорог - именно столько сейчас существует профессий. И очень важно не ошибиться в выборе пути. Ведь от этого выбора зависит очень многое: и материальный достаток, и круг общения, и интересы, и счастье в жизни. Недаром говорят, что, выбирая профессию, человек выбирает свою судьбу.

**4 слайд.** Что же такое профессия? На доске написаны 4 слова, которые имеют отношение к профессиональной деятельности человека: профессия, специальность, квалификация, должность. Как бы вы объяснили различие между этими словами?

Обучающиеся дают ответы.

Классный руководитель. Подведем итоги. Я дам краткие определения этих понятий, а вы посмотрите, насколько вы оказались близки к истине.

Профессия - это трудовая деятельность человека, которая дает ему средства для существования и развития.

Специальность - вид занятий в рамках одной профессии.

Квалификация - это уровень профессионального мастерства.

Должность - это место, занимаемое человеком в организации.

Как видим, многие из вас дали правильные толкования всех этих слов. Все эти

#### **Групповая работа по теме «Самые нужные профессии»**

Классный руководитель. 5 слайд Ребята, как вы думаете, что будет, если все молокозаводы мира вдруг утратят выпуск продукции и все магазины будут забиты

молоком, сметаной, йогуртами и т. п.? (Эти продукты будет очень трудно продать, они начнут портиться, пропадут, а значит, пропадет чей-то труд, деньги, прибыль...)

Так же и на рынке труда. Если каких-то специалистов выпускают больше, чем нужно, они не могут найти работу, наступает безработица. Профессия, специальность, квалификация - это то, что продает человек на рынке труда. Время от времени одни профессии и специальности становятся очень нужными, востребованными, престижными, другие теряют свои позиции, а третьи вообще уходят в прошлое. Предлагаю вам составить списки таких профессий. Для этого разделимся на группы.

### **6 слайд**

Первая группа будет составлять список «Самые модные профессии».

Вторая группа - «Самые забытые профессии».

Третья группа - «Профессии, которые всегда нужны».

Четвертая группа - «Самые отважные профессии».

(Обучающиеся обсуждают, составляют списки.)

Послушаем, что у вас получилось.

Примерные списки профессий:

Самые модные: юрист, экономист, менеджер, топ-модель, телеведущий, веб-дизайнер, журналист, программист, автослесарь, нефтяник, пластический хирург, президент, спикер, эколог и т. п.

Самые забытые: конюх, камердинер, ключник, шорник, трубочист, бондарь, ямщик и т. п.

Профессии, которые всегда нужны: врач, учитель, дворник, строитель, шофер (водитель), парикмахер, милиционер, пекарь, земледелец, животновод, повар, бухгалтер, слесарь-водопроводчик и т. п.

Самые отважные: пожарный, каскадер, моряк-подводник, летчик-испытатель, космонавт, горноспасатель, автогонщик, сапер, шахтер, военный и т. п.

Конечно, здесь мы перечислили не все профессии. Их в мире, как я уже говорила, около 50 тыс. Но, выбирая себе специальность, мы ориентируемся не на весь мир, а на то общество, которое нас окружает, на страну, в которой живем.

**Деловая игра «Модная профессия»**

Классный руководитель. В последнее время на рынке труда появились совершенно новые профессии, названия которых не всегда даже запоминаются. Откуда появляются новые профессии и что же означают незнакомые названия? «Медиаплэннер», «криэйтор», «бренд-менеджер» привлекают внимание и вызывают необъяснимый трепет, особенно у людей старшего поколения. С развитием рыночных отношений в условиях конкуренции у любого производителя возникает необходимость так преподнести свой товар, чтобы он стал узнаваемым и раскупаемым. Появились специалисты, которые занимаются продвижением новых товаров на рынке: супервайзеры, мерчендайзеры, промоутеры, менеджеры по рекламе.

На Западе эти профессии возникли гораздо раньше, чем в России. Поэтому недавно появившиеся специалисты выходят на российский рынок с уже готовыми иноземными названиями. В современных экономических условиях у потребителя большой выбор. Чтобы помочь ему разобраться в обилии товаров и услуг, появляются новые специалисты, которые, достигая высот профессионализма, оправдывают необходимость существования своей профессии.

## 7 слайд

**Сейчас мы проведем деловую игру: один день из жизни компании «Виктория».** (обучающие вытаскивают по одной карточке с заготовленными профессиями, ведущий раздает им пояснения об их работе)

Я являюсь генеральным директором данной фирмы, а вы - сотрудники компании (группа обучающиеся класса).

Генеральный директор: Господа, мы собрались на очередное совещание. Наша фирма вот уже второй год занимается производством и сбытом школьной формы. Хочу представить вам известного имиджмейкера.

Имиджмейкер: Доброе утро, господа. Моя профессия – имиджмейкер. Имиджмейкер помогает создать образ преуспевающего человека. Он определяет типаж клиента, опираясь на линии его фигуры и лица, подбирает одежду, прическу и обувь, выявляет стиль, создает профессиональный образ и даже корректирует поведение клиента. Имиджмейкеру необходимо знать правила макияжа, стилей одежды, основы психологии и этикета, значение поз, жестов, мимики. Он может научить грамотной речи, использованию специальной терминологии. Должен уметь предугадывать ситуации, разбираться во всех

мелочах, убедить клиента в важности перемен во внешности, в поведении, в речи.

Генеральный директор: Прошу представить результаты своей работы маркетологов.

Рассказ о профессии маркетолога

*Маркетолог* (буквально “изучающий рынок”). Проводит маркетинговые исследования по предложениям и спросу на определенную продукцию. Главная задача маркетолога: знать законы рынка, чтобы использовать их для достижения максимального результата в бизнесе.

На основе исследований рынка специалист составляет маркетинговый план, на базе которого руководство принимает решение о товарном ассортименте.

Маркетолога отличает творческий подход к работе: создание интересной и востребованной продукции, организация рекламной кампании, налаживание эффективной системы реализации, продвижение товара на рынке.

Необходимые качества маркетолога: склонность к умственной, аналитической работе; творческие способности; интуиция; нестандартный взгляд на привычные вещи и явления; умение стойко переносить неудачи; делать выводы даже из явно “провалившегося” дела.

Генеральный директор: Итак, мы теперь представляем всю стратегическую картину нашего производства. Прошу сотрудников компании ознакомить гостей с вашими профессиями.

Выступления сотрудников.

*Бренд-менеджер* (бренд от англ. – клеймо) – основной носитель и реализатор идеи бренда. Бренд – хорошо знакомая торговая марка. Работа бренд-менеджера: он должен придумать торговую марку фирмы и сделать ее известной и хорошо узнаваемой, продукция должна отличаться.

Должен знать законы рекламы, информацию о рынке, о конкурирующих фирмах, маркетинг, связи с общественностью. Качества: надежность, ответственность, организованность, самостоятельность, инициативность, энергичность, способность к творчеству, коммуникабельность.

*Арт-директор* (то же самое, что и криэйтор): уделяет больше внимания художественному направлению в деятельности компании; разрабатывает макеты журналов, книг, газет; решает все вопросы, связанные с дизайном; отвечает за

строгое соблюдение единого фирменного стиля всех выпускаемых печатных изданий.

Работают арт-директоры в рекламных агентствах, на радиостанциях, в телевизионных компаниях, издательских домах, web-студиях.

Должен обладать: творческими способностями; творческим чутьем; творческой смелостью; гибкостью мышления; хорошо развитым воображением; незаурядным чувством юмора; безупречным вкусом; широким кругозором; владеть даром убеждения и презентационными навыками, т.е. уметь представить свою идею заказчику.

*5. Логистик (логист) – (от греч. “искусство вычислять, рассуждать”)*

От них зависит финансовое благополучие многих компаний. Они экономят деньги, а не зарабатывают их.

Основная задача: при минимуме затрат достичь максимальной пользы и прибыли.

Сфера деятельности: разнообразные торговые, складские и транспортные операции.

Цель: достижение эффективности каждого подразделения и максимальной экономии средств и ресурсов.

Функции логиста: связать воедино все звенья и цепочки «закупка – перевозка – растаможивание – страхование – складирование – упаковка – продажа»; оценивать результативность и вероятные последствия того или иного решения; принимать участие в планировании производства и рынков сбыта.

Логисту необходимо иметь: аналитический ум и системное мышление; интуицию; умение быстро находить выход из сложных ситуаций; навыки общения с людьми; глубокие знания математики, техники, экономики, действующего законодательства и принципов бизнеса.

*6. Медиапленнер* – специалист рекламного агентства. Он отвечает за выбор подходящих средств массовой информации для размещения рекламных материалов.

Медиапленнер планирует и дает рекомендации по наиболее выгодному вложению средств, выделяемых на рекламирование того или иного товара, раскрутку названия фирмы либо торговой марки – бренда. Другими словами, он определяет круг газет, журналов, радио- и телеканалов, даже Интернет-изданий, которые смогли бы обеспечить максимальную доступность рекламной

информации той аудитории, которая является потенциальным потребителем продукции.

Эта профессия появилась совсем недавно, в начале 90-х годов.

Необходимые качества: эрудированность и интеллект; хорошие знания существующих на сегодняшний день средств массовой информации, их направленности и аудиторий; ориентирование в интересах, вкусах, предпочтениях разных групп населения; уметь предугадать, какая информация, событие, издание и программа смогут заинтересовать нба данный момент; находиться в курсе политических, культурных событий, всех новинок в мире прессы, теле- и радиовещания, Интернет-изданий.

*7. Мерчендайзер* – специалист, который выигрышно представляет товары своей фирмы.

Задача мерчендайзера: покупатель, придя в магазин, должен приобрести товар именно его компании.

Обязанности мерчендайзера: выигрышно подать товар своей фирмы: повесить плакат с видом товаров именно там, где нужно, чтобы покупатель захотел приобрести только его; поддерживать порядок на полках: покупателю неприятно брать в руки запыленную или помятую коробку; следит за сроками годности продукции и за тем, чтобы каждый товар имел ценник: ведь иногда именно стоимость товара играет решающую роль в покупке товара; следит за спросом продукции, за ценами конкурентов на аналогичный товар; все сведения представляет в маркетинговый отдел компании и таким образом влияет на процесс продаж.

Мерчендайзеру необходимо знать: психологию покупателя; как сделать хорошее освещение; уметь расположить рекламные стойки в магазине; уметь так расположить полки, витрины, чтобы у покупателя была возможность свободно подойти к товарам.

Генеральный директор: Господа, вы познакомились со всеми специалистами фирмы “Виктория”. Теперь прошу пройти в свои отделы и разработать проекты по направлениям работы.

Задания для рабочих групп:

Бренд-менеджер: придумать свой бренд – торговую марку.

Криэйтор: предложить разный дизайн школьной формы.

Логист: продумать, как сэкономить время, деньги компании.

Медиапленнер: придумать рекламные акции.

Мерчендайзер: написать рекламную статью.

Генеральный директор: Всем группам дается 5 минут, для того чтобы подготовиться и устроить презентацию вашего проекта. Регламент – 2 минуты.

Подготовка проектов и выступления групп в ходе классного часа..

Генеральный директор: Итак, господа, за короткий срок нам удалось разработать проект новой коллекции нашей компании “Виктория”. Вы показали все необходимые качества новых профессий: хороший вкус, творческую смелость, гибкость мышления, умение работать с людьми. Надеюсь, что время, проведенное с нами, принесло много положительных эмоций.

### **Проблемная ситуация «Чей это выбор?»**

#### **Слайд 8**

Классный руководитель. Один ученый, написавший книгу о выборе профессии, много лет проработал в школе и всегда интересовался дальнейшей судьбой своих учеников. При встрече он задавал им неизменный вопрос: «Доволен ли ты избранной профессией?» И получал удручающий ответ: примерно каждый третий (!) ошибся в своем выборе, и каждый второй признавался, что не совсем доволен, и если бы начинать сначала, то, наверное, пошел бы по иной стезе. Почему же так много молодых людей ошибается в своем выборе? Как вы считаете?

#### **Примерные ответы обучающихся:**

«Давят» родители.

Идут за модой.

Ничего не знают о профессии, которую выбрали.

Выбирают «за компанию».

Не хотят узнавать о негативных сторонах профессии.

Не имеют способностей и наклонностей к этой профессии.

Подражают героям кино и телесериалов.



Классный руководитель. Вы перечислили самые распространенные причины ошибок в выборе профессии. Это давление родителей, отсутствие знаний о выбранной профессии, погоня за модой, переоценка собственных сил и способностей. Но как же тогда правильно выбрать профессию?

## **8 слайд**

На самом деле выбор профессии «стоит на трех китах»:

### **ХОЧУ, МОГУ, НАДО.**

Давайте подробнее на них остановимся: **ХОЧУ** – личные цели, интересы, потребности.

**МОГУ** – учет своих возможностей, способностей, состояния здоровья.

Здесь можно вспомнить слова И.А.Крылова «Берись за то, к чему ты склонен, коль хочешь, чтоб в делах успешный был конец».

**НАДО** – потребности рынка труда. В мире существует более 50 000 профессий. Одни из них очень распространенные – врач, учитель, продавец... Другие насчитывают единицы.

Итак, хочу - это все, что мне нравится, к чему лежит душа;

могу - это все, что мне по силам, по способностям;

надо - это все, что нужно для общества, страны.

Вместе получается формула осознанного выбора профессии. Осознанный выбор - это такой выбор, при котором человек учитывает и личные устремления (хочу), и свои возможности (могу), и потребности общества в этой профессии именно в данный момент (надо).

### **Заключительное слово**

## **10 слайд**

Классный руководитель. Сегодня вы узнали о разных профессиях, о том, как правильно выбирать свое дело в жизни. Задача эта нелегкая, к ней надо готовиться уже сейчас. А, чтобы профессия радовала, приносила удовольствие, нужно, чтобы она соответствовала вашему складу характера, мышления, психики. Для этого надо узнавать себя, изучать себя, наблюдать за собой, знать свои сильные и слабые стороны.

Если человек не знает,

к какой пристани он держит путь,  
для него ни один ветер  
не будет попутным.

Сенека (Древнеримский философ).

Д. Рокфеллер сказал: Ваше благополучие зависит от ваших собственных решений».

У мудрых китайцев есть такая пословица: «Человек без улыбки на лице не должен открывать свой магазин».

Виктор Гюго писал: «Правильный выбор профессии позволяет реализовать свой творческий потенциал, избежать разочарования, оградить себя и свою семью от нищеты и неуверенности в завтрашнем дне».

Лев Толстой: «Важно не то место, которое мы занимаем, а то направление, в котором мы движемся».

И.А.Крылов: «Берись за то, к чему ты склонен, коль хочешь, чтоб в делах успешный был конец».