**Содержание**

1. Типы и этапы карьеры
2. Выбор карьеры
3. Фазы развития профессионала
4. Планирование карьеры

##### Условия карьеры

1. Управление карьерой
2. Влияние имиджа на карьеру

Список литературы

##### Типы и этапы карьеры

Карьера — это результат осознанной позиции и поведения человека в области трудовой деятельности, связанный с должностным или профессиональным ростом.

Карьеру — траекторию своего служебного движения — человек строит сам, сообразуясь с особенностями внутри- и внеорганизационной реальности и главное — со своими собственными целями, желаниями и установками.

Можно выделить несколько принципиальных траекторий движения человека в рамках профессии или организации, которые приведут к разным типам карьеры.

1. Профессиональная карьера — рост знаний, умений, навыков. Профессиональная карьера может идти по линии специализации углубления в одной, выбранной в начале профессионального пути, линии движения) или транспрофессионализации (овладение другими областями человеческого опыта, связанное, скорее, с расширением инструментария и областей деятельности).

2. Внутриорганизационная карьера — связана с траекторией движения человека в организации. Она может идти по линии:

• вертикальной карьеры — должностной рост;

• горизонтальной карьеры — продвижение внутри организации, например работы в разных подразделениях одного уровня иерархии;

• центростремительной карьеры — продвижение к ядру организации, центру управления, все более глубокое включение в процессы принятия решений.

Встречаясь с новым сотрудником, менеджер по персоналу должен учитывать этап карьеры, который он проходит в данный момент.

Это может помочь уточнить цели профессиональной деятельности данного сотрудника, степень динамичности и главное — специфику индивидуальной мотивации. Представим краткое описание этапов карьеры а таблице 1.

###### Таблица 1

Этапы карьеры

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Этап карьеры | Возрастной период | Краткая характеристика | Особенности мотивации (по А. Маслоу) |
| 1. Предварительный
2. Становление
3. Продвижение
4. Завершение
5. Пенсионный
 | До 25 летДо 30 летДо 45 летПосле 60 летПосле 65 лет | Подготовка к трудовой деятельности, выбор области деятельностиОсвоение работы, развитие профессиональных навыковПрофессиональноеРазвитиеПодготовка к переходуна пенсию, поиск и обучение собственнойсменыЗанятие другими видами деятельности | Поиск самовыраженияв новой сфере деятельностиБезопасность, социальноепризнаниеСоциальное признание,независимостьСоциальное признание, самореализацияУдержание социального признания |

Для оценки особенностей личности, оптимизации выбора сферы профессиональной деятельности в начале профессионального пути важно учитывать тип личности человека, область деятельности.

Наиболее операциональной для данной цели считается типология личностей Дж. Голланда (табл. 2).

###### Таблица 2

Типология личностей Дж. Голланда

|  |  |
| --- | --- |
| Тип личности | Содержание деятельности |
| 1.Реалистический2. Исследовательский3. Артистичный4. Социальный5. Предпринимательский6. Конвенциональный | Ориентация на манипулирование инструментами и механизмамиОриентация на поискОриентация на эмоциональные проявления, самопрезентациюОриентация на взаимодействие с людьмиОриентация на влияние на людейОриентация на манипулирование данными, информацией |

Рис 1. Типология личностей Дж. Голланда

1. **Выбор карьеры**

Хотя по концепции Голланда один из типов всегда доминирует, человек может приспосабливаться к условиям, используя стратегии двух и более типов.

Чем ближе ориентации (секторы в круге) доминирующей и второй (третьей) ориентации, тем ближе типы личности. Учитывая содержание доминирующих и недоминирующих ориентаций, можно выбирать те виды деятельности, которые ближе человеку и в которых он будет более успешен. Если доминирующая и следующие ориентации далеки друг от друга, карьеру выбирать сложнее.

Другой типологией, которая может быть использована в целях выбора карьеры, является типология Е.А. Климова. Все виды деятельности разделены по предметам труда:

Тип П — «человек — природа»: ведущий предмет труда — растения, животные, микроорганизмы.

Тип Т — «человек — техника»: ведущий предмет труда — Технические системы, вещественные объекты, материалы, различные виды энергии.

Тип Ч — «человек — человек»: ведущий предмет труда — люди, группы, коллективы, общности людей.

Тип З — «человек — знак»: ведущий предмет труда — условные знаки, цифры, коды, естественные или искусственные языки.

Тип X — «человек — художественный образ»: ведущий предмет труда — художественные образы, условия их построения.

Менеджер по персоналу, как правило, сталкивается с уже определившимся профессионалом, однако важно знать, как человек сделал свой выбор. Можно выделить следующие основные ситуации выбора профессии (табл. 3):

Таблица 3

|  |  |
| --- | --- |
| 1.Традиция | Вопрос о выборе не возникал в силу традиции, обычаев |
| 2.Случай | Выбор произошел случайно в силу некоего события |
| 3. Долг | Выбор профессии связан с представлением о долге, о своей миссии, призвании или обязательствах перед людьми |
| 4. Целевой выбор | Выбор связан с сознательным определением целей профессиональной деятельности, исходя из анализа реальных проблем и путей их решения (до момента выбора знает о будущей профессиональной деятельности) |

1. **Фазы развития профессионала**

Этап карьеры (как точка на временной оси) не всегда связан с этапом профессионального развития. Человек, находящийся на этапе продвижения, в рамках другой профессии может не быть еще высоким профессионалом. Поэтому важно разделять этап карьеры (временной период развития личности) и фазы развития профессионала (периоды овладения деятельностью).

В соответствии с фазами развития профессионала различают: оптант (фаза оптации). Человек озабочен вопросами выбора и вынужденной перемены профессии и делает этот выбор. Точных хронологических границ здесь, как и в отношении других фаз, быть не может, поскольку возрастные особенности задаются не только физиологическими, но и многоаспектными условиями культуры;

**адепт** (фаза адепта). Это человек, уже вставший на пуп, приверженности профессии и осваивающий ее. В зависимости от профессии это может быть и многолетний, и совсем кратковременный процесс (например, простой инструктаж);

**адаптант** (фаза адаптации, привыкания молодого специалиста к работе). Как бы ни был налажен процесс подготовки того или иного профессионала в учебном заведении, он никогда не подходит «как ключ к замку» производственной работе;

**интернал** (фаза интернала). Опытный работник, который любит свое дело и может вполне самостоятельно, все более надежно и успешно справляться с основными профессиональными функциями, что признают товарищи по работе, по профессии;

**мастер** (продолжающаяся фаза мастерства). Работник может решать и простые, и самые трудные профессиональные задачи, которые, быть может, не всем коллегам по плечу;

**авторитет** (фаза авторитета, как и фаза мастерства, суммируется также с последующей). Мастер своего дела, уже хорошо известный в профессиональном кругу или даже за его пределами (в отрасли, в стране). В зависимости от принятых в данной профессии форм аттестации работников он имеет те или иные высокие формальные показатели квалификации;

**наставник** (фаза наставничества). Авторитетный мастер своего дела, в любой профессии «обрастает» единомышленниками, перенимателями опыта, учениками.

Фазы развития профессионала можно представить следующей схемой (рис. 2):

*Наставник*

*Aвmopumem*

*Интернал*

*Macmep*

*Адепт*

*Адаптант*

*Оптант*

Рис. 2. Фазы развития профессионала

1. **Планирование карьеры**

Одно из направлений кадровой работы в организации, ориентированное на определение стратегии и этапов развития и продвижения специалистов, планирование карьеры.

Это процесс сопоставления потенциальных возможностей, способностей и целей человека с требованиями организации, стратегией и планами ее развития, выражающийся в составлении программы профессионального и должностного роста.

Перечень профессиональных и должностных позиций в организации (и вне ее), фиксирующий оптимальное развитие профессионала для занятия им определенной позиции в организации, представляет собой карьерограмму, формализованное представление о том, какой путь должен пройти специалист для того, чтобы получить необходимые знания и овладеть нужными навыками для эффективной работы на конкретном месте.

Планированием карьеры в организации могут заниматься менеджер по персоналу, сам сотрудник, его непосредственный руководитель (линейный менеджер). Основные мероприятия по планированию карьеры, специфичные для разных субъектов планирования, представлены в табл. 4.

###### Таблица 4

|  |  |
| --- | --- |
| Субъект планирования | Мероприятие по планированию карьеры |
| Сотрудник  | Первичная ориентация и выбор профессииВыбор организации и должностиОриентация в организацииОценка перспектив и проектирование ростаРеализация роста |
| Менеджер по персоналу | Оценка при приеме на работуОпределение на рабочее местоОценка труда и потенциала сотрудниковОтбор в резервДополнительная подготовкаПрограммы работы с резервомПродвижениеНовый цикл планирования |
| Непосредственный руководитель (линейный менеджер) | Оценка результатов трудаОценка мотивацииОрганизация профессионального развитияПредложения по стимулированиюПредложения по росту |

**5. Условия карьеры**

Продвижение по службе определяется не только личными качествами работника (образование, квалификация, отношение к работе, система внутренних мотиваций), но и объективными.

Среди объективных условий карьеры:

• высшая точка карьеры — высший пост, существующий в конкретной рассматриваемой организации;

• длина карьеры — количество позиций на пути от первой позиции, занимаемой индивидуумом в организации, до высшей точки карьеры;

• показатель уровня позиции — отношение числа лиц, занятых на следующем иерархическом уровне, к числу лиц, занятых на том иерархическом уровне, где находится индивидуум в данный момент своей карьеры;

• показатель потенциальной мобильности — отношение (в некоторый определенный период времени) числа вакансий на следующем иерархическом уровне к числу лиц, занятье на том иерархическом уровне, где находится индивидуум.

В зависимости от объективных условий внутриорганизационная карьера может быть перспективной или тупиковой — у сотрудника данной организации может быть либо длинная карьерная линия, либо очень короткая.

Менеджер по персоналу уже при приеме кандидата должен спроектировать возможную карьеру и обсудить ее с кандидатом исходя из индивидуальных особенностей и специфики мотивации. Одна и та же карьерная линия для разных сотрудников может быть и привлекательной, и неинтересной, что существенным образом скажется на эффективности их дальнейшей деятельности.

В последнее время большинство предприятий особое внимание уделяет планированию карьеры своих сотрудников, ведь правильное использование внутреннего кадрового потенциала становится более выгодным, чем привлечение персонала со стороны (извне) — это связано с необходимостью как включения нового сотрудника м корпоративную культуру, так и обязательной доподготовки сотрудника к началу работы в организации, поскольку все большее значение приобретает специализация, задаваемая спецификой конкретной внутрифирменной технологии.

**6. Управление карьерой**

Для создания эффективной системы управления карьерой сотрудника в организации должны быть созданы три взаимосвязанные подсистемы внутри организации:

1) подсистема исполнителей — содержит сведения о способностях, интересах, мотивах сотрудников.

2) подсистема работ — содержит информацию о всевозможных заданиях, проектах, индивидуальных ролях, исполнение которых необходимо для организации.

3) подсистема информационного обеспечения управления — объединяет сведения об исполнителях, работах и принятой практике перемещения сотрудников, назначения их на определенные виды работ и должностей.

Наличие этих трех подсистем дает возможность создать внутрикорпоративный рынок труда, проводить открытые конкурсы на подбор исполнителей под определенные виды работ и предоставлять сотрудникам открытую информацию о возможных траекториях их движения в организации.

Создание подобной системы даст возможность реализовать маркетинговый подход к персоналу, в рамках которого появляется возможность совместить интересы сотрудников, ориентацию на реализацию своих интересов и потребностей с интересами организации, включающие в себя и цели товарного и финансового маркетинга.

Безусловно, в зависимости от типа корпоративной культуры реализация этого подхода к планированию карьеры будет воплощаться в различных сценариях и типах кадровых мероприятий.

Но важным становится необходимость самой организации проводить внутренний мониторинг потребностей в персонале, ориентированных на удовлетворение постоянно изменяющихся опросов на новые типы работ.

**7.Влияние имиджа на карьеру**

Возьмем, к примеру, профессию телеведущего. В нейприоритетный фактор успеха – умение нравиться публике. Не многие ведущие имеют персональных консультантов по имиджу, поэтому им следует уделить особое внимание технологии самопрезентации, т.е. технологии подачи себя, привлечения внимания телезрителей к своим лучшим личностным и профессиональным качествам.

Самопрезентация помогает овладеть реальным механизмом эффективного воздействия внешнего облика людей друг на друга. В.М. Шепель в книге «Имиджеология: Секреты личного обаяния» пишет: «Чем значительнее замыслы и претензии личности, тем более она озабочена своим имиджем. У такой личности стремление к созданию яркого имиджа – мощный внутренний мотиватор, побуждающий её на огромную работу над собой, на преодоление в себе всего того, что мешает быть лидером или звездой... Отсутствие внешних данных не перекрывает дорогу к личному имиджу. Только надо хотеть или уметь наилучшим образом самовыразить свои сильные личные качества. Более того, в каждом имеется дарование нравиться людям... чем больше прилагается усилий нравиться людям, тем ярче высвечиваются интеллектуальные, художественные, телесные и информационные характеристики личности».

В технологию самопрезентации В.М. Шепель входят четыре мини-технологии:- *визуализация облика,- коммуникативная механика,- флюидное излучение,- вербальный эффект.* Самая выразительная часть личного имиджа – лицо. Создать привлекательную мимику – одна из важных профессиональных проблем телеведущего. Обозначим основные приёмы решения проблемы создания внешнего облика телеведущего:

Гигиена кожи лица - телеведущему, как человеку публичной профессии, необходимо следить за кожей лица. Макияж - как женщинам, так и мужчинам нельзя появляться перед камерой без профессионально сделанного макияжа. Причёска - ведущему важно уметь оценить, насколько форма, цвет и структура причёски «работают» на него перед камерой. Глаза - макияж глаз для выразительности взгляда. Одежда ***-*** необходимо исходить из жанра передачи, если это новости, то одежда должна быть строгой, в то время как ведущие развлекательных программ могут позволить себе стилевое и цветовое разнообразие. Важно, чтобы цвет одежды гармонировал с цветом кожи, тоном волос, он должен идти ведущему и не контрастировать с общим оформлением студии. Выбирая цвет одежды, лучше избегать крайностеймимика есть опредмеченное проявление чувств и мыслей людей. Телеведущий всегда должен помнить, что поза, жесты говорят часто гораздо больше, чем слова. Они должны соответствовать содержанию того, что происходит на экране.

Вывод: Правильно и эффективно презентовать себя, свои профессиональные данные не так уж и просто. Имидж телеведущего, например, складывается из усилий многих специалистов – модельеров, визажистов, парикмахеров, но решающая роль в его создании принадлежит специалисту, который научает личность искусно использовать их помощь – мимически, манерно, коммуникабельно, риторически.

Американская исследовательница по имиджу Лилиан Браун (имиджмейкер пяти американских президентов от Кеннеди до Картера) считает, что «профессиональный навык сам по себе не обеспечит вам работы или повышение по службе. Для этого нужно располагать к себе людей, с которыми работаешь, то есть необходимо создать нужный имидж. Считается, что люди судят о нас по внешнему впечатлению, которое мы производим в течение первых пяти секунд разговора. Именно такие качества личности, как внешность, голос, умение вести диалог, могут сыграть решающую роль и в вашей карьере, и во всей жизни».

Развитие карьеры работника всегда регулируется потребностью предприятия, на котором он работает, и стремление к этому самого работника.

Но администрации предприятия и тем, от кого эта карьера зависит, следует иметь в виду, что карьера должна быть управляемым процессом, т. е. плановым. При этом планирование должно осуществляться на перспективу, т. е. должно быть долговременным и увязываться с планами развития предприятия. В то же время планирование и организация карьеры, являясь элементом планирования кадров, не может носить директивный характер, т. е. со временем могут меняться интересы работников, их ориентация и т. д., меняются планы предприятия.

Другими словами, при поступлении на работу человек ставит перед собой определенные цели, но, в то же время, и организация, принимая его на работу также преследует свои определенные цели, поэтому необходимо уметь реально оценивать свои деловые качества. Человек должен уметь соотнести свои деловые качества с теми требованиями, которые ставит перед ним организация, его работа. От этого зависит успех всей его карьеры.

**Список литературы**

1. Климов Е.А. Психология профессионала. — М., 2006.

2. Николсон Н. Развитие карьеры в организации: проблемы и опыт передовых компаний Запада. Управление персоналом. //Проблемы теории и практики управления. Вып. 9, 2005.

3. Управление персоналом: Учебник для вузов /Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М: ЮНИТИ, 2002.

4. Иванцевич Дж.М., Лобанов А.А. Человеческие ресурсы управления. — М.: Дело, 2003.

5. . Управление персоналом организации./ Под ред. А. М. Кайбанова. -М.: Инфра-М, 1998.