

DR IWONA BUTMANOWICZ-DEBICKA

*„Kompetencje zawodowe w opiniach
pracodawców w świetle badań
empirycznych.”*

KREATYWNE FUNKCJE MEDIÓW.

WPLYW MEDIÓW NA:

Sposób definiowania rzeczywistości społecznej – ujęcia teoretyczne, przegląd stanowisk.

Obrazy funkcjonalne – sektory zatrudnienia, typy pracy.

Dynamika procesów społecznych i jej wpływ na ewolucję pojęcia.

Kształtowanie ścieżek rozwoju zawodowego i osobistego (A. Bandura)

Język komunikacji zawodowych – wpływ mediów na procesy komunikacji w obszarze pracy, utrudniania komunikacyjne.

Manipulacja obrazem rynku pracy.

BADANIA FOKUSOWE.

Cechy badań fokusowych.

Wady i zalety fokusów.

Dynamika, spontaniczność, zmienność opinii – wpływ emocji i grupy, konformizm grupowy.

Fokusy w grupach pracodawców :

cel,

narzędzie,

przebieg badań,

Konstrukty teoretyczne jako pochodna praktyki i sytuacji.

KONCEPCJE OSOBOWOŚCI PRACOWNICZEJ.

Kompetencje zawodowe: kompetencje kluczowe, kompetencje pożądane,

Problem zmienności kompetencji bazowych – obraz kompetencji mobilnych,

Dynamika sytuacji pracy i ekwiwalentność kompetencja zawodowych ,

Zmienne oczekiwania, sprzeczne wymagania.

Cechy charakterologiczne jako elementy dołączane do pojęcia kompetencji zawodowych – paradoksalne oczekiwania.

Problemy kształtowania kompetencji.

PRZEBIEG I EFEKTY BADAŃ FOKUSOWYCH W GRUPACH PRACODAWCÓW.

Przebieg badań.

Trudności z definiowaniem wymogów kompetencyjnych stawianych pracownikom.

Dominujące stanowiska.

Trudności z łączeniem poszczególnych kompetencji w modele.

Sposoby uzasadniania wymogów kompetencyjnych.

Uzasadnienia oczekiwań.

Przewidywanie zmian.

CECHY CHARAKTEROLOGICZNE JAKO ELEMENTY DOŁĄCZANE DO POJĘCIA KOMPETENCJI.

Osobowość pracownicza – idealizacje i pragmatyka.

Cechy osobowościowe a stanowiska pracy – niezbędne wymogi versus wygórowane życzenia.

Zjawisko nadmiernych oczekiwań pracodawców – paradoksalne modele kompetencji.

Rynek pracy – impulsy i dynamika.

Obiektywizm i subiektywizm ocen : modele wzorcowego pracownika, konkretnego kandydata, stażysty, praktykanta.

Współpraca z uczelniami: postulaty.

POJĘCIE KOMPETENCJI W LITERATURZE PRZEDMIOTU I W PRAKTYCE: PRÓBA PORÓWNANIA W ODNIESIENIU DO GRUP BADANYCH PRACODAWCÓW.

Rozumienie pojęcia kompetencji w literaturze polskiej i literaturze zagranicznej ostatnich 15 lat.

Spory definicyjne. Pojęcia” rozmyte”, definicje nieoperacyjne, sprzeczności definicyjne. Przydatność pojęcia.

Kwalifikacje a kompetencje.

Podziały kompetencji.

Uporządkowanie, czy dezinformacja? – modele kompetencji.

Rozumienie kompetencji przez pracodawców – analiza i ocena wyników

KOMPETENCJE ZAWODOWE - SPOŁECZNE FUNKCJE POJĘCIA W ŚWIETLE LITERATURY PRZEDMIOTU I EFEKTÓW PRZEPROWADZONYCH BADAŃ:

Osobowość marketingowa (A. Finkelkraut)

Cechy obiektywne/ cechy subiektywne.

Sposoby formułowania cech osobowości marketingowych :

Kulturowe,

Funkcjonalne,

Sytuacyjne,

Narracja czy komunikacja?

INDYWIDUALNE DEFINIOWANIE POJĘCIA – SPOSOBY ROZUMIENIA TERMINU KOMPETENCJE ZAWODOWE W GRUPACH STUDENCKICH :

efekty badań sondażowych :

próba kwotowa /196 osób, wyniki się nie sumują/

Kompetencje to :

1. „program kształcenia” – 42%
2. „coś co należy napisać w CV” – 32%
3. „ różne wymagania pracodawców” – 30%
4. „coś czego nauczę się w pracy” – 31%
5. „nie potrafię odpowiedzieć” – 18%
6. „uprzejmość, pewność siebie” (cechy osobiste) – 10%

DEFINIOWANIE KOMPETENCJI TWARDYCH W GRUPACH PRACODAWCÓW

znajomość języków obcych

obsługa komputera

przedmioty inżynierskie

planowanie pracy

Definiowanie kompetencji miękkich :

- praca w zespole
- znajomość języków obcych
- zaradność
- umiejętność dostosowania się
- spryt
- uległość/konformizm

- 40% badanych studentów definiuje właściwie pojęcie kompetencje zawodowe – tzn. wymienia co najmniej 3 kompetencje i potrafi je scharakteryzować zgodnie z ich słownikowym i funkcjonującym w literaturze przedmiotu znaczeniem.
- 50% badanych nie rozróżnia kompetencji twardych i miękkich,
- 24% nie potrafi trafnie nazwać ani jednej kompetencji zawodowej;
- 16% utożsamia kompetencje twarde i miękkie z dokumentami : ukończenia studiów, kursów, itp.
- 60% potrafi trafnie podać nazwy 3,4 kompetencji - ale tylko 12% z tej grupy potrafi je zoperacjonalizować.

ROZUMIENIE KOMPETENCJI PRZEZ KRAKOWSKICH PRACODAWCÓW – EFEKTY BADAŃ FOKUSOWYCH (8 FIRM)

tylko twarde (jakie?)

tylko miękkie (jakie?)

twarde i miękkie (jakie?)

ogólne sformułowania,

przesadne wymagania,

sprzeczne wymagania,

brak jednolitych stanowisk,

OCZEKIWANE PRZEZ PRACODAWCÓW MODELE RELACJI PRACODAWCY – UCZELNIE.

Formy współpracy.

Struktura relacji – modele pożądane, modele realistyczne, modele wzorcowe.

Częstotliwość kontaktów.

Sposoby współpracy.

Oczekiwane efekty.

REKOMENDACJE :

Stosowanie pojęcia *kwalfikacje* w odniesieniu do części kompetencji twardych

Stosowanie terminu *predyspozycje* w stosunku do kompetencji miękkich

Połączenie kompetencji z opisem konkretnego stanowiska pracy

Skonkretyzowanie i urealnienie branżowych opisów kompetencji

Wprowadzenie przez pracodawców precyzyjnego opisowego podziału poziomu kompetencji/kwalifikacji, poprzez określenie zakresu wymaganych umiejętności :

- _kompetencje wysokie
- _kompetencje średnie
- _kompetencje dostateczne

Ograniczenie multiplikowania kompetencji-nazw i włączania do nich cech