

**Профессиональные мероприятия как инструмент развития компетенций
молодых специалистов**

Чернушевич Светлана Валерьевна

Студент (специалист)

Сибирский государственный аэрокосмический университет имени академика М.Ф.

Решетнева, Красноярск, Россия

E-mail: svetlanachernushevich@mail.ru

Как отмечают специалисты в области HR, в условиях кризиса спрос на PR-специалистов в целом значительно снизился. Сохраняется спрос на действительно высокопрофессиональных PR-специалистов, который превышает предложение, однако в этой сфере по-прежнему много дилетантов [1].

Можно выделить следующие проблемы в профессиональной подготовке молодых PR-специалистов в регионах.

Велик разрыв между запросами реальной практики коммуникаций и содержанием образования. Молодые специалисты зачастую подкованы теоретически, однако не обладают достаточным количеством практических навыков в работе с партнерами, клиентами и т.д.

Отмечено непонимание либо элементарное незнание молодыми специалистами, в чем заключается определяющая цель коммуникаций и кем на сегодняшний день является PR-специалист. Сказывается и недостаток практической деятельности. PR-специалист сегодня - это не просто транслятор, но полноценное звено развития компании.

«Коммуникационная пропасть» между центром и регионами является проблемой отрасли в целом. Требуется время, порой немалое, чтобы, то, что сегодня обсуждается или уже активно используется в Москве, Санкт-Петербурге, стало полноценной частью профессиональной жизни регионального сообщества.

Молодые люди, приходя в профессию, испытывают разочарование из-за своих необоснованных ожиданий. Необходимо формировать понимание у будущих участников профессионального сообщества, что PR - это не просто красивая картинка, но и громадная работа, скрывающаяся за ней.

Стоит отметить, что значимым шагом на пути решения этих проблем в 2015 году стало принятие Профессионального стандарта специалиста по связям с общественностью, который призван решить ряд задачи, среди которых главные указаны ниже.

1. Содержательные задачи: определение содержания и перспектив развития профессии; описание профессиональной деятельности; определение компетенций и знаний, необходимых для выполнения всех трудовых функций в рамках профессиональной деятельности.

2. Коммуникативные задачи: формирование профессионального сообщества, объединенного общим видением профессии; договоренность членов сообщества о едином представлении профессиональной деятельности; возможность предъявлять сходные требования к деятельности и компетенциям сотрудников в рамках отрасли в разных организациях; наличие понятных карьерных ориентиров для студентов и молодых специалистов и ориентиров при выборе профессии для выпускников школ; опора для вузов при создании образовательных программ и стандартов [2].

При этом вопрос о развитии коммуникационных технологий в регионах и получении компетенций и навыков студентами и молодыми специалистами остается открытым.

Проект «Ярпиар», успешно реализуемый в Красноярске уже на протяжении 12-ти лет, представляет собой модель профессионального мероприятия, которая позволяет осуществлять продвижение имиджа профессии, интегрировать коммуникационное сообщество, преподавателей, практиков и обучающихся, а также обмениваться опытом и выявлять тенденции в сфере гуманитарных технологий [3].

Фестиваль выполняет следующие функции.

Развитие профессиональной сферы в области рекламы и связей с общественностью в СФО за счет привлечения специалистов-практиков из многих городов России и из-за рубежа. Знаковым событием для «ЯРПИАР» стал выход на международный уровень (2013-2014 гг. - спикером фестиваля становится специалист по коммуникациям из Лондона Тимоти Стефенс, в 2015 г. приглашена спикер из Ливана).

Диалог между клиентами, практиками и будущими специалистами позволяет добиться единого понимания смысла и целей профессиональной деятельности. Решение реальных кейсов от бизнес- и госструктур позволяет будущим специалистам провести своеобразный персональный SWOT-анализ: оценить свои сильные и слабые стороны, а также степень личной конкурентоспособности на рынке труда в недалеком будущем. Для работодателей - это безусловный шанс уже сейчас заполучить перспективных студентов.

Качественное повышение уровня профессиональной подготовки будущих выпускников СибГАУ ГФ. «Ярпиар» - это мероприятие, организуемое в большей степени силами студентов факультета и, как отмечают гости и участники, на должном уровне. Имена «выпускников» оргкомитета «Ярпиар» известны не только в СФО, но и во всей России.

Формирование успешного имиджа университета в области развития гуманитарных технологий на общероссийском уровне. Многие специалисты в области коммуникаций с именем ставят фестивалю высокую оценку. Это не столько имидж, сколько репутация в профессиональном сообществе, которая не позволяет студентам быть пассивными в профессиональной жизни.

Привлечение абитуриентов за счет уникального для региона профессионального контента и формата. Акцент в данном отношении делается именно на качественной составляющей, на том, насколько реально оценивают абитуриенты предполагаемую сферу деятельности. В рамках «Ярпиар» применяется практика погружения - в 2015 году планируется целый день для абитуриентов - краткий экскурс в сферу коммуникаций, с привлечением практиков и использованием реальных PR-задач. Не стоит забывать, что для специалиста важно не только образование как факт, но и особенности личности, мышления - почему бы не предложить и абитуриентам поразмыслить над PR-кейсом, предоставив им таким образом возможность увидеть реальные аспекты профессиональной деятельности.

Источники и литература

- 1) HR Planet: <http://planetahr.ru/>
- 2) Российская ассоциация по связям с общественностью: Профессиональный стандарт специалиста по связям с общественностью: www.raso.ru/docs/profstandart-specialista.ppt
- 3) Фестиваль «Ярпиар»: <http://yarpr.ru/>