**КАРТА ДИСТАНЦИОННОГО ЗАНЯТИЯ**

Дата: 27 апреля

Класс: 10

Предмет: Психология и выбор профессии

Учитель: Чернопазова Е.Н.

Адреса обратной связи: elena-chernopazova@yandex.ru,

Инструкция для учащегося

**План-конспект учебного занятия:**

Тема: Современный рынок труда

Цель: повышение мотивации на разумное планирование профессиональной карьеры с учетом потребности личностного самоопределения в условиях реального рынка.

1. **Актуализация знаний**

В настоящее время около 40 % людей меняют профессию уже в течение двух лет после окончания профессионального училища, техникума или вуза, а в целом 80 % населения работает не по специальности, указанной в дипломе.

Причин этого много:

* Методы общего среднего и профессионального образования в настоящее время практически не содержат профориентационных компонентов.
* Традиционное содержание образования не наполнено новыми методами профориентации.
* Старшеклассник в школе не почувствует себя субъектом профессионального, жизненного и культурного самоопределения, автором собственной биографии и человеком, причастным к созданию общественно значимого продукта.
* Необдуманный выбор или позднее задумывание над выбором будущей профессии ведет к увеличению количества ошибок.
* Молодой человек идет на поводу мнения других людей (родителей, сверстников), выбирая свой жизненный путь, или недостаточно информирован о ситуации на рынке труда и востребованности выбранной профессии.
1. **Изучение нового материала**

- Кому из вас нравиться ходить на рынок? Почему?

- Кому не нравится? Почему?

- Вы всегда довольны тем, что приобрели на рынке? Почему?

- Когда легче совершать покупки?

* Знаешь, чего хочешь;
* Достаточно количества денег;
* Есть время на обдумывание покупки;
* Есть с кем посоветоваться;
* Достаточно большой выбор.

**Вам ничего не напоминает? Похоже на выбор профессии?**

Что такое «рынок труда»? Каков «современный рынок труда»?

На рынке труда встречаются продавец и покупатель, как при любой сделке купли - продажи. Продавцы - это работники, предлагающие свою рабочую силу (способность к труду), а покупатели - это трудовые коллективы или отдельные предприниматели, которые могут самостоятельно решать, сколько и каких работников им требуется.

 Работники предлагают свою рабочую силу за плату, а работодатели предъявляют спрос на рабочую силу и платят за нее. Таким образом, рабочая сила выступает на рынке как товар.
На рынке труда, как и на прочих рынках, имеется предложение, спрос и цена **- заработная плата.**

 **Рынок** **труда** — сфера формирования спроса и предложения на рабочую силу. Через него осуществляется продажа рабочей силы на определенный срок.

 В отличие от других **рынков,** **рынок** **труда** характеризуется высокой степенью неопределенности, особенностью функционирования, поскольку имеет дело со специфическим товаром.

 Чем больше специалистов определенной квалификации на рынке рабочей силы, тем ниже их цена. Эта ситуация выгодна работодателям: во-первых, есть выбор, во-вторых, можно сэкономить на зарплате. Результатом превышения предложения над спросом является **безработица.**

 Ситуация, при которой специалистов меньше, чем требуется на рынке труда, выгодна этим специалистам, потому что они могут диктовать работодателям свои условия. Однако дефицит специалистов негативно скажется на экономике в целом. В результате пострадают все.

Идеальный вариант — число специалистов, предлагающих свои услуги, равно числу требуемых специалистов. Такая ситуация называется **рыночным равновесием**.

Требования рынка:

* Необходимость постоянного обучения
* «Постарение кадров». Готовность, что работа, удовлетворяющая все ваши требования, найдется не сразу
* Увеличение требования к профессионализму сотрудников
* Становление гибких форм занятости
* Противоречивость и неоднозначность

Современный рынок труда намного сложнее, чем несколько лет назад, а требования к профессионалу жестче.

**Мир новых профессий.**

**Web-программист, web-дизайнер** - это специалист по созданию сайтов для глобальной сети Интернет.

**Аудитор** - это специалист, который проверяет фи­нансовую деятельность компаний, оценивает ее успешность и эф­фективность.

**Бренд-менеджер** - специалист, который придумы­вает образ продукта - бренд - и продвигает этот образ в массы.

**Логистик** - специалист, регулирующий потоки: складские, транспортные, производственные. Транспортный логистик придумывает схемы перевозки грузов компании, складской логистик занимается организацией хранения продукции.

**Маркетолог** - в переводе с латыни «знающий ры­нок». Специалист, изучающий рынок для того, чтобы узнать потреб­ности покупателей, их вкусы и предпочтения.

**Мерчендайзер** - это человек, который следит за тем, как товар его фирмы представлен в крупных магазинах. Он обходит магазины, дает советы по размещению товара, по оформлению витрин. Этой специальности пока не обучают ни в одном учебном заведении.

**Не забывайте! На рынке труда «Мы выбираем - нас выбирают…»**