



# **ГОТОВ К БУДУЩЕМУ: ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ УСПЕШНОГО СТАРТА В РЕКЛАМЕ И PR**

**4 этапа для формирования  
конкурентного предложения  
молодого специалиста  
в сфере рекламы и связей  
с общественностью**

# ЭТАП №1 - ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ.

актуальные сервисы и действия для анализа  
современного рынка труда и запросов работодателей  
в сфере рекламы и связей с общественностью:

- ПЛАТФОРМА «РОСНАВЫК»**  
Сервис помогает понять, какие специалисты востребованы на данный момент, какие профессиональные и надпрофессиональные навыки на данный момент необходимы при трудоустройстве, на какую зарплату, и прочие условия труда они могут рассчитывать.
- ПЛАТФОРМА - «ФАКУЛЬТЕТУС»**  
Возможность ведения цифровых портфолио, формирования банка вакансий и предложений работодателей, поиска стажировок и работы, формирования карьерных траекторий и др.
- САЙТЫ ДЛЯ ПОИСКА РАБОТЫ:  
HH.RU, SUPERJOB.RU, TRUDVSEM.RU**  
Исследования рынка труда, советы и статьи, различные он-лайн вебинары, местонахождение интересующих вакансий, справочная информация и др.
- СБОР ОТЗЫВОВ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ, НАПР. САЙТЫ :  
“ПРАВДА СОТРУДНИКОВ” И “DREAMJOB”**  
помогает понять мнение работников о рабочей среде, условиях труда, руководстве, культуре организации и других аспектах профессиональной деятельности
- СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ДЛЯ АНАЛИЗА ПРОФЕССИОНАЛОВ,  
РАБОТАЮЩИХ В КОНКРЕТНЫХ КОМПАНИЯХ**
  1. поиск информации о конкретном человеке, работающем на желаемой должности,
  2. изучение его достижений,
  3. прошлых мест работы,
  4. биографии,
  5. при возможности, резюме,
  6. формат коммуникации с внешним миром, который использует специалист,
  7. личные данные в формате интересов, места жительства, литературные предпочтения, языковые навыки и другие детали.
- ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: SKILLSNET ОТ  
ПОРТАЛА “РАБОТА В РОССИИ” ИЛИ TENGCHAT**  
общение в профессиональной среде, повышение уровня личной конкурентоспособности, саморазвитие, полезные знакомства и опыт нетворкинга
- РЕЙТИНГИ РАБОТОДАТЕЛЕЙ ОТ ВЕДУЩИХ  
АНАЛИТИКОВ В ДАННОЙ ОБЛАСТИ**
  1. hh.ru проводит исследование по нескольким составляющим: имиджевой, медийной, репутационной, информационной, итогом которой становится большая аналитическая база данных лучших работодателей России в четырех категориях: крупнейшие компании, крупные компании, средние компании, небольшие компании.
  2. сервис FutureToday , где опрос проводится среди студентов на вопрос привлекательности работодателей к будущему трудоустройству.

# ПРОДУКТ

- Наличие продукта = молодого специалиста
- Качество = полученное образование и его ценность в профессиональной среде
- Характеристики = выделение главных профессиональных и надпрофессиональных качества
- Функционал = навыки полученные во время обучения и жизни в общем
- Ассортимент = насколько специалист готов занимать должности в различных рабочих направлениях и в каких
- Дизайн и упаковка = развитый личный бренд
- Дизайн и упаковка = внешний вид и коммуникативные способности

# МЕСТО

- Локальный вариант = присутствие специалиста на рынке труда конкретного города
- Удаленный вариант = возможность трудоустройства в других регионах/ странах

*\*место продажи услуг влияет на имидж и позиционирование специалиста на рынке. Работая в конкретном городе, специалист может стать известным в узкой сфере и построить свою репутацию на местном уровне. Онлайн-деятельность, в свою очередь, позволяет создать образ глобального профессионала, работающего на международном рынке.*

# ЦЕНА

- "Себестоимость" = минимальный уровень финансов, необходимый молодому специалисту для обеспечения бытовых нужд
- Ценовая стратегия = Стратегия премиум-ценности / Стратегия низкой цены / Стратегия гибкой ценовой политики
- Стоимость = самостоятельно определенное зарплатное ожидание

## ЭТАП №2: САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ РАЗБОР МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ 4P-МОДЕЛИ

выпускник высшего учебного заведения = новый продукт на рынке с которым никто не знаком

# ПРОДВИЖЕНИЕ

- Маркетинговые инструменты = социальные сети, блоги и др.
- Выбор приоритетных каналов = конкретных площадок
- Формат коммуникации = Tone of voice, использования мимики и жестов, визуальных компонентов в виде цветовой палитры, шрифтов и др.

### ЧТО ПУБЛИКОВАТЬ В ЦЕЛЯХ ПРОДВИЖЕНИЯ:

- учебные результаты,
- учебные проекты и исследования, "переупакованные" в статьи
- участие в профессиональных форумах и семинарах
- итоги научно-исследовательской деятельности
- результаты собственно смоделированных кейсов
- результаты проведенных практик и стажировок



# “УПАКОВКА” КОНКУРЕНТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ - ЭТАП №3.

предложение должно быть индивидуальным, отражать уникальность и ценность специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью для потенциального работодателя, его составляющие:

## ПЕРВОЕ КАСАНИЕ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ РАБОТОДАТЕЛЕМ ИЛИ ЕГО ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ, НЕОБХОДИМЫЙ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВЫЗВАТЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ.

Резюме – это первичное представление молодого специалиста, важно составить его грамотно и информативно.

- Заголовок – указать должность, на которую претендует кандидат, в соответствии с вакансией.  
**\*Рекомендуется начинать резюме со слов «Резюме на должность...»**
- Указать настоящие фамилию имя и отчество, дату рождения
- Фотография – с доброжелательным лицом и улыбкой
- Контактные данные – номер телефона, адрес электронной почты, ссылки на социальные сети или мессенджеры
- Адрес – город, район, место проживания
- Опыт работы  
**\*Обратите внимание на то, какие проекты вы реализовали, какие результаты достигли и какие навыки развили за время работы и учебы.**  
Если опыта у специалиста немного, либо он отсутствует:
- пройденные практики и стажировки тема дипломной работы реализованные учебные проекты и исследования участие в волонтерских движениях или различных клубах
  
- Образование: факультет и специальность, год выпуска
- Дополнительное образование: курсы, семинары и др.
- Профессиональные навыки и компетенции
- Личностные навыки и компетенции
- Рекомендации с прошлых мест работы или рекомендательные/ благодарственные письма с места учебы
- Сопроводительное письмо – предложения для компании, уместные для конкретной должности, мотивация трудоустройства в данную компанию
- Проверка резюме на опечатки и ошибки
- Проверка орфографии и пунктуации

## КРОМЕ РЕЗЮМЕ, ПРИ ПЕРВОМ КАСАНИИ ВАЖНЫ:

- Заранее созданный и поддерживаемый образ в социальных сетях
- Заинтересованное выполнение тестового задания

## КАК ПРОИЗВЕСТИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ:

- ВНЕШНИЙ ВИД:**  
Одежда должна быть соответствовать дресс-коду компании или отрасли, выглядеть опрятно
- ГРАМОТНАЯ РЕЧЬ**  
Необходимо говорить четко, грамотно и без запинок.  
Важно использовать правильную лексику, избегать жаргонизмов и междометий.
- ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДГОТОВЛЕННОСТЬ**  
Знание компании, ее деятельности, продукции или услуг, основных принципов работы и другой важной информации.

## ПОДГОТОВИТЬ ИНФОРМАЦИЮ О СВОЕЙ “ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ” ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- ОПЫТ, ПОЛУЧЕННЫЙ ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ**  
Можно говорить о выполненных практических дипломных и курсовых работах, а также близких к профилю вакансии кейсах
- ПРОЙДЕННЫЕ СТАЖИРОВКИ И ПРАКТИКИ**  
Данные о стажировках и практиках могут подтвердить уровень образования и компетенций кандидата, а также показать его заинтересованность в развитии и самосовершенствовании
- УЧАСТИЕ В МЕРОПРИЯТИЯХ  
С ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТЬЮ**  
Поможет продемонстрировать профессионализм, заинтересованность в сфере деятельности, стремление к самосовершенствованию и активное участие в профессиональной отрасли
- ГОТОВНОСТЬ К ОБУЧЕНИЮ**  
Необходимо показать готовность к активному участию в процессе обучения и адаптации к новым условиям работы



# ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП - №4. ПОДГОТОВКА И ПРОХОЖДЕНИЕ СОБЕСЕДОВАНИЯ.

для стабилизации эмоционального состояния и построения траектории поведения во время собеседования необходимо:

Заранее провести работу  
над эмоциональным  
интеллектом:

- САМОАНАЛИЗ**  
Необходимо проанализировать себя на предмет эмоций, вспомнить свой опыт, какие учебные или рабочие ситуации и моменты вызывают конкретные эмоции, что вызывает дискомфорт и что можно предпринять, чтобы избежать негативных эмоций
- УПРАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫМИ ЭМОЦИЯМИ**  
Стоит научиться адекватно относиться к конкретной сложившейся ситуации, понимать, какие эмоции стоит показывать, а какие лучше скрыть.
- ПЛАНИРОВАНИЕ ЭМОЦИЙ ОППОНЕНТА**  
Необходимо обращать внимание на мелкие детали, на невербальные сигналы собеседника, чтобы своевременно скорректировать разговор, поведение и общий настрой, а также упростить понимание и избежать отрицательных эмоций собеседника

На собеседовании:

- ПРОЯВЛЯТЬ УВАЖЕНИЕ К СОБЕСЕДНИКАМ**  
Обязательна внимательность к каждому произнесенному слову, как своему, так и других участников собеседования. Не стоит перебивать и спорить с собеседниками, необходимо дать им возможность высказаться и выслушать их мнение.
- ГОВОРИТЬ НЕ ТОЛЬКО О ДОСТИЖЕНИЯХ, НО И О НАВЫКАХ**  
Если это уместно, можно подготовить кейсы или примеры успешно реализованных проектов.
- ВЫРАЖАТЬ ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ**  
Нужно выработать уверенность в себе, но не переходить границ и не проявлять высокомерие.
- БЫТЬ ГОТОВЫМ ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОСЫ**  
Об опыте работы, об образовании, о профессиональных целях, планах на будущее и др.
- ПОДГОТОВИТЬ ВОПРОСЫ К РАБОТОДАТЕЛЮ**  
Можно спросить о возможностях карьерного роста в компании, о возможности перехода на удаленную работу, если это важно, даже если должность предполагает присутствие в офисе.
- ВЫРАЗИТЬ БЛАГОДАРНОСТЬ**  
После собеседования можно сразу поблагодарить за возможность представить себя или отправить письмо чуть позже.



## **МОЛОДОЙ СПЕЦИАЛИСТ!**

Следуя рекомендациям и стратегическим шагам, описанным в чек-листе, у тебя есть возможность выделиться среди конкурентов и добиться успеха в своей профессиональной деятельности.

**ЖЕЛАЕМ УСПЕХОВ:))**