

## Самомаркетинг - современное средство поиска работы

*Солохина Екатерина Викторовна*

*Приамурский государственный университет им.Шолом-Алейхема*

*студент*

*Кулагина Ольга Владимировна*

*Приамурский государственный университет им.Шолом-Алейхема*

*к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики, управления и финансового права*

### Аннотация

В статье рассматриваются особенности реализации самомаркетинга как средство успешного трудоустройства молодого специалиста. Раскрыты основные этапы самомаркетинга. Рассматривается значение самомаркетинга для повышения конкурентоспособности молодого специалиста на рынке труда.

**Ключевые слова:** самомаркетинг, конкуренция, карьера, рынок труда.

## Self-marketing-a modern means of job search

*Solokhina Ekaterina Viktorovna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*student*

*Kulagina Olga Vladimirovna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University*

*PhD., associate Professor, associate Professor of the Department of Economics, management and financial law*

### Abstract

The article discusses the features of self-marketing as a means of successful employment of young professionals. The main stages of self-marketing are revealed. The importance of self-marketing to improve the competitiveness of young professionals in the labor market is considered.

**Keywords:** self-marketing, competition, career, labor market.

Современному молодому специалисту недостаточно иметь диплом о высшем образовании. После того, как он окончит высшее учебное заведение, перед ним будет стоять вопрос о поиске работы. В этом вопросе возникает достаточно много трудностей. Как понять, что именно хочет работодатель? Как пройти собеседование? Где найти высокооплачиваемую работу? С экономической точки зрения молодой специалист представляет собой товар [1].

А для того, чтобы продать товар необходимо его продвижение на рынке, то есть маркетинг. При продвижении молодого специалиста на рынке труда речь идет о самомаркетинге [2]. Целью исследования является рассмотрение теоретических основ и особенностей реализации самомаркетинга как средства успешного трудоустройства молодого специалиста

В словаре современных экономических терминов Б.А. Райзберга и Л.Ш. Лозовского данное понятие понимается как комплекс действий, связанных с собственным продвижением на рынке труда, повышением своей рыночной стоимости, выгодной продажей своей рабочей силы. В продвижении собственной карьеры и в поиске работы, самомаркетинг просто необходим [4].

Маркетинг нацелен на приспособление производства к требованиям рынка.

В современном экономическом словаре-справочнике М.М. Гацалова маркетинг определяется как «система организации и управления хозяйственной деятельностью, ориентирующаяся на требования рынка, максимально возможное удовлетворение потребностей и запросов потребителей». Там же отмечается, что конечная цель маркетинга заключается в получении максимальной прибыли в результате проведения сбытовой политики нацеленной на расширение объемов продаж выпускаемой продукции и оказываемых услуг [5].

Стоит отметить, что такое понятие как самомаркетинг появилось достаточно недавно. Не все молодые специалисты понимают, что это такое и для чего это необходимо. Необходимо это для того, чтобы быть конкурентоспособным на рынке труда. Ведь сущность самомаркетинга как раз и заключается в том, чтобы показать потенциальному работодателю нужные профессиональные навыки и квалификацию.

Основными этапами самомаркетинга являются:

- анализ ситуации на рынке труда;
- получение необходимой квалификации в процессе соответствующей подготовки, самосовершенствования;
- самореклама, предоставление информации о себе потенциальным работодателям;
- компетентное собеседование с работодателями [3].

Рассмотрим этапы самомаркетинга подробнее.

Этап 1. Анализ ситуации на рынке.

Необходимо установить цели в поисках соответствующей вакансии. Так же следует понять какие специалисты востребованы на рынке труда на сегодняшний день. Молодому специалисту необходимо определить ситуацию на рынке труда, понять какова его реальная цена. Так же важным аспектом является уровень заработной платы. Молодые специалисты часто совершают ошибку, пытаясь продать свои знания «подороже». Но опыт показывает, что работодатели не стремятся сразу платить высокую заработную плату выпускникам ВУЗа.

Этап 2. Получение необходимой квалификации в процессе соответствующей подготовки, самосовершенствования.

В любой работе необходимо постоянно совершенствоваться. Поэтому для того, чтобы быть востребованным в какой либо области, следует повышать свой уровень знаний. Например, посещать курсы повышения квалификации.

Этап 3. Самореклама, предоставление информации о себе потенциальным работодателям.

На этом этапе важным аспектом является грамотное составление резюме. При подготовке резюме молодому специалисту немаловажно обратить внимание потенциального работодателя на свою личность. При возможности стоит подчеркнуть заинтересованность к организации, в которой специалист собирается работать. Также стоит составить портфолио. Потенциальному работнику необходимо собрать всю информацию, доказывающую его квалификацию, образование и профессионализм. Хорошо составленное портфолио сможет произвести впечатление на потенциального работодателя. Чем лучше оно выглядит, тем больше шансов себя «продать».

Этап 4. Компетентное собеседование с работодателями.

Для того чтобы пройти собеседование и понравится потенциальному работодателю, необходимо правильно себя преподнести. Очень часто молодые специалисты не знают, как себя преподнести, даже обладая достаточно хорошим уровнем знаний.

На сегодняшний день существует большое количество тренингов, видеотренингов, которые научат молодых специалистов производить впечатление на потенциального работодателя.

В высших учебных заведениях стоит ввести такие дисциплины, как «Самоменеджмент», «Имидж менеджмент». Именно эти дисциплины будут направлены на то, чтобы учить студентов самомаркетингу и тем самым выпускать конкурентоспособных на рынке труда молодых специалистов.

В заключении необходимо отметить, что многие молодые специалисты считают, что устройство на работу зависит в большинстве случаев от связей, и что правильные методы трудоустройства на практике не применимы. Однако самомаркетинг может показать главные достоинства при устройстве на работу. Очевидно, что все описанные методы важны для построения карьеры, в управлении которой самомаркетинг является эффективным средством успешной реализации профессионального потенциала выпускника.

### **Библиографический список**

1. Ильина Л.О Рынок труда и управление человеческими ресурсами. - Ростов на Дону: Феникс, 2008.
2. Томилов. В.В, Семеркова Л.Н. Маркетинг рабочей силы. СПб.: СПбУЭФ, 1996. 56 с.
3. Использование технологий самомаркетинга в трудоустройстве и

адаптации молодых специалистов // ПРЕПОД24 URL:  
<http://prepod24.ru/readyworks/24757/>

4. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Словарь современных экономических терминов. 4 изд. Москва: Айрис-пресс, 2008.
5. Гацалов М.М. Современный экономический словарь-справочник. Ухта: УГТУ, 2002.