

УДК 005.32

САМОМАРКЕТИНГ СПЕЦИАЛИСТА

Плисюк А.В., Барсуک А.Ю.

Научный руководитель к.ист.н., доцент Богданович Е.Г.

Белорусский национальный технический университет

Даже если человек обладает высокой квалификацией и хорошими качествами, то ему, как потенциальному работнику достаточно сложно их правильно преподнести работодателю, при этом тщательно скрыв имеющиеся недостатки. Большинство людей не умеют грамотно преподнести себя, как специалистов.

В свете этого тема самомаркетинга специалиста представляется актуальной и полезной.

Самомаркетинг – это программа своеобразных действий личности, создающая благоприятные условия для реализации главного «товара», которым обладают все здоровые, самодеятельные члены общества. Этот «товар» – рабочая сила, т. е. знания, умения, талант, профессионализм.

Психология самомаркетинга заключается в двух аспектах: самооценке и подаче себя на рынке труда.

С термином «самооценка» привычно ассоциируется явление оценки человеком себя по отдельному свойству или способности, либо оценка собственного потенциала в целом, что, в общем, отражает действительное положение вещей. Самооценка - это также наличие критической позиции индивида по отношению к себе, к тому, чем он обладает. Подача себя на рынке труда означает способность выгодно себя представить. Главное – показать именно те качества, опыт, квалификацию, знания и умения, без которых компании не обойтись.

Важнейшим инструментом самомаркетинга является тестирование. Тесты используются для оценки способностей руководителей и специалистов производства. Различают несколько видов тестов: тесты на достигнутый уровень, характерологические тесты, многопрофильные тесты.

Резюме - это также важнейший инструмент самомаркетинга, аттестующий вас как именно того специалиста, который требуется на вакантную должность.

Хорошее резюме - самое эффективное средство поиска работы.