Наталья Юрьевна Мазикова

Ростовский государственный университет путей сообщения

newnat46@yandex.ru

**Учебный аккаунт студента в социальной сети как презентационное портфолио для работодателя**

Определяется роль творческого портфолио, практического «банка умений и компетенций» выпускника отделения рекламы и PR в профессиональной коммуникации с работодателем. Рассматриваются новые формы самопрезентации будущего специалиста, в том числе создание учебного аккаунта студента в социальной сети.

Ключевые слова: деловая коммуникация, самопрезентация, портфолио, цифровые тренды, социальные сети.

Мотивированный студент университета сегодня – успешный молодой сотрудник престижной организации завтра. Кроме основного вопроса, который традиционно решает система высшего образования, а именно наиболее эффективной подготовки будущего специалиста [1: 340], встает и другой актуальный вопрос – качественной презентации выпускника как потенциального работника в конкретной сфере: «Для развивающихся (инновационных) систем образования характерен поисковый режим» [2: 54].

Сегодня на рынке труда недостаточно иметь в качестве аргумента только диплом о высшем образовании. Очевидным является создание портфолио выпускника, причем начинать процесс формирования такого практического «банка умений и компетенций» необходимо уже с первого курса. Можно смело назвать этот процесс «рекламой» специалиста.

Помимо традиционных форм создания творческого портфолио (текстовые файлы с основной информацией о студенте, списком его достижений, публикаций; папка с файлами, в которой собраны резюме, ксерокопии дипломов, сертификатов и пр.), существуют и более продвинутые формы личной рекламы потенциального работника. Цифровая эпоха предлагает нам разнообразие таких площадок. Самой простой и удобной формой презентации себя для будущего сотрудника является размещение подробного резюме на сайтах поиска работы, например на hh.ru. Это, по своей сути, та же папка с файлами (основная информация, перечисление достижений, публикаций, демонстрация дипломов), но электронная, что намного удобнее (не занимает место для хранения, не теряет внешний вид, не требует копирования для распространения разным лицам).

Однако все чаще от работодателей стали возникать запросы на выполнение конкретного задания соискателем. В связи с этим мы можем сделать вывод о необходимости создания особой творческой базы выпускника, отражающей его практические навыки и компетенции. В качестве примера возьмем будущего выпускника отделения рекламы и PR. Идеальной видится ситуация, когда на протяжении всего периода обучения студент дополняет свой сайт, созданный и разработанный им. Это может быть одностраничный сайт, лендинг. Преимущество такой формы самопрезентации в том, что можно эффектно представить все выполненные проекты, собрать и отразить отзывы и благодарности, прикрепить фото участия в престижных мероприятиях, прохождения практики в крупных компаниях, а также включить видео, которые отразили бы навыки соискателя.

Еще одной актуальной формой стоит признать видео с самопрезентацией. Этот навык особенно необходим студентам творческих и гуманитарных специальностей, а также бесценен в эпоху развития дистанционных форм обучения и работы.

Самой простой, интересной и креативной формой самопрезентации мы считаем создание учебного аккаунта студента в социальной сети. Во-первых, это бесплатный способ, в отличие, например, от лендинга. Во-вторых, ведение профессиональной истории в социальной сети полезно рекламисту и специалисту по PR, поскольку эта профессия сегодня предполагает внимательную работу именно с интернет-площадками. На сегодняшний день Интернет является самой крупной, масштабной и постоянно растущей рекламной площадкой. В-третьих, аккаунт в соцсети у современного студента всегда под рукой (прежде всего, в смартфоне), что значительно упрощает процесс заполнения портфолио [3].

Двухлетний опыт создания и тестирования метода «Домашние задания в Инстаграме\* (организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации)» в работе со студентами-рекламистами Ростовского государственного университета путей сообщения, изучающих дисциплины «Риторика» и «Копирайтинг», показал, что даже хорошо выполненные домашние задания, часто перерастающие у успешных студентов в серьезные проекты, могут являться демонстрацией профессиональных навыков. Например, в рамках занятий по копирайтингу студентами были написаны разные по жанру и форме рекламные тексты с отработкой отдельных продающих инструментов (технология сторителлинга, диалогические приемы в тексте, приемы продажи цены, снятия возражений клиентов, повышения экспертности и др.). Данный формат презентации умений выпускника является более наглядным для работодателя, а значит, даст больше шансов соискателю.

Литература

1. Петрищев И. О. Цифровая педагогика как фактор повышения качества образовательных услуг в РФ // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 6. С. 340–341.

2. Печеркина А. А., Сыманюк Э. Э., Умникова Е. Л. Развитие профессиональной компетентности педагога: теория и практика. Екатеринбург, 2011.

3. We Analyzed 15,000 Instagram Stories from 200 of the World’s Top Brands (New Stories Research) // Buffer. New York, 2021. URL: <https://buffer.com/resources/instagram-stories-research/> (дата обращения: 01.03.2021).