**Sajtóközlemény**

**Kiadja**: Budapesti Metropolitan Egyetem
Budapest, 2019-07-19

**Mit mond rólad a digitális profilod?**

*5 dolog, amire érdemes odafigyelnünk*

**A megfelelő tanulmányok és szakmai gyakorlat elengedhetetlen a kívánt állás megszerzéséhez, azonban ma már nem biztos, hogy csupán ezek elegendőek is. Napjainkban egyre fontosabbá válik az is, hogy meg tudjuk különböztetni magunkat a többi jelölttől: azaz legyen egy jól körülhatárolható, könnyen felismerhető személyes márkánk. Bár ezt sokszor nem tartjuk szem előtt, személyiségünket a legtöbb ember felé online jelenlétünk reprezentálja. A METU szakértői most néhány tippel segítenek abban, hogyan építhetjük tudatosan az énmárkánkat az online térben.**

Az énmárkában kiemelt szerepet játszik az online identitás, azaz az interneten található összes tartalom, ami hozzánk köthető. Az erős, látható online identitás különösen hasznos lehet a diplomás álláskeresők számára, hiszen nem titok, hogy a potenciális munkaadók előszeretettel böngészik a jelöltekhez kapcsolódó profilokat és az általuk – vagy róluk – létrehozott tartalmakat. Nem árt ezért néhány dolgot szem előtt tartanunk.

**A digitális jelenlét hiánya is gyanús lehet**

Mivel a digitális kommunikáció nem csak a magánéletünk része, de a legtöbb munkához is nélkülözhetetlen, ezért az online jelenlét teljes hiánya kifejezetten gyanakvást kelthet a munkaadókban. Azt sugallja, hogy nem ismert számunkra ez a terület, nem használjuk készségszinten a digitális eszközöket – vagy rosszabb esetben el akarunk valamit titkolni.

**Ne akarjunk hamis képet mutatni**

A legfontosabb, hogy a közösségi médiában magunkról kialakított kép közel álljon a valódi énünkhöz. Az online személyiség legtöbbször csak életünk legérdekesebb részeit emeli ki, és persze ki is színezi azokat. Ezzel nincs is probléma, ha nem lövünk túl a célon, és a világ számára bemutatott profilunk hiteles marad.

**Nyilvános tartalmak tudatos menedzsmentje**

Személyes profiljainkat nem szükséges mindenki számára nyilvánossá tenni, de ügyeljünk arra, hogy ami nyilvános, az ne legyen félreérthető vagy kellemetlen – a fesztiválszezonban könnyen posztolunk olyat, ami elsőre jó ötletnek tűnik, később viszont már nem annyira. Gondoljunk arra, hogy egy meggondolatlanul (abban a pillanatban jópofának gondolt) posztolt kép lehet az első benyomás rólunk a munkaadó, sőt, leendő kollégáink számára. Érdemes egy Google-keresést is elvégezni a nevünkre, hogy ne érjenek minket meglepetések a rólunk az interneten fellelhető tartalmakkal kapcsolatban. Ha igazán alaposak szeretnénk lenni, keressünk rá a nevünkre többféle keresőmotorral, például a Binggel vagy a kifejezetten személyi információkra specializálódott Pipl-el, és futtassunk le egy képi keresést is.

**Szakmai közösségi terek**

Poroljuk le – vagy ha nincs, hozzuk létre – a LinkedIn-profilunkat! Minden HR-esnek ez az első állomás, hogy megismerje a jelöltet, segítsünk neki ebben. Ne csak az önéletrajzunkat töltsük fel, hanem írjunk egy profi bemutatkozást, építsük a kapcsolatokat, és posztoljunk rendszeresen számunkra érdekes, a leendő szakmánkhoz kötődő tartalmakat, például kutatásokat vagy TED videókat. A LinkedIn nem az a felület, amin érdemes megosztanunk a családi fotóinkat – gondoljunk a profilra úgy, mint egy dinamikus, digitális önéletrajzra! Ha nincs ötletünk, jó példákért sem kell messzire mennünk: saját szakmánk véleményvezéreit is követhetjük a LinkedInen, inspirációt nyerve megosztott tartalmaikból.

**Ismerjük meg saját erősségeinket!**

A munkaerőpiacon a szaktudás mellett az is fontos, hogy milyen ún. „soft skillekkel” rendelkezik valaki: ezek azok a készségek, amelyek a lexikális tudáson (a „hard skilleken”) felül alapvetően meghatároznak egy munkavállalót. Ilyen tényező például a flexibilitás, a megfelelő kommunikációs stílus vagy a csapatmunka-készség. Ezt már az egyetemi évek alatt érdemes átgondolni és tudatosan építeni: legyünk tisztában azzal, mik az erősségeink. A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) például egyedi módszert kínál erre a hallgatóknak: myBRAND elnevezésű képzési rendszerükkel az oktatás fókuszában – a szakmai tudás mellett – a személyes márka fejlesztése áll. Ennek keretében az egyetemisták már a tanulmányaik alatt megismerik és folyamatosan monitorozzák kompetenciáikat, és ezekből – az elsajátított ismeretekkel együtt – portfóliót építhetnek magukról. A készségeiket és tudásukat részletesen bemutató összefoglalóval a hallgatók pontos képet kapnak saját teljesítményükről, így erős és hiteles énmárkával léphetnek ki a munkaerőpiacra.

Ha szeretnénk tökéletesen felkészültek lenni a munkakereséskor, állítsuk össze saját portfóliónkat, ami tapasztalatainkat, ismereteinket és soft skilljeinket mutatja be részletesen. Ez nem csak a többi pályázó közül emel majd ki minket, de olyan önismeretet is ad, amelyre építve következetes és önazonos képet alakíthatunk ki magunkról online és offline egyaránt.

**További információ:**Varga Dóra

+36 1 312 7289

+36 30 857-8179

dvarga@noguchi.hu

***A Budapesti Metropolitan Egyetemről***

A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Magyarország legnagyobb magánkézben lévő felsőoktatási intézménye. A METU-n 2 karon, 4 fő képzési területen folyik képzés: kommunikáció, üzlet, turizmus és művészet. A folyamatosan bővülő magyar és angol nyelvű kínálatban jelenleg 33 alapszak, 25 mesterszak, 20 szakirányú továbbképzés és 7 felsőoktatási szakképzés közül választhatnak az egyetem iránt érdeklődők. A Metropolitannek jelenleg közel 7500 hallgatója van, akik 2011-től már nemcsak a fővárosban, hanem Hódmezővásárhelyen is folytathatják tanulmányaikat. Az intézmény 2001 óta meghatározó és dinamikusan fejlődő szereplője a hazai felsőoktatásnak. Képességfejlesztő tréningrendszere egyedülálló. A METU jelenleg közel 200 külföldi intézménnyel tart fenn partnerkapcsolatot.