

**Аналитическая справка по итогам опроса студентов ГБПОУ «ГК г. Сызрани»
11 ноября 2024 года**

Цель исследования:

выявление предпочтений и ожиданий студентов ГБПОУ «ГК г. Сызрани» в отношении медиасопровождения карьерного пути.

В опросе участвовали студенты первых и выпускных курсов ГБПОУ «ГК г. Сызрани».

Ключевые направления анализа:

- 1) активность студентов в социальных сетях,
- 2) предпочитаемый формат контента,
- 3) основные темы, представляющие интерес в медиасопровождении построения карьерного пути.

2. Основные результаты опроса

2.1. Активность в социальных сетях

Исследование выявило высокий уровень активности студентов в социальных сетях:

Ежедневное использование: Почти 98% первокурсников и 97% выпускников ежедневно заходят в социальные сети, что демонстрирует значительный уровень вовлеченности и делает соцсети эффективной платформой для коммуникации.

Время, проведенное в соцсетях: Большинство студентов ежедневно проводят в социальных сетях от 1 до 3 часов (41%), а 23% студентов – более 4 часов в день. Лишь 6% студентов используют соцсети менее 30 минут в день. Данные результаты подтверждают возможность успешного использования соцсетей для коммуникации с молодежной аудиторией и для продвижения медиаконтента, связанного с карьерным развитием.

2.2. Предпочтительные форматы контента

Опрос выявил ключевые предпочтения студентов относительно форматов потребляемого контента:

Видео-контент (66%) является наиболее популярным форматом. Обучающие видео, интервью, развлекательные ролики позволяют передать информацию в сжатом формате и остаются удобным и понятным способом восприятия для молодежи.

Развлекательный контент: Почти половина респондентов (48%) указали на важность мемов и юмористического наполнения. Особенно интерес к этому формату выражен среди первокурсников (53%). Это подчеркивает необходимость сопровождать образовательный контент элементами развлечения.

Текстовые статьи и посты: 36% студентов предпочитают читать аналитические материалы и блоги, что подчеркивает интерес к глубокому погружению в тему.

Фотоматериалы и личные истории (27% и 35% соответственно) также занимают важное место. Истории успеха могут стать сильным мотивирующим инструментом.

Инфографика, опросы, подкасты: Несколько менее популярные форматы, такие как инфографика (13%), подкасты (26%), прямые трансляции и опросы, также имеют потенциал для вовлечения студентов.

2.3. Ожидания студентов от медиасопровождения карьерного пути

Ожидания студентов касаются нескольких ключевых аспектов их карьерного роста:

1. **Карьерные цели:**

43% респондентов заинтересованы в обучении правильному формулированию карьерных целей, а 34% – в разработке пошагового плана их достижения. Эта тема особенно актуальна для студентов на начальном этапе карьеры, стремящихся к структурированному подходу к собственному развитию.

Дополнительно, интерес вызывают такие темы, как самооценка сильных и слабых сторон (29%) и оценка востребованных на рынке навыков (25%).

2. Мотивация:

Студенты проявляют интерес к темам, связанным с поддержанием мотивации и преодолением сложностей на пути к цели. В частности, 51% студентов хотели бы узнать, как управлять карьерой и сохранять мотивацию, 49% – интересуются методами отдыха для восстановления сил, а 38% – вопросами личностной устойчивости.

3. Поиск работы:

– Подготовка к собеседованию и ведение переговоров о зарплате особенно популярны (44% и 46% соответственно). Также важны темы, связанные с составлением резюме (34%) и использованием соцсетей для поиска вакансий (40%).

– Актуальность информации по этим вопросам подчеркивает необходимость создания содержательного контента, ориентированного на практическую помощь в трудоустройстве.

4. Использование социальных сетей:

Многие студенты интересуются тем, как эффективно использовать соцсети для карьерного продвижения и расширения профессиональных контактов. Важны советы по созданию цифровой репутации, взаимодействию с рекрутерами, поиску вакансий и поддержанию профессиональных связей.

3. Рекомендации и предложения по медиасопровождению карьерного пути

На основе результатов исследования можно предложить следующие шаги по улучшению медиасопровождения карьерного пути студентов:

1. Создание специализированного медиапространства:

– Высокий уровень активности студентов в соцсетях позволяет создать эффективное медиапространство на этих платформах. Рекомендуется формировать контент, ориентированный на карьерное развитие, в виде последовательных публикаций, охватывающих ключевые темы, такие как: постановка целей, самооценка, поиск работы, переговорные навыки.

– Возможна интеграция с платформами, где студенты могут задавать вопросы экспертам и получать практические советы.

2. Разработка видео-контента с развлекательными элементами:

– Видеоконтент должен быть адаптирован к предпочтениям молодежи. Например, можно создать серию коротких видеороликов, включающих советы по составлению резюме, прохождению собеседования, постановке карьерных целей и развитию навыков.

– Также рекомендуется внедрение развлекательных элементов: мемы, интерактивные задания, которые позволят повысить вовлеченность студентов в контент, а также способствовать лучшему запоминанию информации.

3. Публикация мотивирующего и образовательного контента:

– Для поддержания интереса к карьерному развитию целесообразно публиковать мотивирующие посты и истории успеха реальных людей. Истории могут быть представлены в виде текстовых статей, фото- и видеоинтервью, подкастов. Личный пример является эффективным средством мотивации.

– Создание коротких постов с цитатами и полезными советами также поддержит студентов в процессе построения карьерного пути.

4. **Контент для формирования карьерных целей и поддержания мотивации:**

– Необходимо регулярно публиковать материалы, направленные на формирование и достижение карьерных целей, развитие устойчивости и преодоление трудностей. Эти публикации могут включать советы, списки действий, рекомендации по саморазвитию и способам поддержания мотивации.

– Публикации должны включать примеры шагов к достижению целей, рассказы о карьерном пути других специалистов и рекомендации по развитию гибких навыков (soft skills).

5. **Создание справочного ресурса для поиска работы:**

– Разработка ресурса или серии публикаций, содержащих полезные ссылки на проверенные платформы для поиска вакансий, ресурсов для карьерного роста и советы по построению цифровой репутации. В частности, это может включать рекомендации по выбору подходящих социальных сетей и сайтов для поиска вакансий.

– Важно также предоставлять советы о защите цифровой репутации и избегании распространенных ошибок в онлайн-поведении.

6. **Интерактивные элементы и обратная связь:**

– Включение опросов, викторин и прямых эфиров позволит студентам делиться мнениями и ощущать вовлеченность в процесс. Это также поможет поддерживать актуальность контента и более точно учитывать интересы целевой аудитории.

– Например, можно проводить прямые эфиры с карьерными консультантами, отвечающими на вопросы студентов в реальном времени, что даст возможность для получения актуальных и персонализированных рекомендаций.

2.4. Студенты Губернского колледжа г. Сызрани

Активность в социальных сетях

В ГБПОУ «ГК г. Сызрани» наблюдается высокая активность: около 99% студентов пользуются соцсетями ежедневно, и 23% проводят там более 4 часов. Более 40% студентов проводят в соцсетях от 1 до 3 часов, что делает соцсети эффективным каналом для передачи информации.

Предпочтительные форматы контента

Видео-контент и **мемы** остаются приоритетными форматами (66% и 50% соответственно), особенно среди первокурсников.

Текстовые статьи, инфографика и подкасты интересуют около 30-35% студентов, что свидетельствует о высоком интересе к разным форматам получения информации.

Реальные истории и фотографии вызывают положительный отклик у 40% студентов, что подчеркивает важность иллюстративных материалов.

Ожидания от медиасопровождения

Карьерные цели и самооценка: Постановка и достижение карьерных целей представляют наибольший интерес. Студенты хотят получать информацию о формулировании целей, а также самооценке и развитии личных навыков.

Поиск работы и цифровая репутация: Важные вопросы включают подготовку к собеседованию, ведение переговоров о зарплате, защиту цифровой репутации и советы по использованию соцсетей для поиска вакансий.

Темы мотивации и устойчивости также актуальны, особенно для студентов, заинтересованных в постоянном профессиональном развитии.

Рекомендации:

Серия видео по карьерному планированию и самооценке: Видео, посвященные постановке целей, оценке собственных навыков и самосовершенствованию, будут полезны для студентов, стремящихся к планомерному карьерному развитию.

Контент по трудоустройству с акцентом на цифровую репутацию: Подборки материалов о том, как защитить свою цифровую репутацию и эффективно использовать соцсети для поиска вакансий, могут значительно помочь студентам в выстраивании профессионального имиджа.

Создание мультимедийного контента с мотивационными элементами: Реальные истории успеха в формате видео и текстовых статей с возможностью оставлять отзывы и комментарии создадут дополнительный мотивационный эффект для студентов, сталкивающихся с трудностями на пути к карьерному росту.

Заключение

Результаты исследования подчеркивают значимость социальных сетей как канала для взаимодействия с молодежью и предоставления им полезной информации о карьерном росте. Применение вышеописанных рекомендаций позволит повысить эффективность медиасопровождения и более полно удовлетворить запросы студентов, что, в свою очередь, будет способствовать их успешному профессиональному развитию.

Количество студентов ГБПОУ «ГК г. Сызрани», прошедших опрос

№	Код специальности, профессии	Специальность, профессия	Выпуск 2025г.			1 курс		
			Общая численность студентов-выпускников	Количество студентов, прошедших опрос, чел.	Доля прошедших опрос, %	Общая численность студентов 1 курс	Количество студентов, прошедших опрос (чел.)	Доля прошедших опрос, %
1	08.01.26	Мастер по ремонту и обслуживанию инженерных систем жилищно-коммунального хозяйства	23	15	65%	Нет 1 курса		
2	08.02.14	Строительство и эксплуатация зданий и сооружений	37	37	100%	25	22	88%
3	08.02.05	Строительство и эксплуатация автомобильных дорог и аэродромов	24	15	62,5%	25	25	100%
4	08.02.14	Эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома	Нет выпуска			25	19	76%
5	10.02.05	Обеспечение информационной безопасности автоматизированных систем	24	24	100%	25	25	100%
6	15.01.05	Сварщик (ручной и частично механизированной сварки (наплавки))	71	20	28%	25	24	96%
7	15.01.32	Оператор станков с программным управлением	47	47	100%	25	22	88%
8	15 02.14	Оснащение средствами автоматизации технологических процессов и производств (по отраслям)	48	48	100%	25	25	100%

9	15.02.16	Технология машиностроения	Нет выпуска			25	22	88%
10	18.01.28	Оператор нефтепереработки	25	23	92%	25	24	96%
11	18.01.33	Лаборант по контролю качества сырья реактивов промежуточных продуктов готовой продукции отходов производства (по отраслям)	44	44	100%	25	23	92%
12	18.02.09	Переработка нефти и газа	23	23	100%	44	44	100%
13	22.02.06	Сварочное производство	Нет выпуска			25	25	100%
14	23.02.04	Техническая эксплуатация подъёмно-транспортных строительных дорожных машин и оборудования	17	17	100%	25	20	80%
15	23.02.06	Техническая эксплуатация подвижного состава железных дорог	22	22	100%	50	47	94%
16	44.02.01	Дошкольное образование	47	47	100%	50	50	100%
17	44.02.02	Преподавание в начальных классах	67	63	94%	75	70	93%
18	54.01.20	Графический дизайнер	Нет выпуска			30	28	93%
19	44.02.03	Педагогика дополнительного образования	23	22	96%	Нет 1 курса по очной форме обучения		
20	23.01.06	Машинист дорожных и строительных машин	40	28	70%	Нет 1 курса		