

# Ожидания и предпочтения студентов от медиасопровождения построения карьерного пути (отчет по результатам опроса)

**ЦЕЛЬ ОПРОСА:** изучение ожиданий и предпочтений студентов от медиасопровождения построения карьерного пути.

**ФОКУС НА:**



Активность  
в социальных сетях



Предпочтения студентов



Ожидания студентов  
от медиасопровождения построения  
карьерного пути



**КРИТЕРИИ ОПРОСА:**

Критерий 1.  
Активность в социальных сетях

Критерий 2.  
Предпочитаемые форматы контента

Критерий 3.  
Ожидания студентов от  
медиасопровождения построения  
карьерного пути

## ХАРАКТЕРИСТИКА МАССИВА ОПРОШЕННЫХ



В опросе приняли участие:

**2418 человек** студентов первых и выпускных курсов (**60%** студентов каждого курса)

**3 ПОО** Самарской области

### ПОО, СТУДЕНТЫ КОТОРЫХ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ:

ГБПОУ Тольяттинский социально-экономический колледж

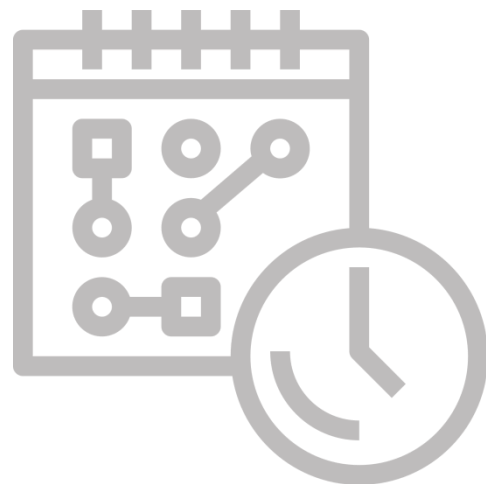
ГБПОУ Губернский колледж г. Сызрани

ГАПОУ Самарский колледж сервиса производственного  
оборудования имени Героя Российской Федерации Е.В.  
Золотухина



### МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

**Опрос в формате анкетирования**  
студентов первых  
и выпускных курсов ПОО  
(**60%** каждого курса)



### СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ОПРОСА

с **14** сентября  
по **25** октября 2024 г.



### ИНСТРУМЕНТАРИЙ

**Электронная анкета (опросник)**  
**10** вопросов открытого и закрытого типов

## Результаты опроса в разрезе ПОО

# ГБПОУ ТОЛЬЯТТИНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

В опросе приняли участие:

**357 человек** студентов первых и выпускных и курсов

**198 человек** студентов первого курсов

**159 человек** студентов выпускных курсов

## ХАРАКТЕРИСТИКА МАССИВА ОПРОШЕННЫХ    Студенты первых курсов, ГБПОУ СО ТСЭК:

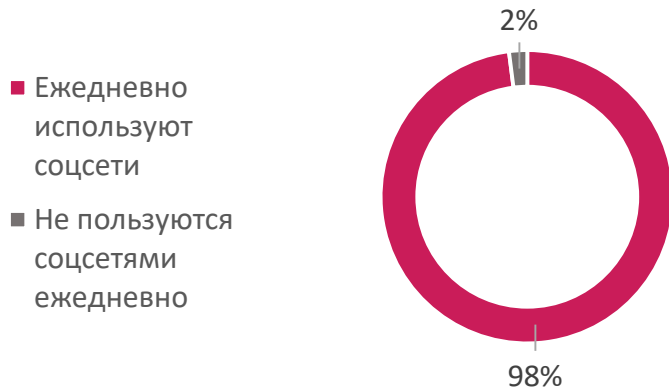
Код специальности, профессии	Специальность, профессия	Доля студентов, прошедших опрос, %
09.01.01	Наладчик аппаратных и программных средств инфокоммуникационных систем	100 %
09.02.07	Информационные системы и программирование	100%
19.01.18	Аппаратчик-оператор производства продуктов питания из растительного сырья	100%
20.02.04	Пожарная безопасность	82%
38.02.03	Операционная деятельность в логистике	100%
38.02.08	Торговое дело	100%
40.02.02	Правоохранительная деятельность	93%

## ХАРАКТЕРИСТИКА МАССИВА ОПРОШЕННЫХ Студенты выпускных курсов, ГБПОУ СО ТСЭК:

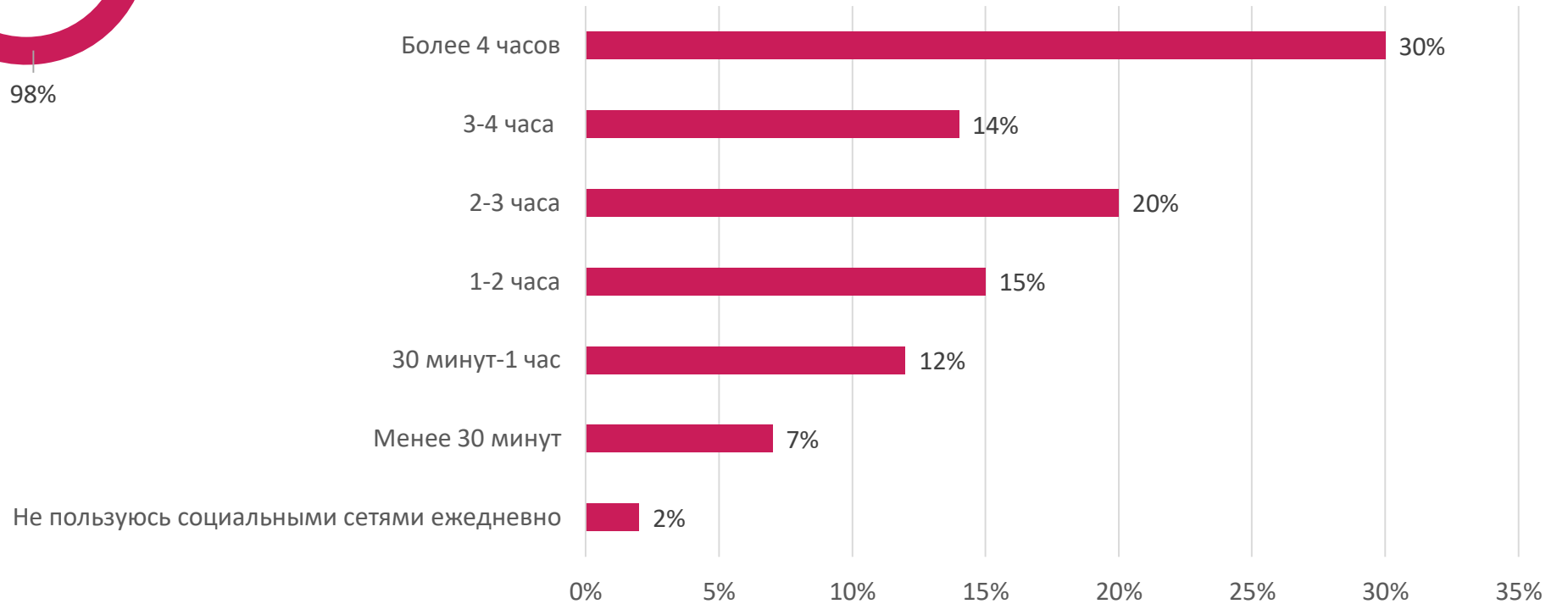
Код специальности, профессии	Специальность, профессия	Доля студентов, прошедших опрос %
09.01.01	Наладчик аппаратного и программного обеспечения	100%
09.02.07	Информационные системы и программирование	40%
19.01.04	Пекарь	61%
20.02.04	Пожарная безопасность	63%
38.02.03	Операционная деятельность в логистике	45%
40.02.01	Право и организация социального обеспечения	88%
40.02.02	Правоохранительная деятельность	43%
19.01.18	Аппаратчик-оператор производства продуктов питания из растительного сырья	40%
09.01.03	Мастер по обработке цифровой информации	72%
09.01.04	Наладчик аппаратных и программных средств инфокоммуникационных систем	100%

# КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## Студенты ГБПОУ ТСЭК



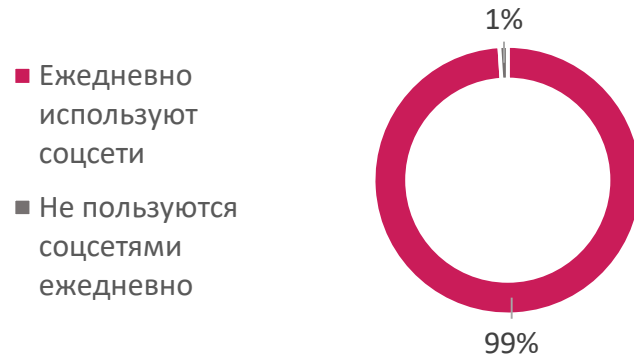
## Время, которое студенты проводят в социальных сетях



# КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

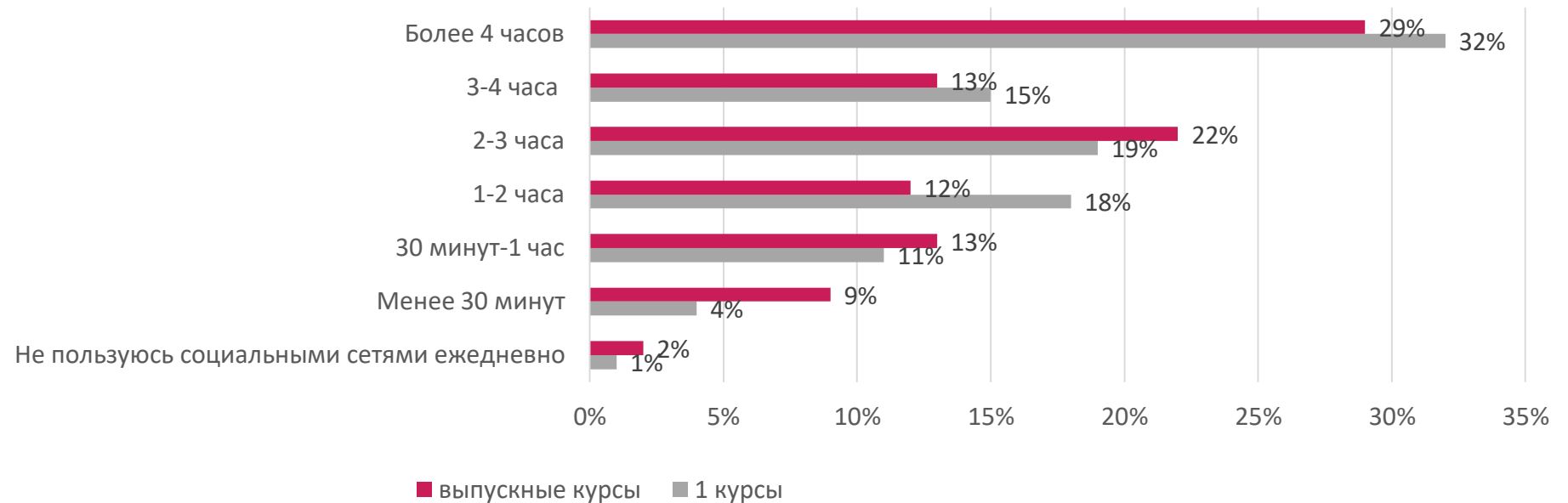
### Студенты первых курсов



### Студенты выпускных курсов



### Время, которое студенты проводят в социальных сетях



## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА

### Предпочитаемые форматы контента



## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

### Предпочитаемые форматы контента



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Информация о карьерных целях



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**



**Информация о карьерных целях**



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ



#### Информация о мотивации к построению карьерного пути



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

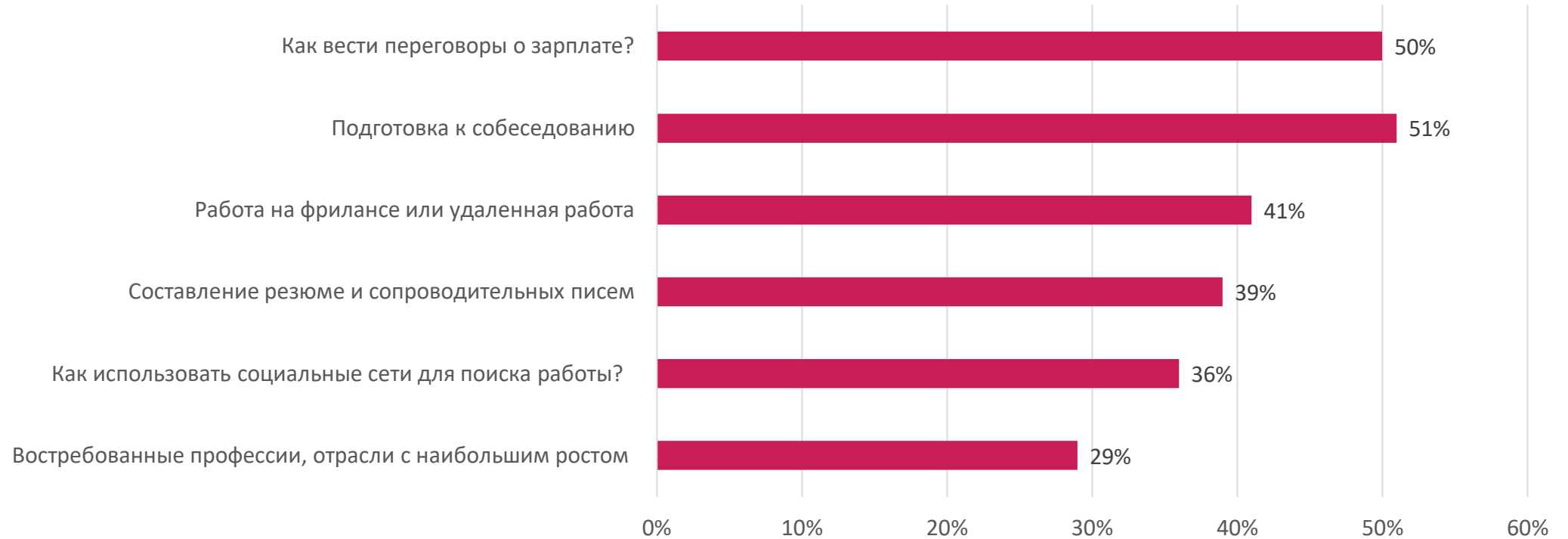


**Информация о мотивации к построению карьерного пути**



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

#### Информация о поиске работы



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**



**Информация о поиске работы**



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Темы о поиске работы



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

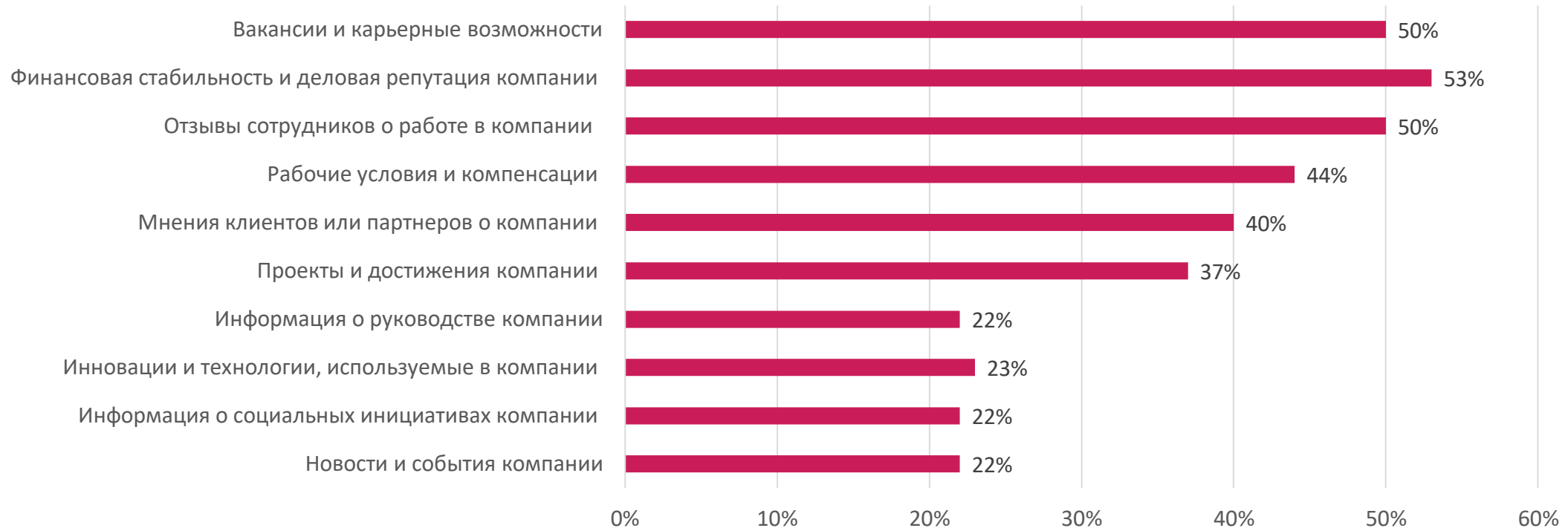
#### Темы о поиске работы



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

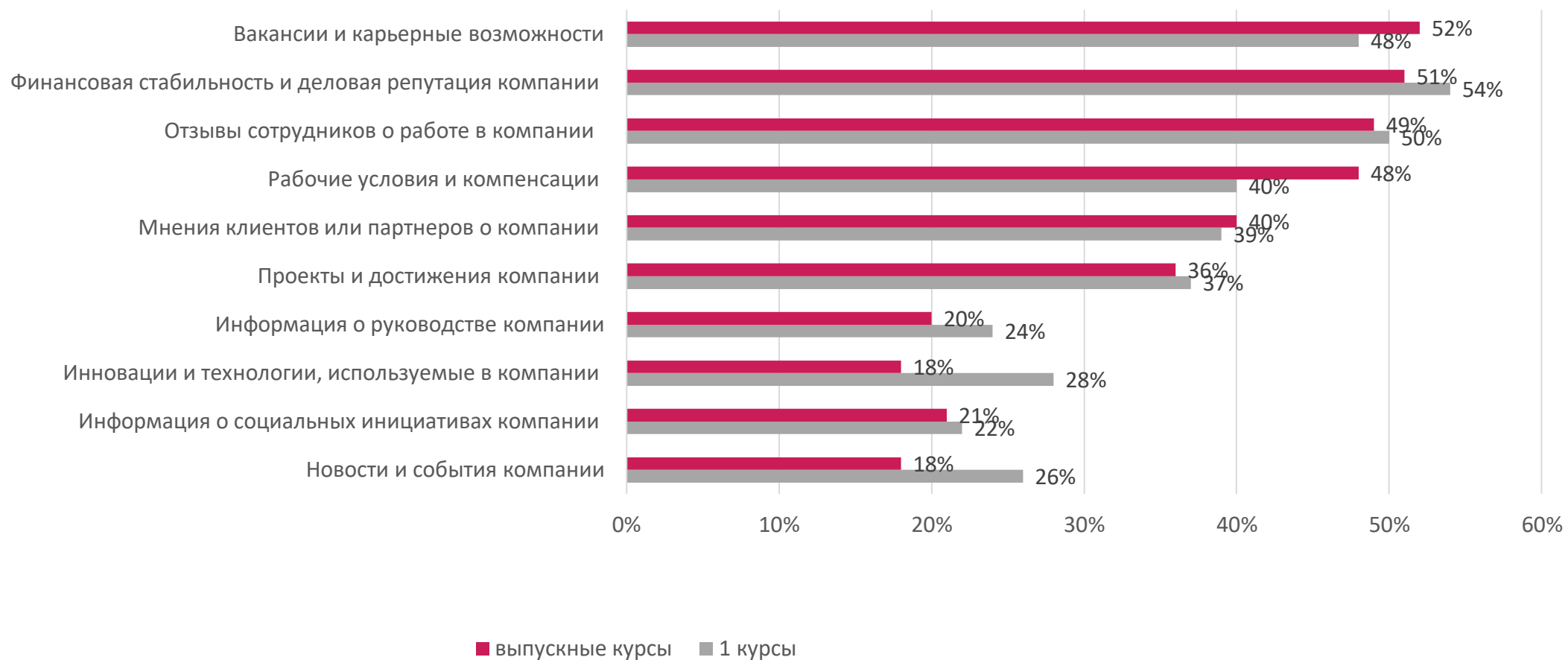


#### Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

**Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры**



## **ВЫВОДЫ ПО КРИТЕРИЯМ:**

### **1. «АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»**

Студенты Тольяттинского социально-экономического колледжа активно используют социальные сети. 98% студентов заходят в соцсети ежедневно. 16% студентов проводят в соцсетях от 1 до 4 часов. И около 30% тратят на это более 4 часов в день. Это демонстрирует высокий уровень вовлеченности.

### **2. «ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА»**

**Видео-контент** лидирует среди форматов (75%), что соответствует общим предпочтениям студентов. Интерес вызывают обучающие и развлекательные видео.

**Текстовые материалы** и **мемы** интересны соответственно 61% и 53% студентов, что говорит о важности комбинированного образовательного и развлекательного наполнения.

**Реальные истории, фото и подкасты** также представляют интерес для значительной части студентов, особенно первокурсников.

### **3. «ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ»**

**Карьерные цели.** Важными темами для студентов являются постановка и достижение карьерных целей. Более 48% студентов интересуются советами по правильному формулированию целей и планированию шагов к их достижению.

**Мотивация.** Темы мотивации и преодоления трудностей актуальны для студентов, в частности, интерес вызывает вопрос поддержания мотивации на каждом этапе карьеры (52%).

**Поиск работы.** Важнейшими темами являются подготовка к собеседованию, составление резюме и ведение переговоров о зарплате.

# ГБПОУ САМАРСКИЙ КОЛЛЕДЖ СЕРВИСА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ ИМЕНИ ГЕРОЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Е.В. ЗОЛУХИНА

В опросе приняли участие:

**805 человек** студентов первых и выпускных и курсов

**439 человек** студентов первого курсов

**366 человек** студентов выпускных курсов

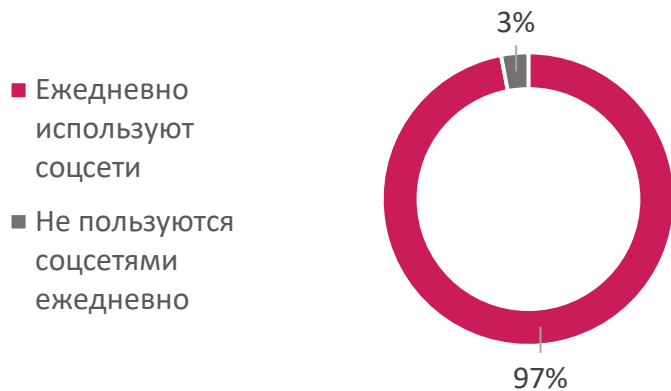
## ХАРАКТЕРИСТИКА МАССИВА ОПРОШЕННЫХ Студенты первых курсов, ГБПОУ СО СКСПО :

Код специальности, профессии	Специальность, профессия	Доля студентов прошедших опрос, %
08.02.14	Эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома	72%
13.01.10	Электромонтер по ремонту и обслуживанию электрооборудования (по отраслям)	48%
15.01.05	Сварщик (ручной и частично механизированной сварки (наплавки))	93%
15.01.32	Оператор станков с программным управлением	92%
15.01.33	Токарь на станках с числовым программным управлением	82%
15.01.35	Мастер слесарных работ	64%
15.02.08	Технология машиностроения	72%
15.02.17	Монтаж, техническое обслуживание, эксплуатация и ремонт промышленного оборудования (по отраслям)	100%
22.02.06	Сварочное производство	84%
23.02.01	Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)	82%
23.02.07	Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей	96%
26.01.09	Моторист судовой	100%
44.02.01	Дошкольное образование	100%
44.02.02	Преподавание в начальных классах	96%
46.02.01	Документационное обеспечение управления и архивоведение	74%

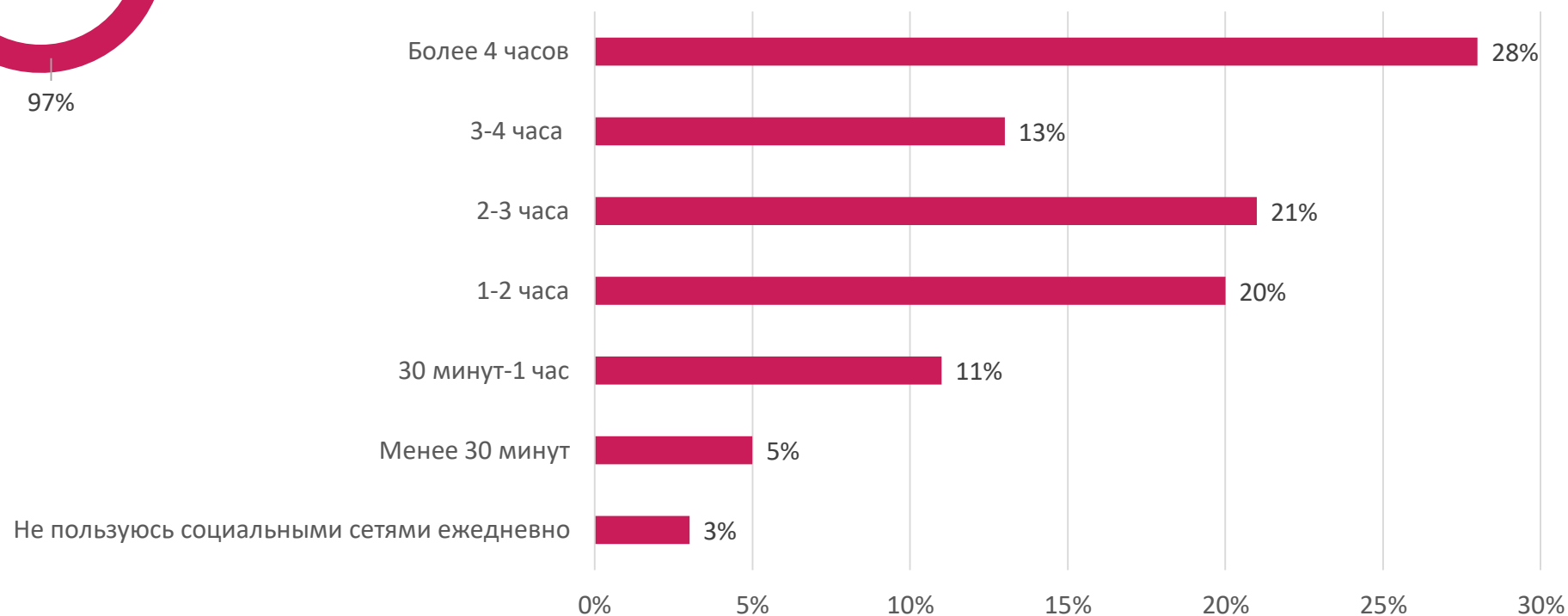
Код специальности, профессии	Специальность, профессия	Доля прошедших опрос, %
13.01.10	Электромонтер по ремонту и обслуживанию электрооборудования (по отраслям)	64%
15.01.05	Сварщик (ручной и частично механизированной сварки (наплавки))	45%
15.01.33	Токарь на станках с числовым программным управлением	42%
15.01.35	Мастер слесарных работ	100%
15.02.08	Технология машиностроения	74%
15.02.12	Монтаж, техническое обслуживание и ремонт промышленного оборудования(по отраслям)	73%
22.02.06	Сварочное производство	67%
23.02.01	Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)	83%
23.02.07	Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей	96%
26.01.09	Моторист судовой	86%
43.02.08	Сервис домашнего и коммунального хозяйства	67%
44.02.01	Дошкольное образование	100%
46.02.01	Документационное обеспечение управления и архивоведение	63%

## КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

### Студенты ГБПОУ СО СКСПО

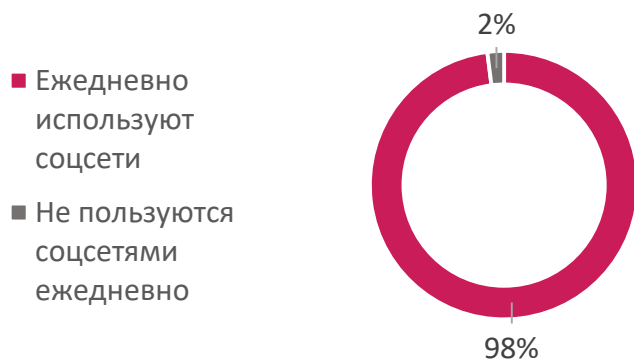


### Время, которое студенты проводят в социальных сетях

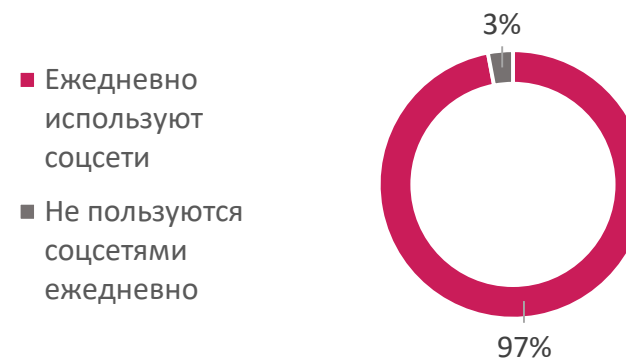


## КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

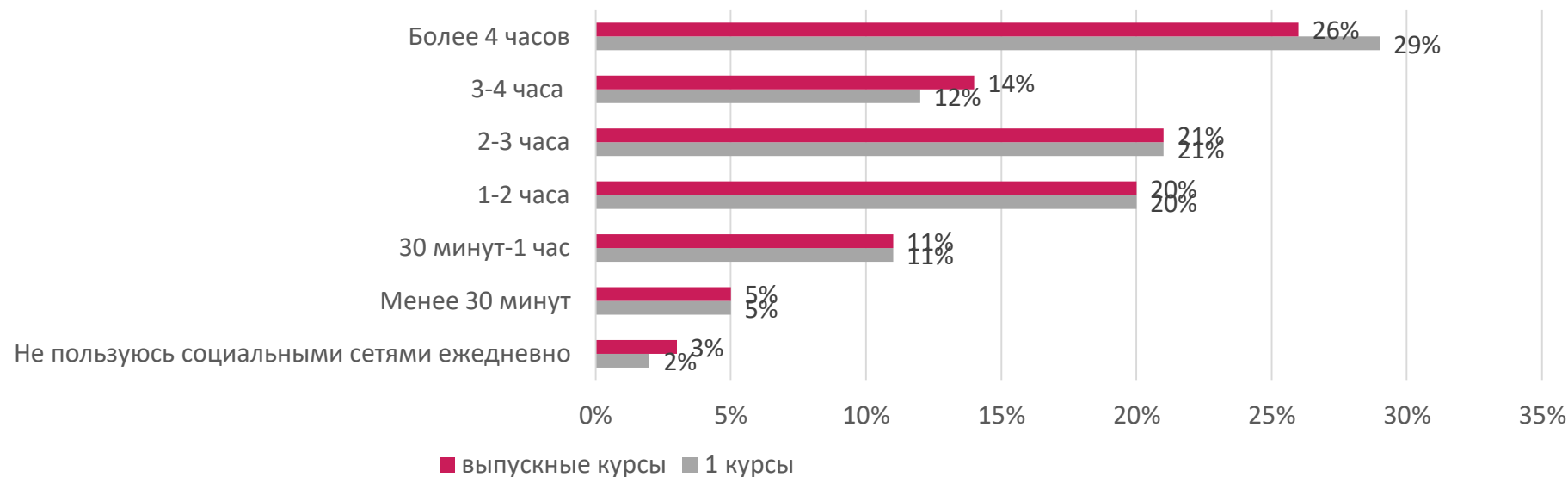
### Студенты первых курсов



### Студенты выпускных курсов



### Время, которое студенты проводят в социальных сетях



## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА

### Предпочитаемые форматы контента



## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

### Предпочитаемые форматы контента



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Информация о карьерных целях



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ



#### Информация о карьерных целях



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Информация о мотивации к построению карьерного пути



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

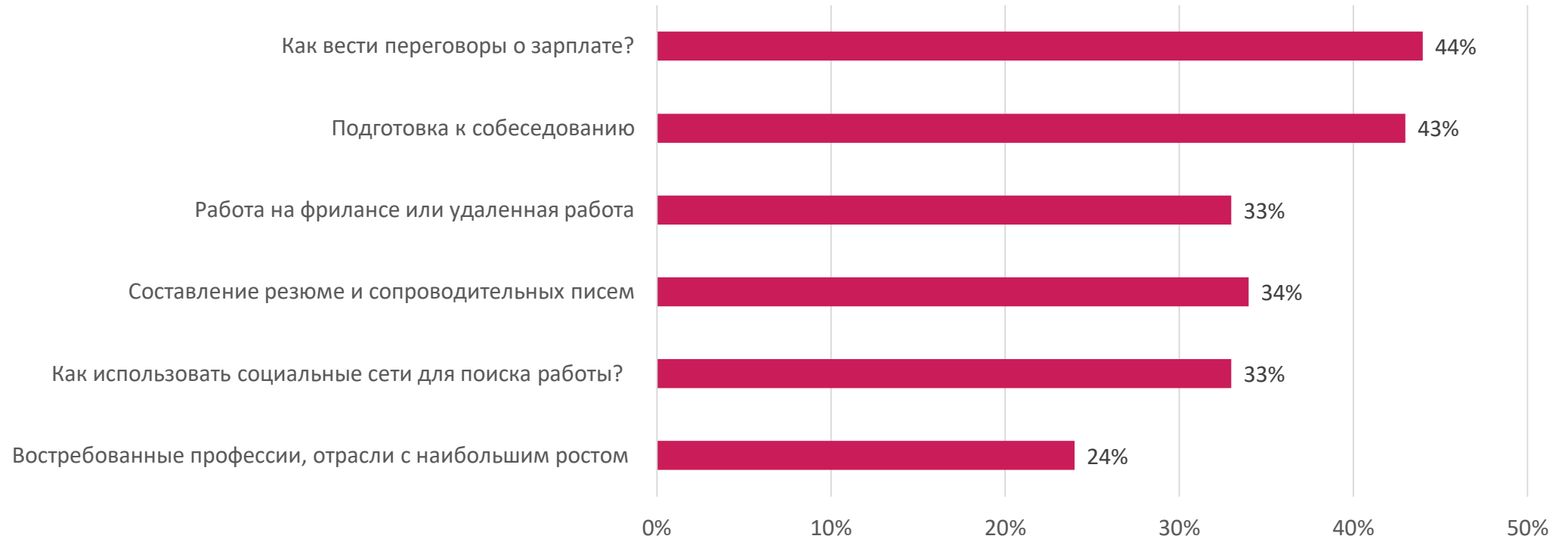


**Информация о мотивации к построению карьерного пути**



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

#### Информация о поиске работы



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

**Информация о поиске работы**



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Темы о поиске работы



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

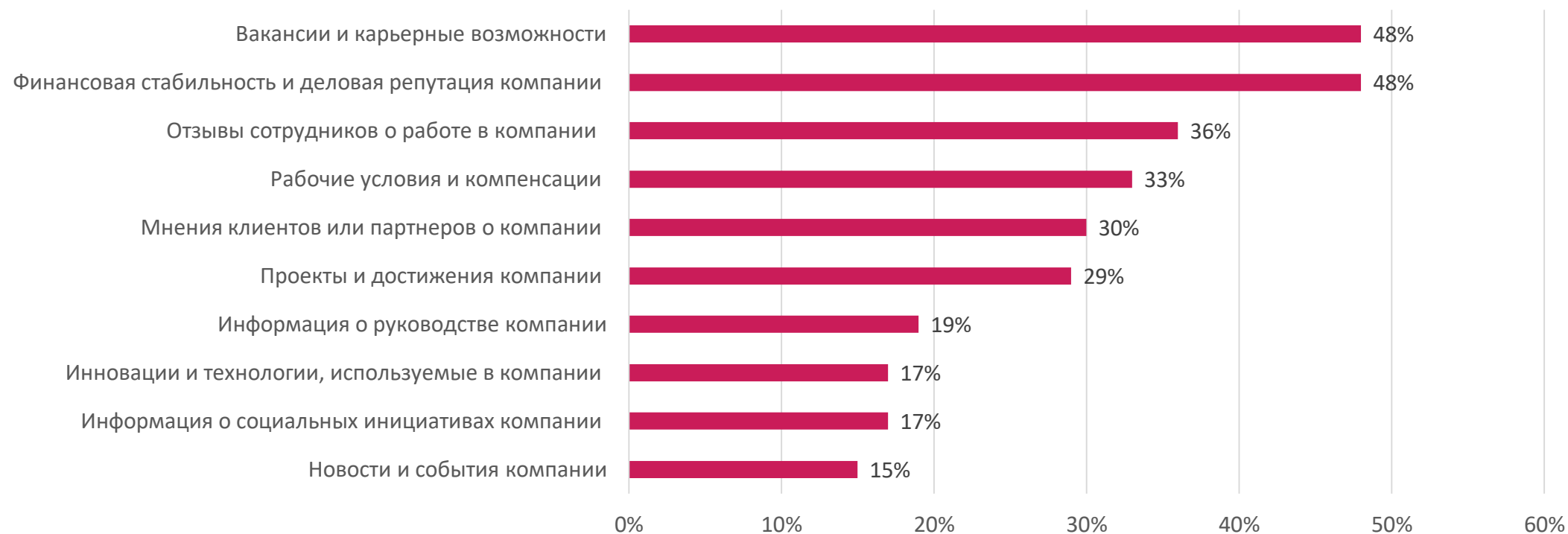


#### Темы о поиске работы



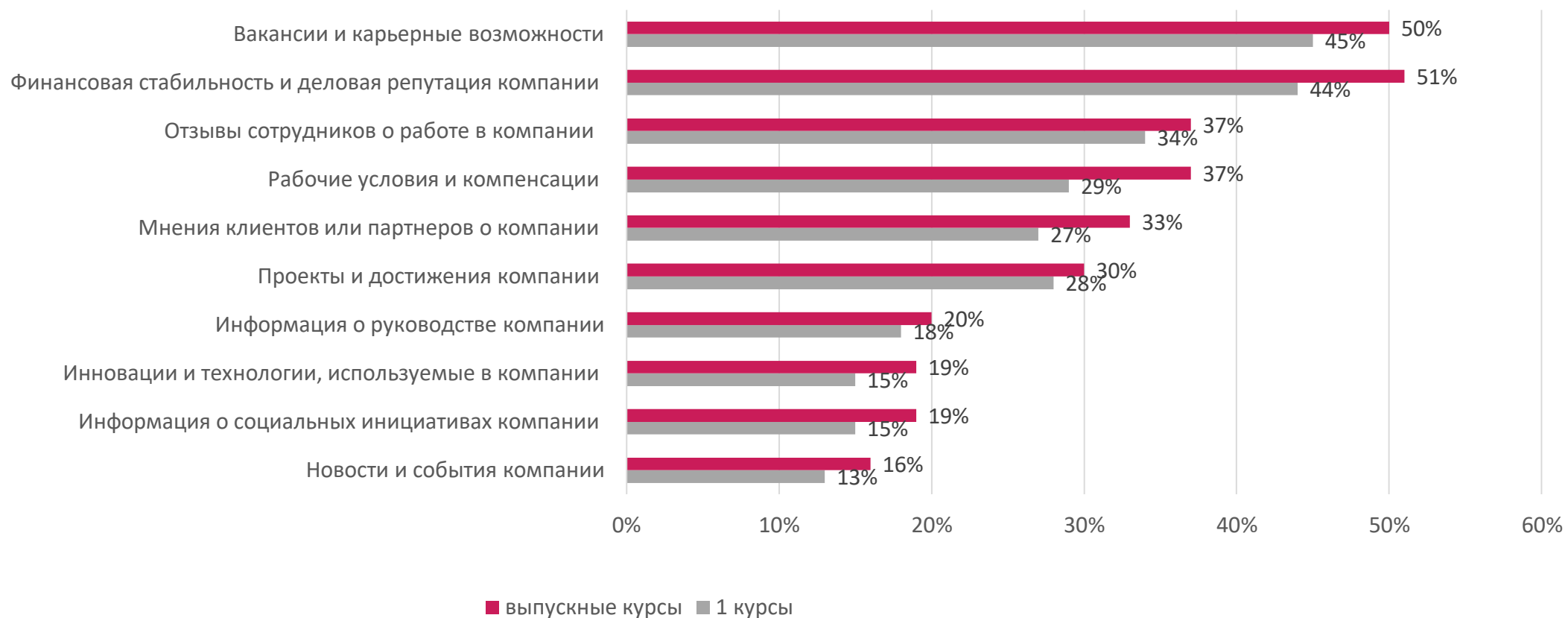
## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

**Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры**



## **ВЫВОДЫ ПО КРИТЕРИЯМ:**

### **1. «АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»**

Анализ показал, что 97% студентов колледжа ежедневно заходят в социальные сети, а 28% проводят там более 4 часов. Около 5% студентов проводят в соцсетях менее 30 минут, что свидетельствует о достаточно высокой активности студентов в социальных сетях.

### **2. «ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА»**

**Видео-контент** также является лидирующим форматом для студентов этого колледжа (65%), что говорит о необходимости развивать визуальный компонент в медиасопровождении.

**Мемы и юмористический контент** привлекают около 49% респондентов, а 33% студентов предпочитают текстовые статьи и аналитические материалы.

Значимыми остаются личные истории, фотографии и инфографика.

### **3. «ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ»**

**Карьерные цели.** Постановка и корректировка карьерных целей, самооценка и развитие навыков остаются важными направлениями.

**Мотивация.** Более половины студентов заинтересованы в вопросах мотивации на этапе карьерного роста и преодоления трудностей. Большое внимание уделяется формированию устойчивости и способности справляться с неудачами.

**Поиск работы.** Вопросы подготовки к собеседованию, ведения переговоров о зарплате и создания резюме актуальны для студентов, так же как и использование соцсетей для поиска вакансий.

В опросе приняли участие:

**1256 человек** студентов первых и выпускных и курсов

**600 человек** студентов первого курсов

**656 человек** студентов выпускных курсов

## ХАРАКТЕРИСТИКА МАССИВА ОПРОШЕННЫХ Студенты первых курсов, ГБПОУ «ГК г. Сызрани»:

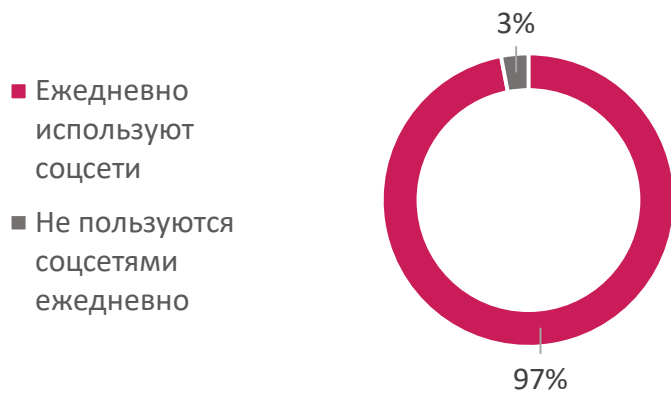
Код специальности, профессии	Специальность, профессия	Доля прошедших опрос, %
08.02.14	Строительство и эксплуатация зданий и сооружений	88%
08.02.05	Строительство и эксплуатация автомобильных дорог и аэродромов	100%
08.02.14	Эксплуатация и обслуживание многоквартирного дома	76%
10.02.05	Обеспечение информационной безопасности автоматизированных систем	100%
15.01.05	Сварщик (ручной и частично механизированной сварки (наплавки))	96%
15.01.32	Оператор станков с программным управлением	88%
15.02.14	Оснащение средствами автоматизации технологических процессов и производств (по отраслям)	100%
15.02.16	Технология машиностроения	88%
18.01.28	Оператор нефтепереработки	96%
18.01.33	Лаборант по контролю качества сырья реактивов промежуточных продуктов готовой продукции отходов производства (по отраслям)	92%
18.02.09	Переработка нефти и газа	100%
22.02.06	Сварочное производство	100%
23.02.04	Техническая эксплуатация подъёмно-транспортных строительных дорожных машин и оборудования	80%
23.02.06	Техническая эксплуатация подвижного состава железных дорог	94%
44.02.01	Дошкольное образование	100%
44.02.02	Преподавание в начальных классах	93%
54.01.20	Графический дизайнер	93%

## ХАРАКТЕРИСТИКА МАССИВА ОПРОШЕННЫХ Студенты выпускных курсов, ГБПОУ «ГК г. Сызрани»:

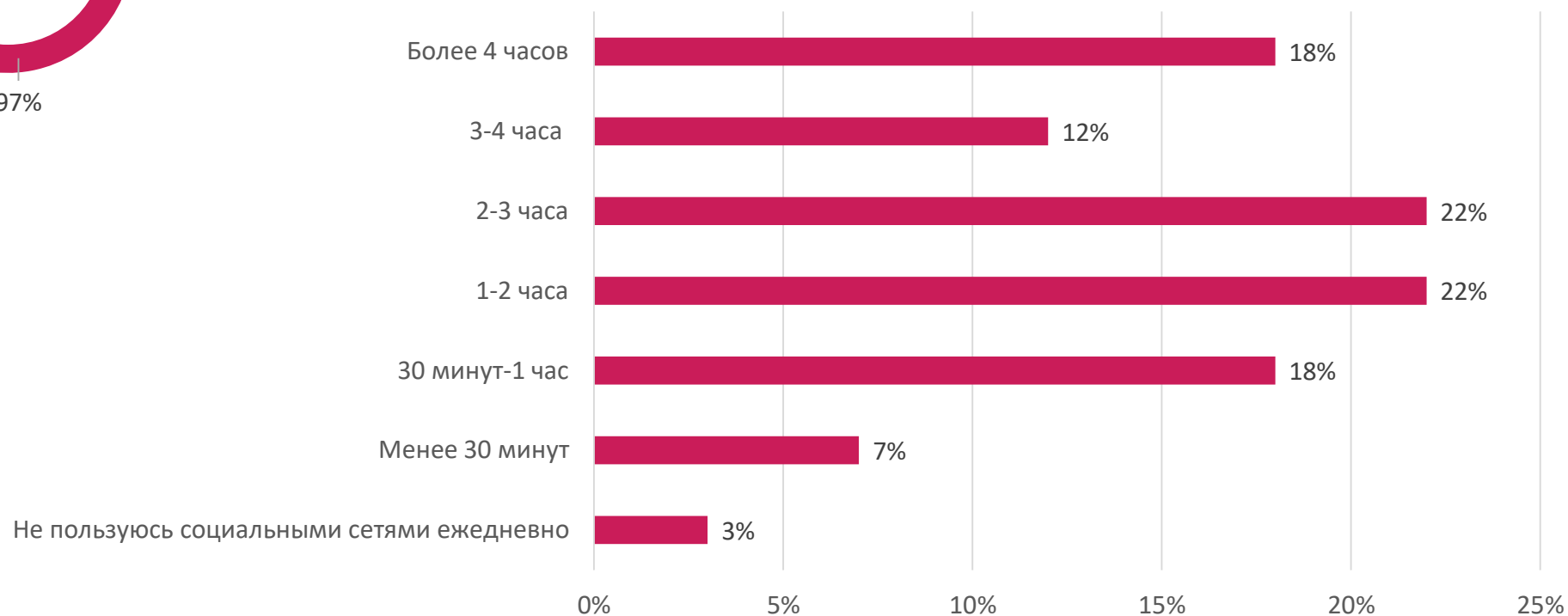
Код специальности, профессии	Специальность, профессия	Доля прошедших опрос, %
08.01.26	Мастер по ремонту и обслуживанию инженерных систем жилищно-коммунального хозяйства	65%
08.02.14	Строительство и эксплуатация зданий и сооружений	100%
08.02.05	Строительство и эксплуатация автомобильных дорог и аэродромов	54%
10.02.05	Обеспечение информационной безопасности автоматизированных систем	100%
15.01.05	Сварщик (ручной и частично механизированной сварки (наплавки))	28%
15.01.32	Оператор станков с программным управлением	100%
15.02.14	Оснащение средствами автоматизации технологических процессов и производств (по отраслям)	100%
18.01.28	Оператор нефтепереработки	92%
18.01.33	Лаборант по контролю качества сырья реактивов промежуточных продуктов готовой продукции отходов производства (по отраслям)	100%
18.02.09	Переработка нефти и газа	100%
23.02.04	Техническая эксплуатация подъёмно-транспортных строительных дорожных машин и оборудования	100%
23.02.06	Техническая эксплуатация подвижного состава железных дорог	100%
44.02.01	Дошкольное образование	100%
44.02.02	Преподавание в начальных классах	94%
44.02.03	Педагогика дополнительного образования	96%
23.01.06	Машинист дорожных и строительных машин	70%

## КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

### Студенты «ГК г. Сызрани»



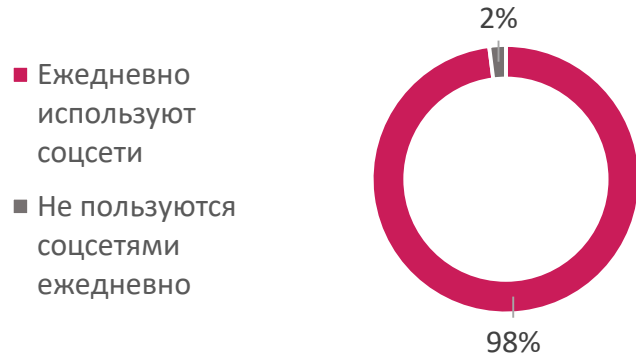
### Время, которое студенты проводят в социальных сетях



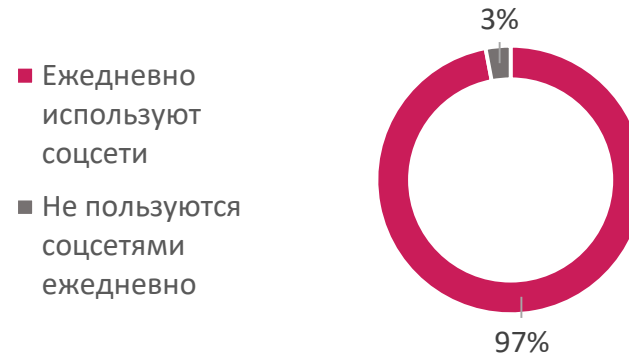
# КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

### Студенты первых курсов



### Студенты выпускных курсов



### Время, которое студенты проводят в социальных сетях



## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА

### Предпочитаемые форматы контента



## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

### Предпочитаемые форматы контента



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Информация о карьерных целях



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ



#### Информация о карьерных целях



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

#### Информация о мотивации к построению карьерного пути



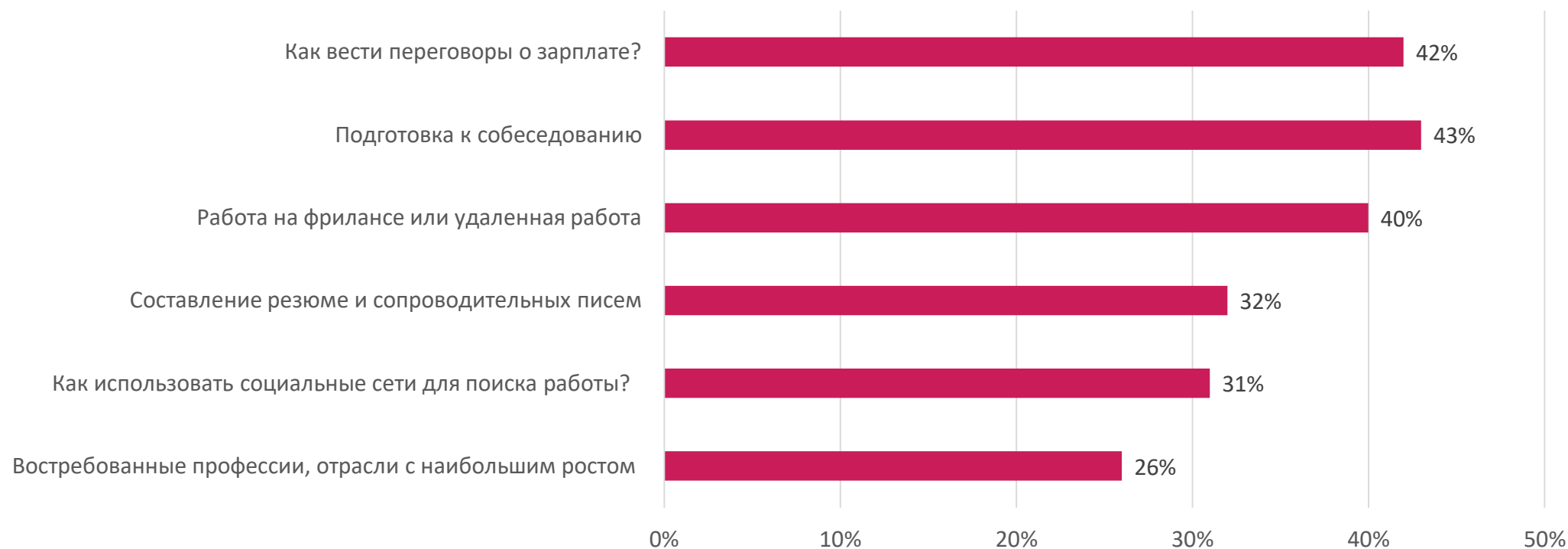
**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

**Информация о мотивации к построению карьерного пути**



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

#### Информация о поиске работы



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**



**Информация о поиске работы**



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Темы о поиске работы



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

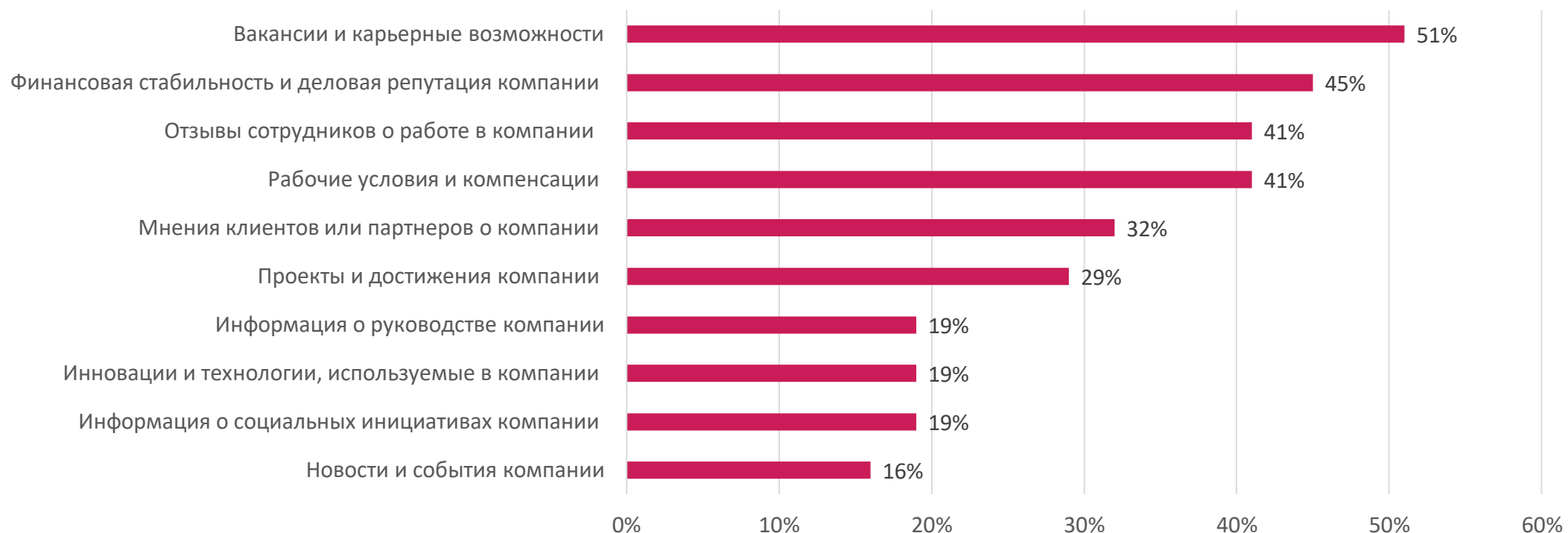


#### Темы о поиске работы



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

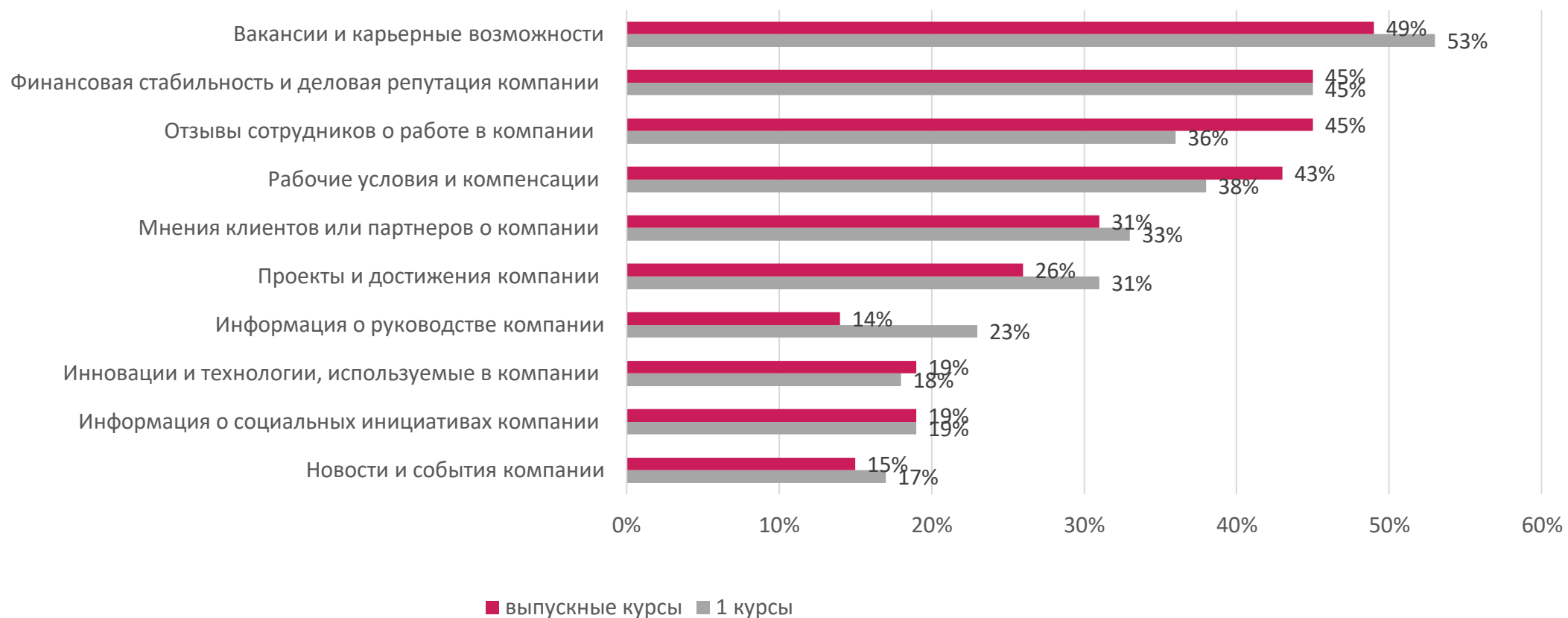
#### Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**



**Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры**



## **ВЫВОДЫ ПО КРИТЕРИЯМ:**

### **1. «АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ»**

В этом колледже также наблюдается высокая активность: 97% студентов пользуются соцсетями ежедневно, и 18% проводят там более 4 часов. Более 40% студентов проводят в соцсетях от 1 до 3 часов, что делает соцсети эффективным каналом для передачи информации.

### **2. «ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА»**

**Видео-контент** и **мемы** остаются приоритетными форматами (66% и 46% соответственно), особенно среди первокурсников.

**Текстовые статьи, реальные истории** и **подкасты** интересуют около 27-35% студентов, что свидетельствует о высоком интересе к разным форматам получения информации.

**Фотографии** и **инфографика** вызывают положительный отклик у 35% и 11% студентов соответственно, что подчеркивает важность иллюстративных материалов.

### **3. «ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ»**

**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.

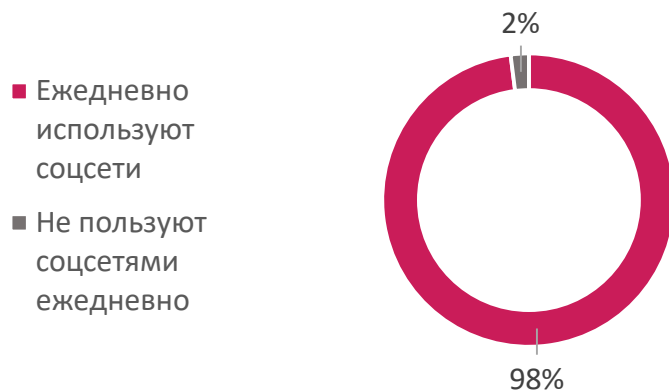
**Поиск работы и цифровая репутация.** Важные вопросы включают подготовку к собеседованию, ведение переговоров о зарплате, защиту цифровой репутации и советы по использованию соцсетей для поиска вакансий.

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

## Результаты опроса студентов ПОО

## КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

### Студенты ПОО



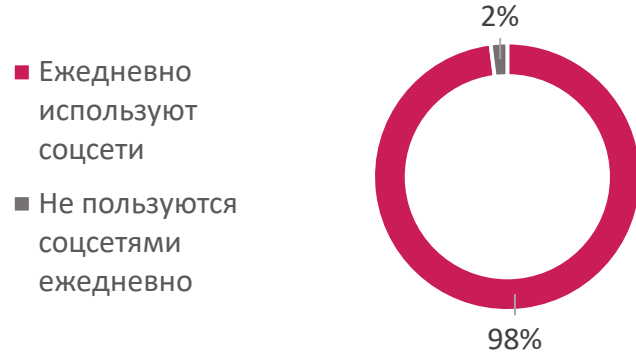
### Время, которое студенты проводят в социальных сетях



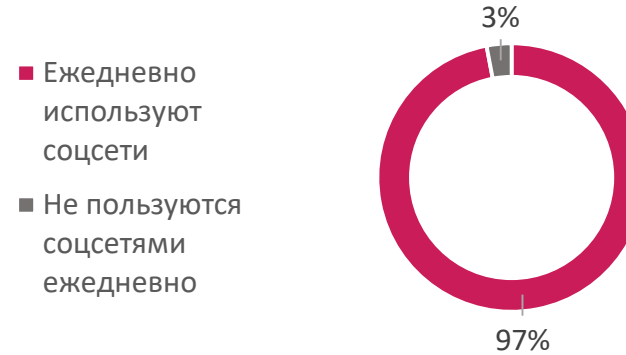
# КРИТЕРИЙ 1. АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

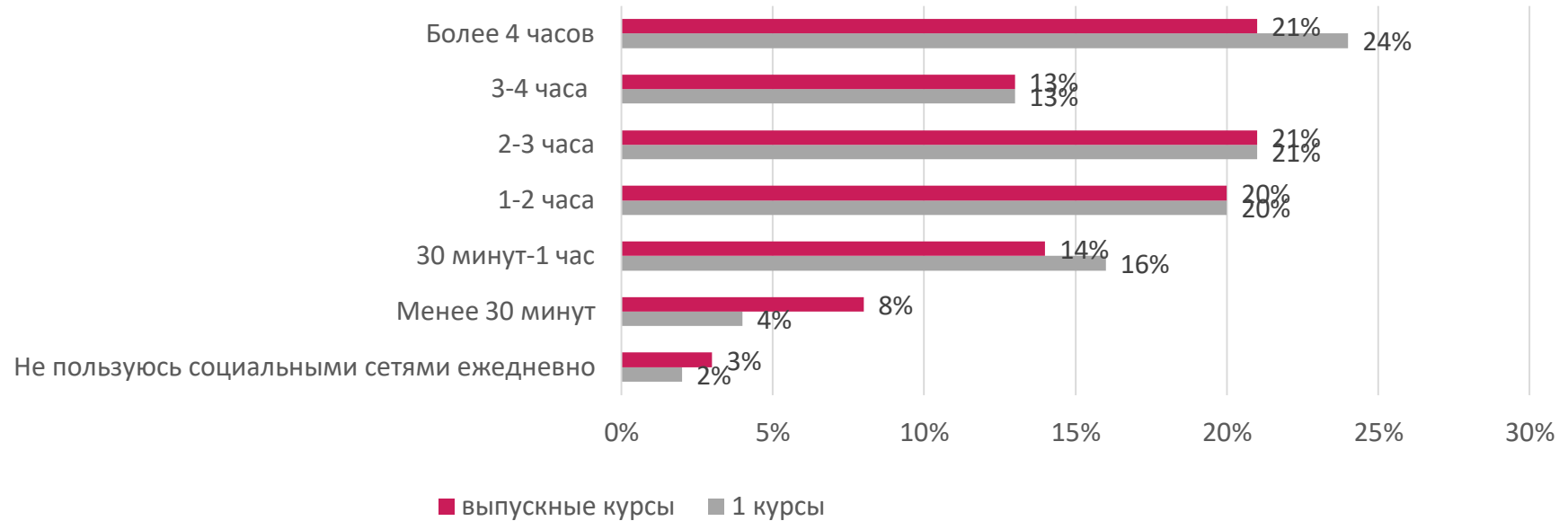
### Студенты первых курсов



### Студенты выпускных курсов



### Время, которое студенты проводят в социальных сетях



## **ВЫВОДЫ ПО КРИТЕРИЮ: «АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ 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, проводимое 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.

## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА

### Предпочитаемые форматы контента



## КРИТЕРИЙ 2. ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

### Предпочитаемые форматы контента



## **ВЫВОДЫ ПО КРИТЕРИЮ: «ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ 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** (35% и 27% 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 (14%), также имеют потенциал для вовлечения студентов.

## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Информация о карьерных целях



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ



#### Информация о карьерных целях



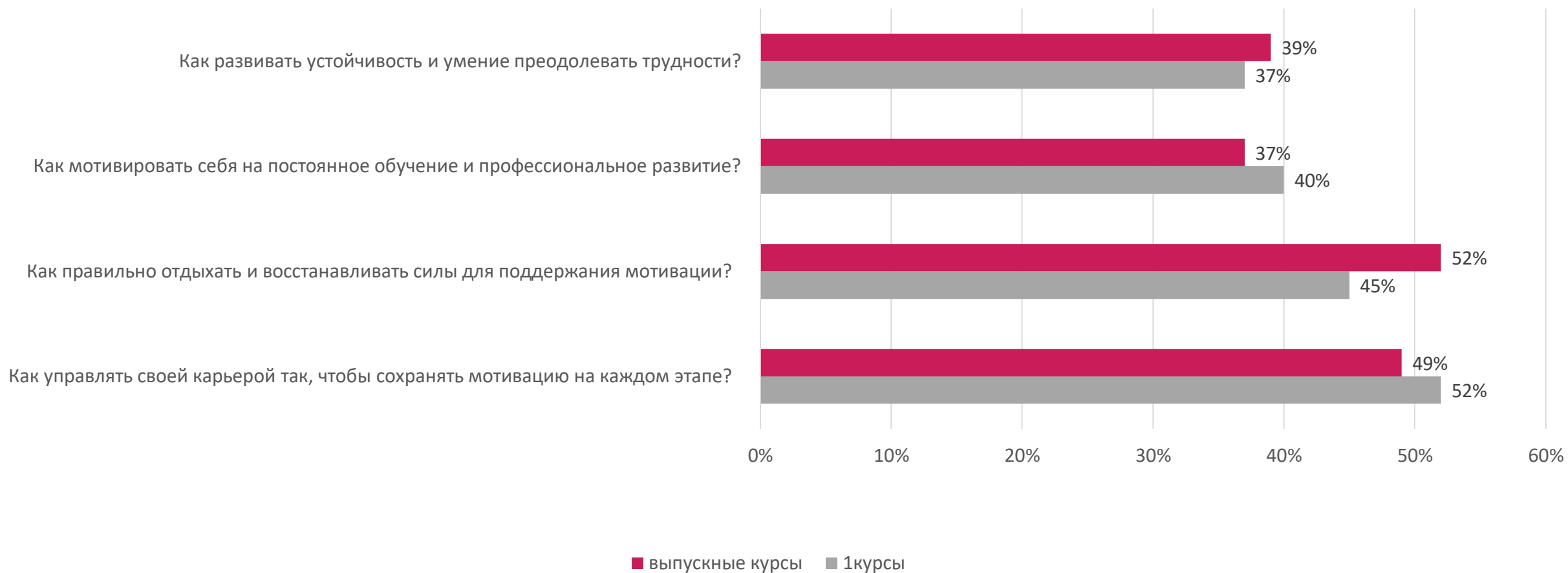
### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

#### Информация о мотивации к построению карьерного пути



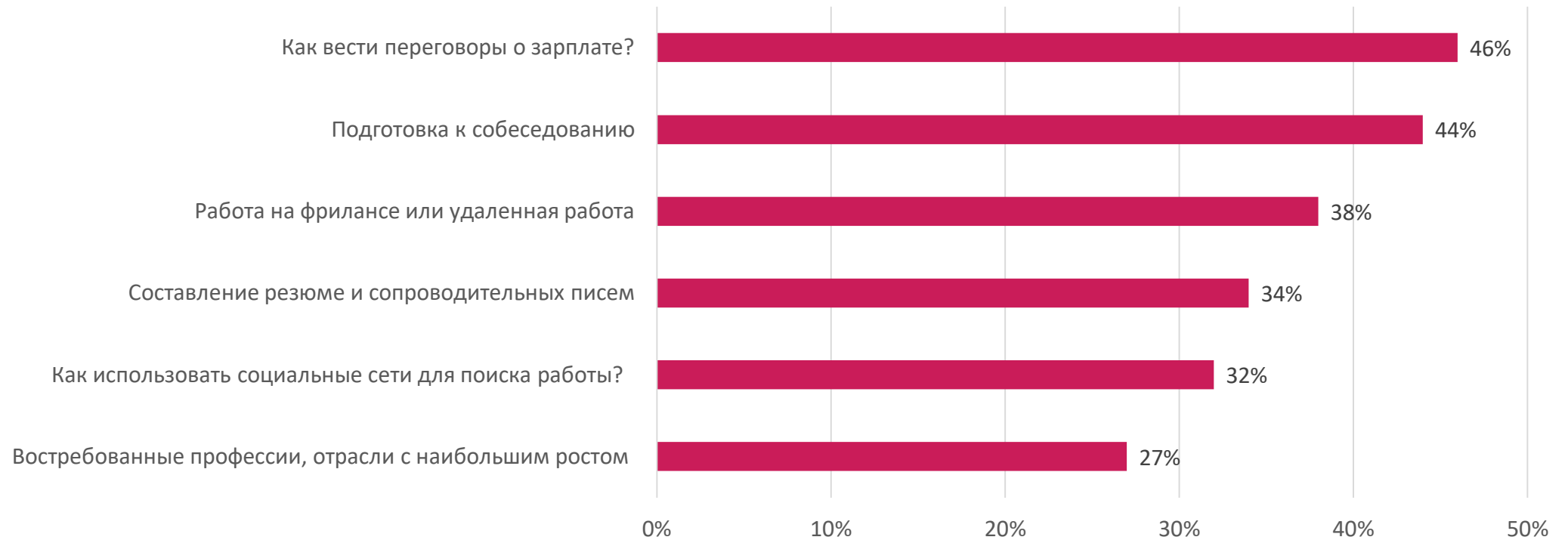
**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

**Информация о мотивации к построению карьерного пути**



### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

#### Информация о поиске работы



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНОЕ КУРСЫ**

**Информация о поиске работы**



## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Темы о поиске работы



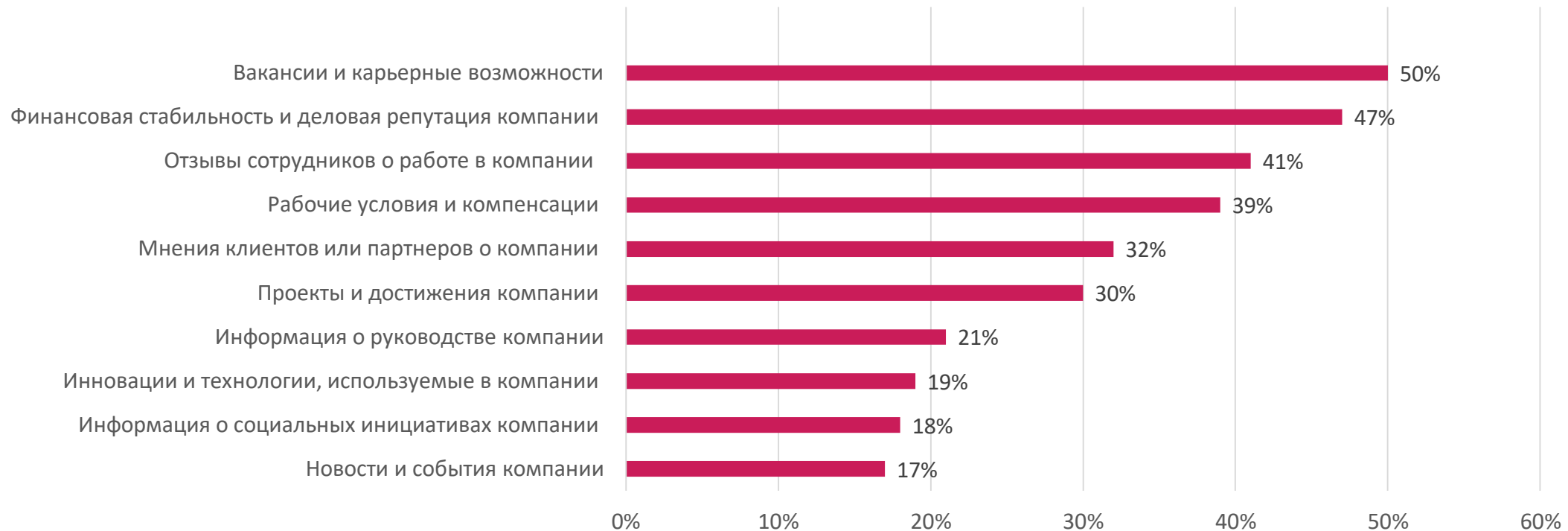
### КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ

#### Темы о поиске работы



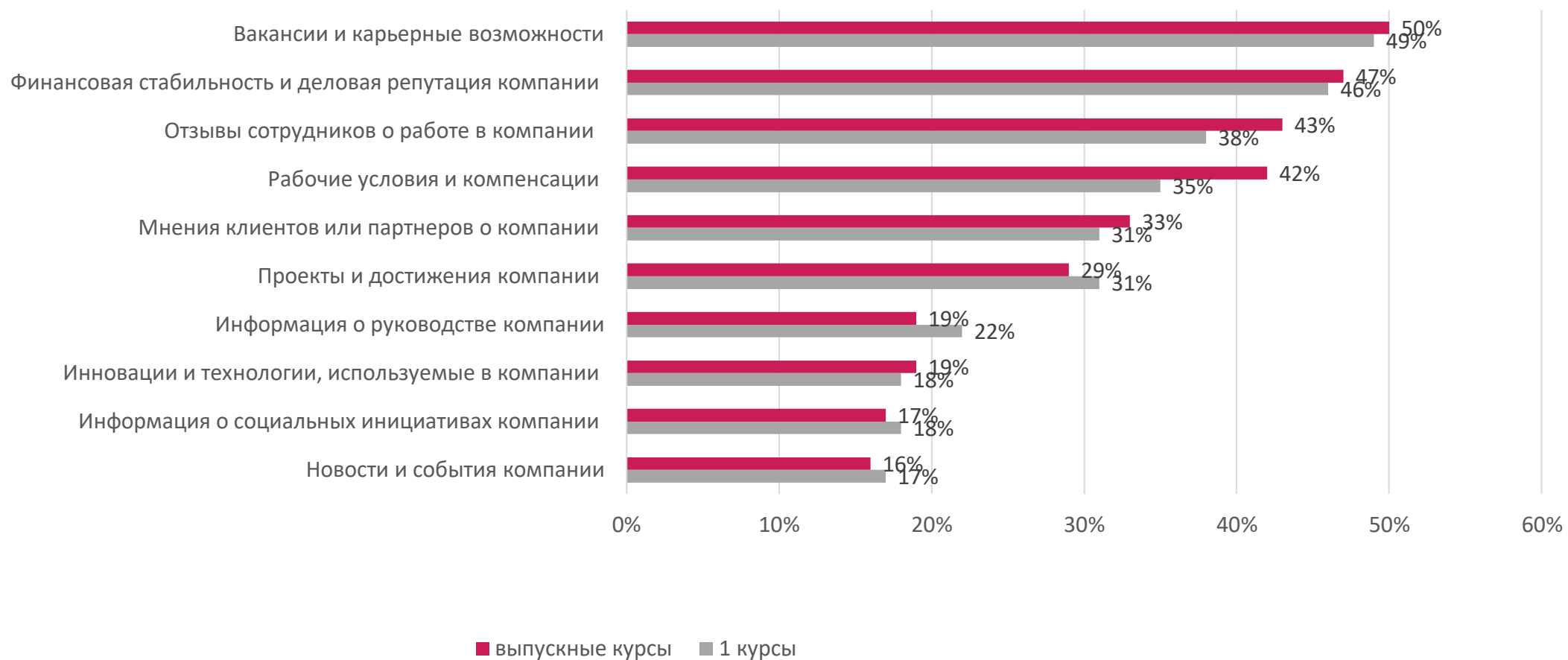
## КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ

### Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры



**КРИТЕРИЙ 3. ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ**  
**ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ**  
**ПЕРВЫЕ И ВЫПУСКНЫЕ КУРСЫ**

**Использование социальных сетей для поиска работы и развития карьеры**



## **ВЫВОДЫ ПО КРИТЕРИЮ:**

### **«ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ»**

Ожидания студентов касаются нескольких ключевых аспектов их карьерного роста:

**Карьерные цели.** У 43% респондентов интерес вызывают такие темы, как самооценка сильных и слабых сторон. 42% 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.

Одинаково интерес вызывают такие темы, как оценка востребованных на рынке навыков (25%), способы повышения уверенности в себе при достижении карьерных целей (29%) и выбор направления карьеры, основанный на интересах и хобби (29%).

**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, 39% - способами само мотивации на профессиональное развитие, а 38% – вопросами личностной устойчивости.

## **ВЫВОДЫ ПО КРИТЕРИЮ:**

### **«ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРНОГО ПУТИ»**

**Поиск работы.** Подготовка к собеседованию и ведение переговоров о зарплате особенно популярны (44% и 46% соответственно). Также важны темы, связанные с удаленным форматом работы (38%), составлением резюме (34%) и использованием соцсетей для поиска вакансий (32%).

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

**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.

## **ОБЩИЕ ВЫВОДЫ:**

- 1.** Студенты и выпускники ПОО являются активными пользователями социальных сетей. Высокая активность пользователей делает социальные сети эффективным инструментом содействия занятости студентов и выпускников.
- 2.** Создание успешного контента по сопровождению карьерного пути требует учета предпочтений студентов и выпускников относительно его форматов. Наиболее популярными форматами у пользователей являются видео-контент, мемы и юмористический контент, текстовые статьи и посты, фото и изображения. Менее популярными, но востребованными остаются опыт и истории реальных людей, подкасты и аудиоконтент. Также при создании контента не следует отказываться от таких форматов, как вдохновляющие посты, мнения пользователей, прямые трансляции, интерактивный контент, инфографика и визуальные материалы. Данные форматы контента востребованы у значительной части студентов и выпускников. Регулярные публикации в социальных сетях на основе предпочтений пользователей позволят повысить информированность студентов и выпускников о возможностях и перспективах карьерного пути и мотивировать их на трудоустройство.
- 3.** Публикации должны освещать актуальные темы для пользователей, что поддержит их интерес к контенту и будет способствовать построению карьерного пути студентов и выпускников. Актуальными для студентов и выпускников являются темы, направленные на формирование и достижение карьерных целей: как правильно формулировать карьерные цели, как правильно определить свои сильные и слабые стороны и т.д.; о мотивации к построению карьерного: Как управлять своей карьерой так, чтобы сохранять мотивацию на каждом этапе? Как правильно отдыхать и восстанавливать силы для поддержания мотивации? и т.д. Так же пользователей интересуют информация о поиске работы, например, как вести переговоры, подготовка к собеседованию и т.д. Среди данной информации студенты и выпускники выделяют темы, связанные с использованием социальных сетей для поиска работы и развития карьеры.

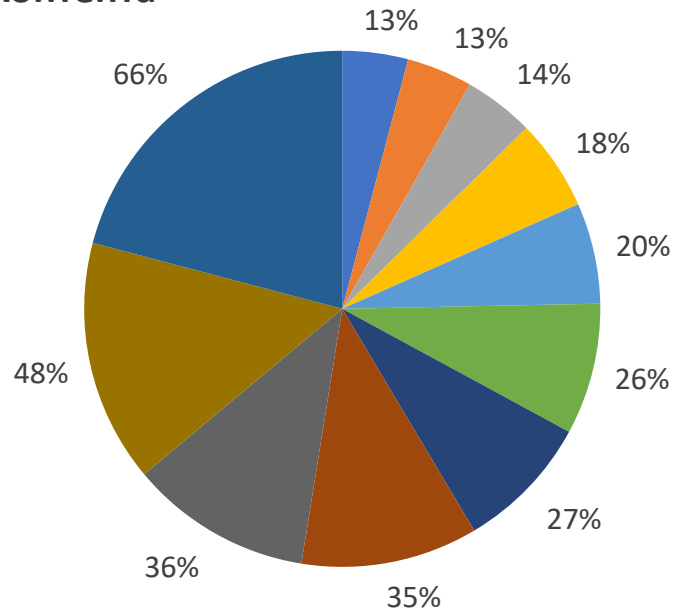
## РЕКОМЕНДАЦИИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЮ КАРЬЕРНОГО ПУТИ:

1. В связи с большой активностью студентов в социальных сетях следует регулярно размещать посты о построении карьерного пути разного формата. Регулярность публикации материалов сделает контент привлекательным для целевой аудитории, для которой востребована данная информация (студенты и выпускники ПОО). Для этого целесообразно разработать контент-план с указанием частотности публикаций (дата и время). Оптимально размещать по одному посту в день, чтобы не потеряться в ленте подписчиков и не выглядеть навязчиво. Однако, можно сделать и несколько публикаций, если возникают актуальные инфоповоды.

2. Сбалансировать публикации для контента в разных форматах. Общий объем контента необходимо разделить в соответствии с данными опроса пользователей. Важно чередовать предпочитаемые форматы контента, чтобы вызвать интерес студентов и выпускников.

### Предпочтительные форматы контента

- Инфографика и визуальные материалы (графика схемы, иллюстрации)
- Интерактивный контент (опросы, тесты, викторины)
- Прямые трансляции и вебинары (онлайн- прямые эфиры)
- Отзывы и мнения пользователей (комментарии, обзоры, мнения)
- Цитаты и вдохновляющие посты (мотивирующие фразы, цитаты известных людей)
- Подкасты и аудиоконтент (аудиоинтервью, обучающие подкасты)
- Опыт и истории реальных людей (личные истории, кейсы, интервью с людьми)
- Фото и изображения (фотографии, галереи изображений)
- Текстовые статьи и посты (новости, блоги, аналитические материалы)
- Мемы и юмористический контент (развлекательные картинки и шутки)
- Видео (обучающие видео, интервью, развлекательные ролики)



## **РЕКОМЕНДАЦИИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЮ КАРЬЕРНОГО ПУТИ:**

- 3.** Целесообразно составить рубрикатор, например, карьерный план, мотивация карьерного роста, поиск работы. Для каждой рубрики подготовить список тем, которые будут в ней освещаться (данные опроса). Каждой рубрике присвоить хештег. Это поможет удержать внимание пользователей, в связи с тем, что кому-то важно получать всю информацию, а кому-то актуальна определенная тема. Каждую тему необходимо освещать в разных форматах, предпочитаемых целевой аудиторией (студентами и выпускниками).
- 4.** Создать банк материалов для контента в соответствие с выбранными рубриками и актуальными темами для студентов и выпускников (результаты опроса).