

ОСОЗНАННЫЙ ВЫБОР СДЕЛАН

PROF.
LAB

ОТЧЕТ

PROF.Старт+

Максимов Максим

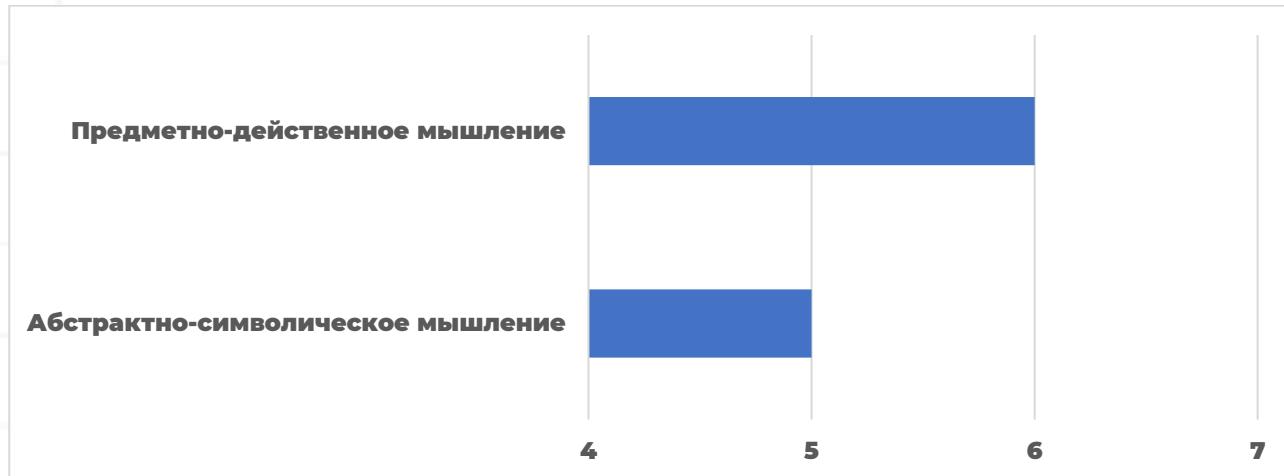
Алгоритм
действий

Челлел

I. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА

Оценка текущего состояния проводится для анализа уровня развития врождённых способностей с применением современных психологических методик. В результате совместной работы формируется целостное представление о личности, которое является базой для подбора профессии.

1. ТИП МЫШЛЕНИЯ



Предметно-действенное мышление

Предметно-действенное мышление – это способ обработки информации, при котором человек лучше всего понимает и решает задачи через практические действия с реальными объектами. Такой тип мышления характерен для людей, которые предпочитают работать руками, преобразовывать окружающий мир, создавая что-то новое. Они мыслят через движение, манипуляцию предметами и наглядное восприятие.

Люди с предметно-действенным мышлением обладают способностью сосредотачиваться на практическом аспекте проблемы, избегая излишних теоретических рассуждений. Для них важны физические характеристики объектов, такие как материал, форма или структура. Их мышление последовательно и ориентировано на достижение результата – от выполнения действия до получения конкретного продукта. Этот процесс позволяет не только продумывать, но и проверять идеи в реальном времени, что дает точное понимание возможных ограничений и способов их преодоления.

Отличительная черта этого типа мышления – способность эффективно усваивать информацию через практический опыт. Люди с таким складом ума часто имеют развитую координацию движений, что позволяет им уверенно и точно выполнять сложные физические операции. Они ценят наглядность и предпочитают учиться через примеры и практическую демонстрацию.

Абстрактно-символическое мышление

Абстрактно-символическое мышление – это способность оперировать абстрактными понятиями, символами и формулами, чтобы анализировать и решать сложные задачи. Такой тип мышления позволяет человеку преобразовывать информацию, которая не имеет физического выражения, используя математические правила, логические выводы и алгебраические операции.

Люди с этим складом ума склонны мыслить структурно и системно, концентрируясь на связях и закономерностях между элементами, представленными в виде чисел, символов или кодов. Результат их работы часто выражается в виде формул, графиков, схем или программ, отражающих суть сложных явлений и процессов. Они способны находить решения, анализировать большие объемы данных и делать выводы, не опираясь на физическую наглядность.

Отличительная черта абстрактно-символического мышления – умение видеть общий принцип там, где другие замечают лишь детали. Люди с таким мышлением могут создавать новые гипотезы, разрабатывать алгоритмы и открывать закономерности, которые становятся основой для дальнейших научных открытий. Это мышление характерно для тех, кто занимается точными науками, такими как математика, физика, программирование или экономика.

Такой тип мышления свойственен ученым-теоретикам, аналитикам, программистам, инженерам, а также тем, кто любит решать задачи, требующие точных расчетов и логической последовательности. Для них характерно умение анализировать абстрактные концепции, часто работающие вне привычного восприятия мира. Именно благодаря особенностям абстрактно-символического мышления появляются прорывные идеи и открытия, способные изменить наше понимание реальности.

Креативность – средняя

Креативность – это способность человека мыслить нестандартно, находить оригинальные решения и создавать новые идеи или продукты. Это качество проявляется в умении подходить к задачам творчески, видеть возможности там, где другие их не замечают, и предлагать необычные способы достижения целей. Креативность не ограничена рамками конкретного типа мышления и может развиваться у людей с разными интеллектуальными стилями.

Отличительной чертой креативного человека является склонность к поиску нового и умение мыслить «вне шаблонов». Такой человек чаще всего не боится экспериментировать, комбинировать, казалось бы, несовместимые идеи и открывать нестандартные пути решения задач. Он способен трансформировать привычные методы или подходы, превращая их в уникальные и полезные решения.

Креативность важна в любой сфере, будь то искусство, наука, образование или бизнес. Она позволяет художнику создавать шедевры, ученому – открывать законы природы, а предпринимателю – находить новые подходы к организации процессов. Высокий уровень креативности

проявляется в способности не только придумывать, но и воплощать свои идеи, делать их значимыми для других.

Креативный человек отличается гибкостью мышления, способностью быстро адаптироваться к изменениям и видеть перспективы там, где большинство видит проблемы. Это качество незаменимо для тех, кто стремится быть успешным в мире, где ценятся инновации и оригинальность.

У каждого человека может быть развито несколько типов мышления, что позволяет эффективно справляться с разноплановыми задачами. Разные типы мышления не только дополняют друг друга, но и дают возможность адаптироваться к изменяющимся условиям.

Например, сочетание словесно-логического и наглядно-образного мышления позволяет одновременно анализировать информацию и представлять ее в виде ярких образов. Абстрактно-символическое мышление, дополненное креативностью, способствует созданию новых идей на основе строгой логики и формальных правил. Даже если один тип мышления преобладает, другие могут развиваться и активно использоваться в нужных условиях.

Также важно помнить, что низкий показатель по шкале «Креативность» не является ограничением для профессионального роста или личной самореализации. Многие задачи требуют других качеств – точности, последовательности, умения анализировать или выполнять сложные действия. Креативность можно рассматривать как гибкость в поиске решений, которую возможно развивать через практику и обучение, если это становится необходимым.

2. ВЕДУЩИЙ ОРГАН ЧУВСТВ

Каждый человек воспринимает информацию по-разному: кто-то лучше запоминает увиденное, кто-то – услышанное, а кому-то важно прочувствовать всё на практике. Ведущая модальность формируется под влиянием врождённых особенностей и личного опыта, определяя, какой способ обработки информации для человека наиболее естественен и комфортен.

У большинства людей развиты сразу несколько модальностей, которые могут дополнять друг друга. В зависимости от ситуации восприятие может переключаться: например, при изучении нового материала сначала помогает чтение (визуальный канал), потом обсуждение (аудиальный), а закрепление происходит через практику (кинестетический).

Понимание своих сильных сторон и умение использовать разные способы восприятия помогает легче учиться, быстрее запоминать информацию и лучше понимать окружающих.

Визуальный канал

Люди с доминирующим визуальным типом модальности воспринимают и обрабатывают информацию преимущественно через зрение. Для них важно видеть, как что-то устроено, как выглядит

окружающая среда, какие цвета, формы и детали присутствуют в пространстве. Они лучше запоминают графическую информацию, схемы, изображения и письменный текст, чем устные объяснения или тактильные ощущения.

Способ восприятия информации. Визуалы усваивают знания и запоминают события через зрительные образы. Им легче понять материал, если он представлен в виде иллюстраций, графиков, таблиц или схем. Они предпочитают наглядные пособия и демонстрации, а также учатся, наблюдая за тем, как выполняются действия.

Особенности поведения и мышления. Такие люди обращают внимание на внешний вид вещей, эстетику и порядок. Их беспокоит хаос в пространстве, поэтому они стараются окружать себя красивыми и гармоничными предметами. Они могут быстро замечать детали, разницу в цветах, формах и симметрии.

Коммуникация и речь. В разговоре визуалы часто используют слова, связанные со зрением и образами: «Я вижу, что ты имеешь в виду», «Эта картина проясняет ситуацию», «Давай посмотрим на проблему с другой стороны». Они ценят выразительную мимику и жесты, предпочитают, чтобы собеседник смотрел им в глаза.

Память и внимание. Запоминают визуальные детали – лица, места, схемы, тексты. Им проще воспроизвести страницу книги, которую они читали, чем пересказать услышанное. Они могут мысленно представлять нужную информацию, будто видя её перед собой.

3. НАПРАВЛЕННОСТЬ ВНИМАНИЯ И ИНТЕРЕСОВ

Каждый человек обладает индивидуальными особенностями, влияющими на его стиль общения, способы получения информации и комфортное окружение. Уровень экстраверсии или интроверсии определяет, насколько человеку важны социальные взаимодействия, насколько легко он адаптируется к новой среде и какие условия способствуют его продуктивности.

Одни люди чувствуют себя комфортно в насыщенной событиями обстановке, активно взаимодействуют с окружающими и черпают энергию из общения. Другие предпочитают более уединённую атмосферу, сосредоточенность на своих мыслях и глубокие, осмысленные контакты вместо частого общения. Эти особенности не являются достоинствами или недостатками, а лишь отражают природные предпочтения человека.

Понимание своей позиции на шкале экстраверсии–интроверсии помогает осознать, в какой среде человек чувствует себя наиболее уверенно, какие виды деятельности ему подходит, а также как эффективнее взаимодействовать с другими.

Склонный к экстраверсии

Экстраверт – это человек, который чувствует себя комфортнее всего в мире общения, движения и постоянных событий. Он заряжается энергией от взаимодействия с людьми, легко находит общий язык и не боится быть в центре внимания. Такие люди часто проявляют инициативу,

быстро адаптируются к новым обстоятельствам и с энтузиазмом берутся за новые дела.

Импульсивность – одна из ключевых черт экстравертов. Они могут принимать решения на ходу, ориентируясь больше на эмоции, чем на длительные размышления. Это делает их смелыми, но иногда приводит к необдуманным поступкам. Они не всегда тщательно планируют свои шаги, а действуют, полагаясь на интуицию и моментальный отклик окружающих.

Эмоциональная выразительность – ещё одна важная характеристика. Экстраверты открыто проявляют радость, восторг, раздражение или разочарование. Они редко сдерживают свои чувства и могут бурно реагировать на происходящее. Это делает их живыми и харизматичными, но иногда приводит к конфликтам или непониманию со стороны тех, кто привык к сдержанному выражению эмоций.

Они любят активный образ жизни, где есть место приключениям, новым знакомствам и необычным впечатлениям. Рутинные, однообразные занятия могут быстро им наскучить, поэтому они стараются находить для себя что-то новое и интересное.

Однако у экстравертов может быть и слабая сторона – им бывает сложно доводить начатое до конца, особенно если интерес к делу пропадает. Они быстро загораются идеей, но иногда теряют мотивацию, если процесс требует длительной концентрации или монотонности.

Экстраверты прекрасно чувствуют себя в командной работе, умеют вдохновлять окружающих и мотивировать на действия. Им подходит динамичная деятельность, связанная с общением, лидерством, творчеством или организацией процессов. Главное – найти баланс между спонтанностью и осознанностью, чтобы их энергия приносила максимальную пользу.

Психолог
Центра профориентации PROF.LAB

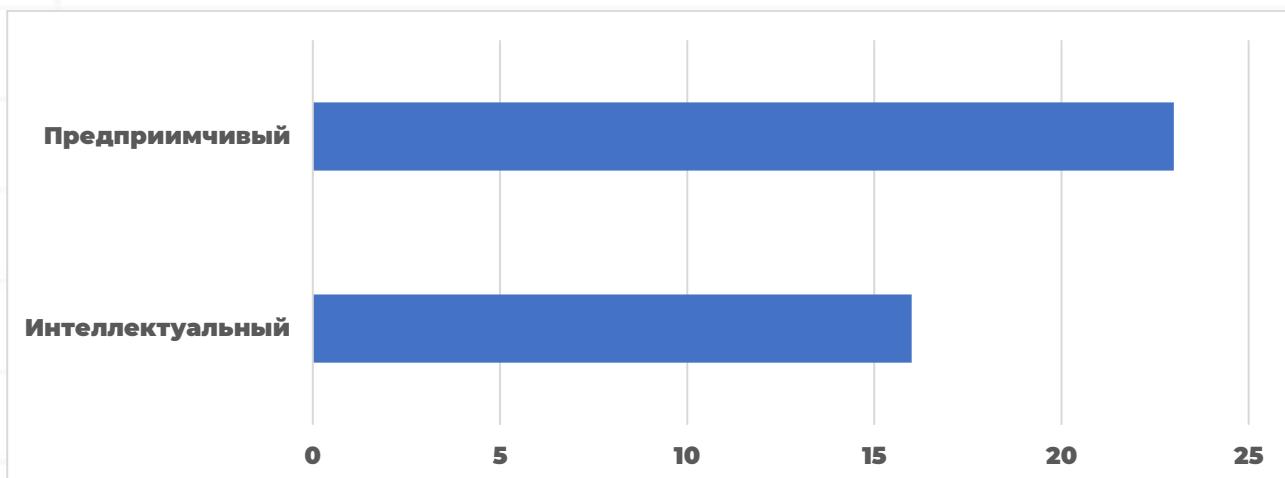
А. А. Суфиянова

II. ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ ДИАГНОСТИКА

Профориентационная диагностика проводится с целью оценки ваших личностных особенностей, интересов и склонностей, что позволяет подобрать наиболее подходящего профессионального профессии и направления развития.

1. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ТИП ЛИЧНОСТИ

Каждый человек обладает уникальным набором склонностей, интересов и талантов, которые определяют его предпочтения в учебе и будущей профессии. Важно помнить, что в каждом человеке сочетаются разные профессиональные типы. Например, кто-то может одновременно проявлять интерес к точным наукам и творческой деятельности, а кому-то комфортнее следовать чётким правилам, но при этом работать с людьми.



Предприимчивый (П)

Общая характеристика. Люди данного типа ориентированы на активную деятельность, связанную с лидерством, управлением, влиянием и принятием решений. Они стремятся к статусу, признанию и успеху, легко адаптируются к новым условиям и готовы брать на себя ответственность.

Предприимчивые личности предпочитают динамичную работу, связанную с переговорами, организациями, заключением сделок и взаимодействием с разными людьми. Им важно видеть конкретные результаты своих действий и ощущать контроль над ситуацией. Они обладают хорошими вербальными способностями, умеют убеждать, мотивировать и управлять.

Такие люди не любят монотонную деятельность, требующую усидчивости и кропотливого анализа. Они плохо переносят рутинные процессы, жёсткие регламенты и строгую систему подчинения. Для них важно свободное принятие решений и возможность влиять на ситуацию.

Психологические характеристики

- Энергичность, предприимчивость, целеустремлённость – всегда находятся в движении, стремятся к успеху.

- Оптимизм, уверенность в себе – верят в свои силы, не боятся сложных задач и вызовов.
- Импульсивность, азарт, готовность к риску – быстро принимают решения, склонны к авантюрным поступкам.
- Гибкость, умение адаптироваться – быстро реагируют на изменения, находят выгоду в любых обстоятельствах.
- Нетерпимость к однообразию и усидчивой работе – не любят заниматься деталями, избегают рутинных обязанностей.

Предпочтения. Предприимчивые люди ориентированы на власть, статус, влияние. Они хотят руководить, организовывать, договариваться, находить новые возможности. Им важны разнообразие, активное взаимодействие с людьми, свобода действий.

Они предпочитают занятия, связанные с риском, переговорами, бизнесом, политикой, финансами. Не терпят монотонной работы, требующей усидчивости, глубокого анализа или физического труда.

Их интересуют сферы, где важны коммуникативные и организаторские способности, а также способность к принятию нестандартных решений.

Типичные увлечения. Предприимчивый тип выбирает активные, социальные и престижные виды досуга. Им важно быть в центре внимания, участвовать в значимых событиях, поддерживать высокий статус:

- членство в клубах, организациях, политических партиях – стремление к влиянию и лидерству;
- посещение собраний, конференций, бизнес-форумов – получение новых связей, обучение у успешных людей;
- спортивные состязания (как участник или зритель) – азарт, соревновательный дух, стремление к победе;
- экстремальный отдых, путешествия – жажда приключений, стремление к острым ощущениям;

Интеллектуальный (И)

Общая характеристика. Люди этого типа ориентированы на познание, поиск новых знаний и решение интеллектуальных задач. Они предпочитают работать с идеями, данными, теориями и менее заинтересованы в общении или манипуляциях с физическими объектами. Их деятельность требует аналитического мышления, логики, терпения и способности к длительной концентрации.

Они склонны к системному подходу, методичности, но в то же время способны к оригинальному и независимому мышлению. Мир идей для них зачастую важнее социальной активности. Они могут полностью погружаться в работу, стирая границы между профессиональной деятельностью и личной жизнью.

Физическая активность для них вторична, а сам процесс интеллектуального поиска и анализа представляет большую ценность, чем конечный материальный результат.

Психологические характеристики. Этот тип личности отличается аналитическим складом ума, критическим мышлением, независимостью суждений и развитым воображением. Они обладают гармоничным

развитием вербальных и математических способностей, что позволяет им одинаково хорошо анализировать количественную и текстовую информацию.

Их мышление отличается глубиной и системностью. Они склонны к саморефлексии, вдумчивы и осторожны в принятии решений. Им свойственна любознательность, интеллектуальное упорство, тяга к исследованию и генерации новых идей.

Иногда они могут быть ригидными, особенно если убеждены в правильности своих выводов. Социальные навыки не являются для них приоритетными, поэтому они могут испытывать трудности в командной работе или активных переговорах.

Предпочтения. Люди интеллектуального типа ориентированы на абстрактное мышление, анализ и исследование закономерностей. Они предпочитают заниматься умственным трудом, работать в среде, где требуется высокая концентрация, внимание к деталям и логика.

Им подходят сферы, в которых можно заниматься теоретическими исследованиями, научным анализом, обработкой данных. Их деятельность часто связана с изучением сложных проблем, требующих нестандартных решений.

Они не склонны к эмоционально насыщенному общению, поверхностным контактам и деятельности, требующим высокой физической активности или жесткой регламентации. Им комфортнее работать в индивидуальном режиме, а если общение необходимо, то оно должно носить информационный и содержательный характер.

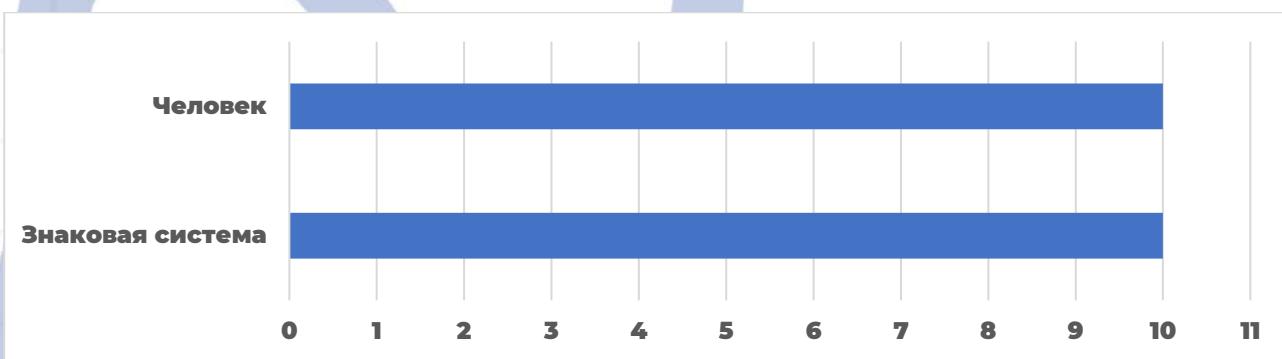
Типичные увлечения. Интеллектуальные личности погружены в познание, их интересы часто связаны с работой или научной деятельностью. Среди наиболее характерных увлечений:

- чтение сложных научных, философских и аналитических текстов;
- исследования и эксперименты, разработка новых концепций;
- программирование, создание алгоритмов, моделирование;
- стратегические игры, шахматы, головоломки;

подводное плавание, яхтенный спорт, альпинизм – виды деятельности, требующие тщательного анализа ситуации и расчёта рисков.

2. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ЛИЧНОСТИ

Определение профессиональной направленности личности основывается на анализе предпочтений различных типов деятельности. Методика базируется на классификации профессий, распределенных по основным предметам труда, включая следующие группы: «человек-природа», «человек-техника», «человек-человек», «человек-знаковая система» и «человек-художественный образ».



Знаковая система

Профессии этой группы связаны с работой, где основным объектом взаимодействия являются знаки, символы, коды, цифры и тексты. Специалисты этой области занимаются обработкой, анализом и передачей информации, используя различные системы и инструменты. Их деятельность нередко требует высокой точности, внимания к деталям и способности оперировать абстрактными понятиями.

Работа со знаковыми системами включает составление расчётов, проектирование, программирование, анализ данных, а также решение задач, связанных с обработкой текстовой, числовой или графической информации. Эта профессиональная группа подходит тем, кто ценит порядок, логику и возможность работать с информацией, оставаясь в зоне интеллектуального комфорта.

Важные профессиональные качества:

- логическое мышление и способность к систематизации;
- точность и внимательность при работе с данными;
- умение концентрироваться на задачах, требующих сосредоточенности;
- склонность к работе с абстрактными понятиями и символами;
- навыки аналитического мышления для обработки больших объемов информации;
- интерес к математике, информатике, лингвистике или экономике.

Примеры профессий: программист, бухгалтер, лингвист, аналитик данных, картограф, экономист и др.

Человек

Профессии, входящие в эту группу, связаны с взаимодействием с другими людьми: обучением, консультированием, обслуживанием, организацией деятельности или оказанием помощи. В основе таких профессий лежит способность устанавливать контакт, понимать потребности окружающих и оказывать влияние на их поведение или решения. Это может быть как передача знаний, так и забота о здоровье, организация коллективной работы или обслуживание клиентов.

Работа в этой сфере требует развитых коммуникативных навыков, умения находить подход к людям и готовности адаптироваться к различным ситуациям. Специалисты данного профиля играют важную

роль в обществе, поскольку именно они способствуют развитию, поддержке и удовлетворению потребностей других людей.

Важные профессиональные качества:

- эмпатия и умение чувствовать настроение собеседника;
- хорошо развитые коммуникативные навыки;
- терпение и стрессоустойчивость при работе с разными людьми;
- способность убеждать и мотивировать;
- организаторские способности и умение работать в команде;
- интерес к психологии, педагогике или другим гуманитарным дисциплинам.

Примеры профессий: учитель, психолог, врач, социальный работник, менеджер, адвокат и др.

3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ

Шкала	Результаты
Биология	2
География	0
Геология	0
Медицина	-2
Лёгкая и пищевая промышленность	4
Физика	1
Химия	0
Техника, механика	1
Электротехника, радиомеханика, электроника	0
Обработка материалов (дерево, металл и т.п.)	-3
Информационные технологии	6
Психология	3
Строительство	-2
Транспорт, авиация, морское дело	-1
Военные специальности	-1
История	0
Литература, филология	-2
Журналистика, связи с общественностью, реклама	-1
Социология, философия	1
Педагогика	1
Право, юриспруденция	-1
Сфера обслуживания	1
Математика	-1

Экономика, бизнес	6
Иностранные языки, лингвистика	6
Изобразительное искусство	0
Сценическое искусство	0
Музыка	0
Физкультура, спорт	0

4. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ

«Поддерживающий инициатор»

Общая характеристика. Люди с подобным сочетанием качеств от природы заботливы и отзывчивы, при этом не боятся проявлять инициативу и брать на себя ответственность за достижение целей. Они отличаются искренней поддержкой окружающих и в то же время способностью предпринимать решительные действия, когда это необходимо. Их интересы сосредоточены на благополучии команды, и они умеют направлять энергию коллектива в позитивное русло, вдохновляя людей двигаться вперёд. При этом они не просто выполняют указания, а сами становятся инициаторами перемен, сохраняя гармонию и доверительные отношения в коллективе.

Подробное описание личностных характеристик:

1. Стиль коммуникации. В общении такие люди сочетают мягкость и приветливость с уверенностью в своих словах. Они редко применяют прямое давление, предпочитая увлекать сотрудников и коллег своими идеями и личным примером. Их стиль коммуникации способствует созданию позитивной атмосферы, где каждый чувствует себя значимым. При обсуждении инициатив они помогают другим понять, почему те или иные решения важны, стараясь передать энтузиазм, стоящий за новыми идеями. Кроме того, они умеют внимательно слушать, учитывать чужие мнения и адаптировать свои планы, если это принесёт пользу общему делу.

2. Подход к работе. В работе они стараются сочетать стратегию помощи и поддержки с активной инициативностью. Они не просто ожидают указаний сверху, а сами предлагают решения и идеи, ориентируясь на потребности команды и организации в целом. Поскольку их мотивирует желание помогать и совершенствовать коллективный процесс, их подход отражает стремление выстраивать работу так, чтобы она была одновременно эффективной и комфортной для всех участников. Они уделяют значительное внимание постановке задач, разъяснению их значения для команды и пошаговому планированию, чтобы все понимали, ради чего работают и какого результата следует достичь.

3. Мотиваторы. Главными источниками вдохновения для них являются благополучие окружающих, а также возможность видеть результаты совместной работы и собственных инициатив. Они получают истинное удовлетворение, если могут помочь другим, создать благоприятные условия для профессионального и личностного роста

коллег, а также внести свой вклад в достижение командных целей. Их воодушевляет ситуация, когда они видят, что их помощь действительно меняет что-то к лучшему. Успех команды служит им самым большим стимулом, так как это подтверждает правильность их усилий и инициатив.

4. Взаимодействие с коллективом. В коллективе такие люди, как правило, выступают в роли катализатора развития. При этом они никогда не оставят коллегу одного с трудной задачей, всегда готовы подставить плечо и помочь найти выход из сложной ситуации. Одновременно они стимулируют других к самостоятельному росту, подавая пример активных действий и позитивного отношения к переменам. Коллеги ценят их за готовность проявить инициативу и повести за собой в нужный момент, а также за умение выслушать, понять и поддержать каждого члена команды. Их влияние на коллектив строится на доверии и взаимоуважении, а не на жёстком контроле.

5. Стиль поведения. В повседневной деятельности такие люди активно вовлекают окружающих в процесс достижения целей, поддерживая, направляя и вдохновляя. Они способны сочетать дружественность и решительность: их поступки часто направлены на улучшение отношений внутри коллектива и одновременно на эффективное выполнение поставленных задач. Они стремятся избежать конфликтов, предпочитая решать проблемы мирным путём, но при этом не боятся отстаивать свою точку зрения и инициировать изменения, которые считают необходимыми. На практике это означает, что они могут обаятельно и убедительно донести до окружающих важность своих идей, учитывая интересы команды.

6. Выражение эмоций. Эмоционально они открыты и отзывчивы, всегда готовы разделить радость успеха или поддержать в трудную минуту. Их эмоции играют важную роль в работе с коллективом: искреннее воодушевление передаётся коллегам и мотивирует их на активное участие в проектах. Когда возникают сложные моменты, они стараются сохранять спокойствие и рассудительность, демонстрируя способность управлять собственными чувствами и помогать другим находить выход из сложных ситуаций. При этом их основной эмоцией в работе остаётся искреннее желание сделать всё возможное для улучшения команды и достижения общих целей.

Профинженер
Центра профориентации PROF.LAB

Е. Н. Елисеева

III. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ

Профессиональная ориентация представляет собой комплексный анализ врождённых и сформированных личностных качеств, а также уровня приобретённых компетенций на момент исследования. По итогам анализа определяется наиболее подходящая профессия, включая одну основную и несколько альтернативных (резервных) профессий.

Изначальные пожелания	Вывод
Гейм-дизайнер, тестировщик	Подходит частично

На основании всестороннего исследования личностных характеристик оптанта рекомендуется в качестве основной профессии выбрать «Digital-маркетолог».

Профессия digital-маркетолога логично вытекает из диагностического профиля оптанта. Выраженная предприимчивость задаёт ориентацию на результат, инициативу и готовность брать на себя ответственность за продвижение продукта. Интеллектуальная направленность поддерживает интерес к анализу данных и проверке гипотез, что помогает принимать взвешенные решения. По структуре интересов сочетаются сферы «человек» и «знаковая система»: комфортно работать и с аудиторией, и с цифрами, текстами, визуальными материалами. Предметно-действенный стиль мышления облегчает быстрый переход от идеи к конкретным шагам и итеративной доработке. Сбалансированные визуальный и кинестетический каналы усиливают чувство формы и пользовательского опыта, а экстравертность помогает в презентациях и взаимодействии с коллегами и подрядчиками. Склонность к командной работе при наличии лидерских качеств даёт потенциал координировать процессы и вдохновлять других. Интерес к информационным технологиям и иностранным языкам расширяет профессиональный горизонт и упрощает выход на разные рынки. Совокупность этих факторов формирует прочную основу для успешной самореализации в digital-маркетинге при условии системной практики и последовательного развития навыков.

В качестве альтернативных (резервных) вариантов профессионального пути рекомендуются следующие профессии: предприниматель, продакт-менеджер, менеджер.

1. ПРОФЕССИОГРАММА

Общая характеристика профессии

Название профессии: digital-маркетинг

Отрасль деятельности: маркетинг, реклама и PR, электронная коммерция.

Основная задача: привлекать и удерживать клиентов в цифровых каналах, обеспечивать рост узнаваемости бренда и выручки за счёт анализа данных, гипотез, контента и рекламных кампаний.

Условия труда

Рабочее место: офис/коворкинг или удалённый формат; работа за компьютером, в кросс-функциональных командах (продукт, продажи, дизайн).

Условия труда: проектные дедлайны, переменные объёмы задач, возможны внеплановые «запуски» и отчётные периоды; встречи, презентации, онлайн-коммуникация.

Профессиональные риски: информационная перегрузка, стресс из-за KPI и сроков, зрительное напряжение и гиподинамия; репутационные риски в публичных коммуникациях.

Требования к образованию и квалификации

Образование: среднее профессиональное или высшее по направлениям «Маркетинг», «Менеджмент», «Реклама и PR», «Бизнес-информатика».

Квалификация: базовая подготовка в маркетинге и аналитике данных; владение офисными инструментами и профильными платформами

Повышение квалификации: регулярные курсы/сертификации по аналитике, рекламным системам и новым форматам коммуникаций (динамично меняющаяся среда).

Профессиональные знания и умения

- Маркетинговая база: сегментация и позиционирование, путь клиента (CJM), ценностное предложение, конкурентный анализ.
- Аналитика и метрики: работа с таблицами и дашбордами, интерпретация показателей (трафик, конверсия, LTV, САС), формулировка и проверка гипотез, А/В-тесты.
- Работа с каналами: основы SMM, контент-маркетинга, e-mail/мессенджер-кампаний, SEO-и PPC-рекламы; настройка и оптимизация кампаний под KPI.
- Контент и креатив: постановка задач дизайну/копирайту, брифы, единый тон бренда; базовые навыки текстов и презентаций.
- Проектная работа: планирование спринтов, постановка задач, взаимодействие с подрядчиками и внутренними командами, отчётность.
- Инструменты: офисные пакеты (документы/презентации/таблицы), системы web-аналитики и рекламные кабинеты, таск-менеджеры.

Психофизиологические качества

- Устойчивое внимание и работоспособность при работе за ПК.
- Зрительная аккуратность (мелкие детали в интерфейсах, макетах, отчётах).
- Логическое и системное мышление (связь гипотез, данных и решений).
- Стессоустойчивость и саморегуляция в условиях дедлайнов и KPI.

- Коммуникативная гибкость: умение слушать, уточнять, договариваться

Личностные качества

- Проактивность и ориентация на результат.
- Ответственность и аккуратность в данных и публичных коммуникациях.
- Креативность в пределах бизнес-задачи (гипотезы, форматы).
- Командность и эмпатия при кросс-функциональном взаимодействии.
- Обучаемость: готовность быстро осваивать инструменты и подходы.

Перспективы карьерного роста

Стартовые роли: стажёр / младший digital-маркетолог, ассистент по контенту или рекламе.

Специализации: SMM-менеджер, контент-маркетолог, e-mail/CRM-маркетолог, performance-маркетолог, маркетолог-аналитик, SEO/ASO-специалист, таргетолог.

Продвинутые роли: продакт-маркетолог, бренд-менеджер, руководитель направления (team lead).

Топ-позиции и предпринимательство: Head of Marketing/СМО, руководитель агентства, сооснователь/маркетинг-партнёр в стартапе, консультант.

2. РЕКОМЕНДАЦИИ

Оптант находится на этапе самоопределения, который требует сосредоточения на наиболее перспективных направлениях будущей деятельности, с целью раскрытия своего потенциала и формирования мотивации для дальнейшего развития и профессионального роста.

1.	Школа	Закончить 11 классов. Выбрать профиль с упором на математику. Элективы/факультативы: информатика, обществознание/экономика
2.	ВУЗ	Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева 38.03.02 «Менеджмент», наименование профиля «Цифровой маркетинг и рыночная аналитика» Минимальный проходной балл: 116 баллов ЕГЭ (обязательные): математика (профильная), русский язык ЕГЭ (на выбор): история/информатика/обществознание/иностранный язык Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

		<p>38.03.02 «Менеджмент», наименование профиля «Маркетинг и рыночная аналитика» Минимальный проходной балл: 195 баллов ЕГЭ (обязательные): математика (профильная), русский язык, иностранный язык (английский)</p> <p>Коды специальностей для других ВУЗов: 38.03.02 «Менеджмент» 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» 38.03.05 «Бизнес-информатика»</p>
3.	Предметы для сдачи на ОГЭ / ЕГЭ	<p>Математика (профильная) Русский язык Информатика Английский язык</p>
4.	Подготовка к ОГЭ / ЕГЭ	Обязательно пройти дополнительные курсы по подготовке ОГЭ / ЕГЭ
5.	Развитие навыков	<p><u>Hard skills:</u> Работа с таблицами и данными (Google Sheets/Excel: формулы, сводные, графики). Базовая web-аналитика: чтение простых метрик (трафик, конверсия), постановка гипотез. Контент-база: структура поста/лендинга, заголовки, простые презентации. Навыки визуальных брифов для дизайна (что/для кого/цель).</p> <p><u>Soft skills:</u> Переговоры и аргументация Публичные мини-выступления (3–5 минут о проекте). Командная работа (распределение ролей, ретроспективы после проекта). Осознанное использование юмора и харизмы в презентациях.</p>
6.	Олимпиады и конкурсы	<ul style="list-style-type: none"> «Высшая проба» «Большая перемена» Олимпиады (местные): математика, русский язык, информатика, английский язык
7.	Кружки и секции	<p>Дебатный клуб / клуб переговоров / школьный парламент Школьные медиа / SMM-клуб Программирование Баскетбол, спортивное ориентирование — можно оставить: тренируют командность, внимание, «чутьё» на маршрут (полезно для проектного мышления).</p>
8.	Общие рекомендации и по развитию	<p>Поставить Цель – поступление в ведущий вуз страны по направлению «Маркетинг», «Реклама и связи с общественностью» или «Бизнес-информатика». Изучить методику SMART, сформулировать долгосрочную цель (например, поступление в НИУ</p>

	<p>ВШЭ или СПбГУ на бюджет), разбить её на подцели (ОГЭ, ЕГЭ, олимпиады, проекты, портфолио), вести ежедневный контроль и еженедельную корректировку плана.</p> <p>Развивать аналитическое и креативное мышление. Ежедневно решать задачи на логику и анализ данных (таблицы, простые кейсы), пробовать креативные упражнения (сочинять слоганы, придумывать рекламу для знакомых вещей). Полезно вести блокнот идей и проверять их на практике.</p> <p>Читать не менее 5 часов в неделю:</p> <p>Художественные книги с живыми диалогами и социальными сюжетами (Р. Брэдбери, О. Генри, И. Ильф и Е. Петров),</p> <p>Научно-популярные книги и статьи по маркетингу, психологии, бизнесу (например, К. Котлер «Основы маркетинга» в адаптированных изданиях).</p> <p>Следить за сайтами и мероприятиями вузов. Раз в месяц мониторить сайты НИУ ВШЭ, СПбГУ, РЭУ им. Плеханова, РАНХиГС. Участвовать в олимпиадах, лекциях, вебинарах и экскурсиях для школьников. Завести отдельный документ или таблицу «портфолио достижений» с фиксацией участия и наград.</p> <p>Активно развивать социальные навыки и уверенность в себе.</p> <p>Заниматься командными видами спорта (например, баскетбол), посещать дебатный клуб или кружок ораторского мастерства, пробовать себя в школьных мероприятиях в роли ведущего или организатора. Это напрямую пригодится в маркетинге.</p> <p>Прокачивать навыки работы с цифровыми инструментами.</p> <p>Освоить базовые программы: Google Таблицы, Canva, PowerPoint. Начать онлайн-курсы по digital-маркетингу (Яндекс Практикум). Изучить следующие рекламные инструменты: ВК Реклама, Яндекс.Директ, Авито Реклама. Начать изучение ИИ: ChatGPT, Midjourney</p> <p>Развивать английский язык.</p> <p>Установить приложение (например, Duolingo, Skyeng), подписаться на англоязычные ресурсы по маркетингу и бизнесу. Английский нужен для чтения</p>
--	---

	<p>статьей, прохождения курсов и общения с международными коллегами.</p> <p>Развивать исследовательские и проектные навыки. Участвовать в школьных или муниципальных конкурсах проектов (например, по бизнесу или медиа). Писать статьи или делать презентации, например, «Как я придумал и продвинул настольную игру». Это будет готовым кейсом для портфолио.</p> <p>Участвовать в профильных лагерях и школах. Записаться в технопарки, бизнес-лагеря, профильные школы (например, «Большая перемена», «Сириус» по направлению «Маркетинг и коммуникации»). Это даст опыт, контакты и уверенность в себе.</p> <p>Найти первого ментора или куратора. Это может быть преподаватель по обществознанию, тренер в кружке, студент-старшекурсник или специалист, ведущий кружок по маркетингу/бизнесу. Важно общаться, задавать вопросы, просить советы — именно через диалог формируется профессиональный рост.</p>
9.	<p>Книги, YouTube- и Telegram-каналы</p> <p>Книги:</p> <p>«Позиционирование: битва за умы», Эл Райс, Джек Траут</p> <p>«Основы маркетинга», Филип Котлер</p> <p>«Заразительный. Психология сарафанного радио», Йона Бергер</p> <p>«Психология влияния», Роберт Чалдини</p> <p>«Продавая незримое», Гарри Беквит</p> <p>«Разработка ценностных предложений», Ив Пинье, Александр Остервальдер</p> <p>«Ясно, понятно», Максим Ильяхов</p> <p>«Думай медленно, решай быстро», Даниэль Канеман</p> <p>«Маркетинг на 100%», Игорь Манн</p> <p>«Стратегия голубого океана», Чан Ким, Рене Моборн</p> <p>YouTube-каналы:</p> <p>Почему нельзя так просто?</p> <p>Лида, где лиды?</p> <p>Skillbox Маркетинг</p> <p>eLama</p> <p>Яндекс Реклама</p> <p>Суровый питерский форум</p> <p>амоБлог</p> <p>Telegram-каналы:</p>

	Texterra Психология Маркетинга Unisender Боги маркетинга Михаил Гребенюк
--	--

Желаем успехов в ваших начинаниях!

Профориентатор
Центра профориентации PROF.LAB

В. Д. Загородний