

## 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. Érdeemes 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**

Budapesti Metropolitan Egyetem  
1148 Budapest, Nagy Lajos király útja 1-9.

Telefon: 361 273 3090  
E-mail: [mail@metropolitan.hu](mailto:mail@metropolitan.hu)  
Web: [www.metropolitan.hu](http://www.metropolitan.hu)

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 szakmánkhöz 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 csapatmunkakészség. 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](mailto: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 dinamikus fejlődő szereplője a hazai felsőoktatásnak. Képességfejlesztő tréningrendszere egyedülálló. A METU jelenleg közel 200 külföldi intézménnyel tart fenn partnerkapcsolatot.