



universum

Исследование талантов Universum 2020

Партнерский отчет | Университет КИМЭП

Казахский выпуск | Студенты | Все основные направления обучения

Содержание

- 1 ВВЕДЕНИЕ
- 2 ПРОФИЛЬ ТАЛАНТА
- 3 ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА
УНИВЕРСИТЕТА
- 4 КАРЬЕРНЫЙ ЦЕНТР
- 5 КОММУНИКАЦИЯ
- 6 ПРЕДПОЧТЕНИЯ В КАРЬЕРЕ И
РАБОТОДАТЕЛЯХ
- 7 КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ

Содержание

1

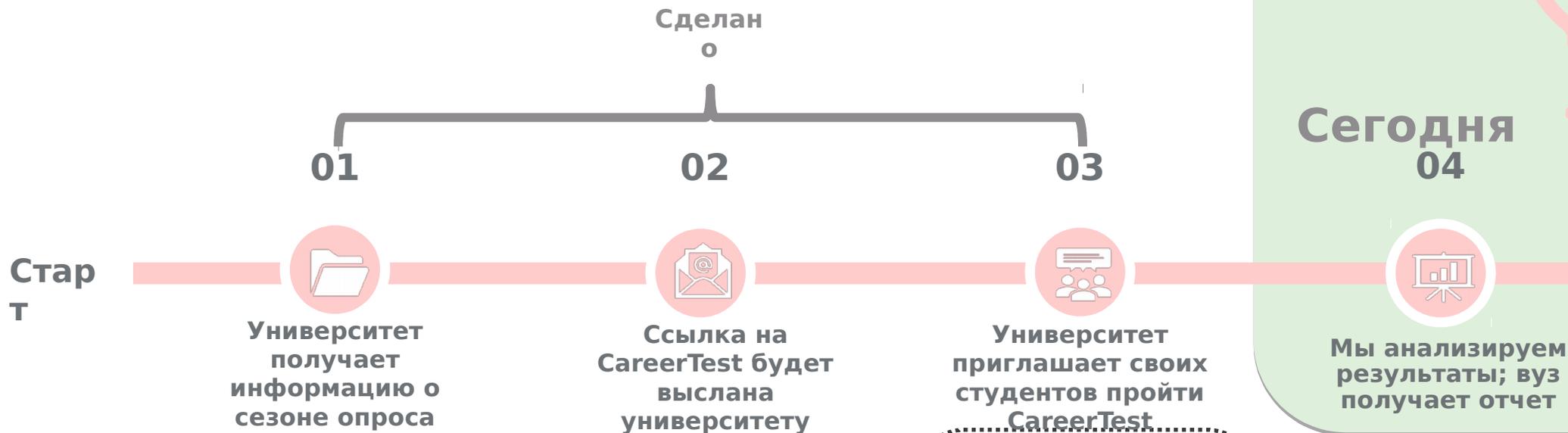
ВВЕДЕНИЕ

В этом разделе Вы узнаете:

Как работает Universum

Как Вы можете использовать этот отчет

Благодарим за сотрудничество!



- Календарь исследования: даты открытия и закрытия сезона опроса.
- Модель совместной работы.
- Дополнительные материалы, примеры рассылок.
- Результаты и преимущества CareerTest.

- По Вашей уникальной ссылке мы всегда сможем узнать, сколько ответов Вы собрали.
- Вам просто нужно будет вставить ссылку в пост или в электронное письмо.
- Представитель Universum сообщит Вам о Вашей активности в ответах.

От: Специалист карьеры
Для: Ольги

Добрый день, Ольга.

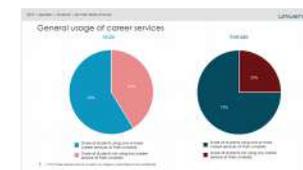
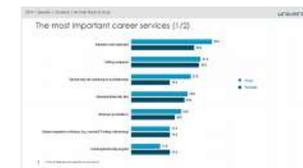
Это карьерный тест, о котором мы говорили.

Пройдите **по ссылке**, чтобы пройти тест и сообщить нам, а также работодателю Ваши карьерные интересы и предпочтения.

Будем дать Ваших ответов!

С уважением,

Мария.



Universum в двух словах

Universum является мировым лидером в области брендинга работодателей и исследования рынка труда. Благодаря нашей работе, исследованиям и консалтингу, мы стремимся сократить разрыв между ожиданиями работодателей и студентов/профессионалов, а также **поддерживать высшие учебные заведения** в их карьерных ролях.

Мы работаем в этой сфере уже более 30 лет и каждый год опрашиваем 1+ миллионов студентов и профессионалов по всему миру. Мы являемся партнерами более чем с 2000 глобальными и локальными клиентами более чем в 60 странах мира. Последнее десятилетие мы каждый год публиковали рейтинг самых привлекательных работодателей в мире, а также рейтинг самых привлекательных работодателей на 40+



Четвертый год мы добиваемся установленного нами **стандарта в отрасли**

ACC>SS

Universum **Access** - интерактивная платформа для более подробного изучения Вашего бренда



Более 1000 лицензированных профессионалов брендинга работодателей

CNN Money

Прославленный в известных мировых СМИ с охватом в миллионы

BBC

“ Поколение Y: нельзя всех подогнать под одну мерку ”

Forbes

“ Осведомленность и дифференциация: организациям пора распознать свой HR-брендинг ”

CNN Money

“ Лучшие работодатели мира для выпускников ”

The Economist

“ Вы исполнитель или руководитель ? ”

Мы сотрудничаем с вузами по всему миру

В рамках нашей миссии по соединению талантов с будущим мы обращаемся прямо к источнику. Universum сотрудничает с самыми важными университетами со всего мира, чтобы получить представление о навыках талантов, их предпочтениях и планах на будущее.

Благодаря этим уникальным идеям и 30-летнему опыту работы в области HR-брендинга, Universum помогает университетам лучше понять процесс взаимодействия с работодателями и предоставляет подробные данные о том, как студенты и выпускники воспринимают лучших работодателей и современную карьеру.

Вместе, Universum и университеты по всему миру создают более прозрачный мир вокруг образования и готовности к карьере.

Подробнее:

<https://universumglobal.com/university-partners/>



Глобальные клиенты



Глобальные тренды 2019

В **США** надежность трудоустройства считается наиболее важным карьерным атрибутом, в отличие от **Канады**, где топ карьерных атрибутов возглавляют высокие будущие заработки

Надежность и стабильность на работе, а также баланс между работой и личной жизнью входит в Топ 3 самых важных карьерных атрибутов во всех странах **Скандинавии**

Во **Франции** интерес к предпринимательству удвоился за последние 4 года

Наличие конкурентоспособного базового оклада и высокий будущий доход считаются наиболее важными карьерными атрибутами для студентов **Германии**,

Студенты **России** и **Казахстана** из всех карьерных атрибутов предпочитают надежность и стабильность на рабочем месте, а также возможность обучения и улучшения навыков

Профессиональная подготовка и развитие, а также возможности развития лидерских качеств считаются наиболее важными атрибутами для студентов в **Южной Америке**

У студентов бизнес-факультетов и инженеров в **Южной Африке** предпринимательские способности и способности к творчеству/инновациям являются наиболее важными целями их карьеры.

На **Ближнем Востоке** привлекательные/захватывающие продукты и услуги, а также корпоративная социальная ответственность являются наиболее важными карьерными атрибутами

30% студентов в **Китае** хотят работать в стартапе или начать собственный бизнес, так как каждый год работа с международных организациях становится менее привлекательна для **8** китайских студентов



• Выделенные страны представляют рынки, где Universum проводит исследования

Этот отчет поможет Вам...



ПОНЯТЬ

... карьерные предпочтения и ожидания Ваших студентов

1. Узнайте карьерные предпочтения Ваших студентов.
2. Узнайте причины, почему некоторые студенты не пользуются Вашими карьерными услугами.
3. Узнайте удовлетворены ли Ваши студенты предлагаемыми карьерными услугами, и если нет, почему.



ОПРЕДЕЛИТЬ

... готовы ли Ваши студенты к профессиональной жизни

1. Сравните навыки Ваших студентов с навыками их сверстников.
2. Оцените их практический опыт как в вузе, так и за его пределами.
3. Узнайте реальную оценку карьерных ожиданий Ваших студентов - будут ли их ожидания соответствовать рынку труда?



ПРИВЛЕЧЬ

...подходящих работодателей для сотрудничества с Вами

1. Узнайте, какие работодатели являются привлекательными для Ваших студентов, а какие нет.
2. Осведомите работодателей, что именно интересует Ваших студентов в работодателях.
3. Сравните предпочтения работодателей Ваших студентов с предпочтениями других студентов.



УПРАВЛЯТЬ

... восприятием Вашего бренда и его привлекательностью

1. Узнайте, как Ваши студенты оценивают свой вуз - от удовлетворения до имиджа университета.
2. Адаптируйте свое предложение, изучая то, что Ваши студенты считают важным, но не ассоциируют со своим вузом.
3. Узнайте, какие карьерные темы интересуют Ваших студентов больше всего.

Содержание

1 ВВЕДЕНИЕ

2 ПРОФИЛЬ ТАЛАНТА

В этой главе основное внимание уделяется **демографическому происхождению** Ваших студентов или профессионалов, их **компетенциям и опыту** и соотношению этих критерий со сравнительной группой.

Эти результаты помогут Вам контекстуализировать выводы в последующих разделах и получить отправную точку для **улучшения возможностей и карьерных перспектив Ваших студентов и выпускников**, коммуницируя

Universum CareerTest 2020

ОПРОС

Наш опрос проводится **онлайн**. Ссылка распространяется через университеты и сети талантов, студенческие сообщества, Universum Panel и различных других местных и глобальных партнеров.

УЧАСТНИКИ ОПРОСА

Студенты высших учебных заведений



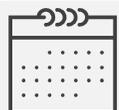
КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ ОПРОСА В ЭТОМ ОТЧЕТЕ (В ВАШЕЙ СТРАНЕ)

Ваши студенты

313

Все студенты

6 910



ПЕРИОД ОПРОСА

ОКТАБРЬ 2019 - МАРТ 2020



Общее число

Участников опроса в Вашей стране

6 910

Демографический профиль талантов, представленных в этом отчете

Пол



| Основные направления обучения | Ваши студенты | Все студенты |
|-------------------------------|---------------|--------------|
| естественные науки | 3 | 570 |
| Бизнес/Экономика/Торговля | 215 | 2 129 |
| Гуманитарные науки | 44 | 1 610 |
| Инженерное дело | 0 | 985 |
| Информационные технологии | 12 | 795 |
| Медицина | 1 | 358 |
| Право | 38 | 463 |

| Наиболее распространенные области обучения | Ваши студенты | Все студенты |
|--|---------------|--------------|
| Финансы | 76 | 478 |
| Бухгалтерское дело / аудит / налогообложение | 70 | 404 |
| Маркетинг | 44 | 260 |
| Менеджмент | 32 | 319 |
| Международные отношения | 30 | 271 |

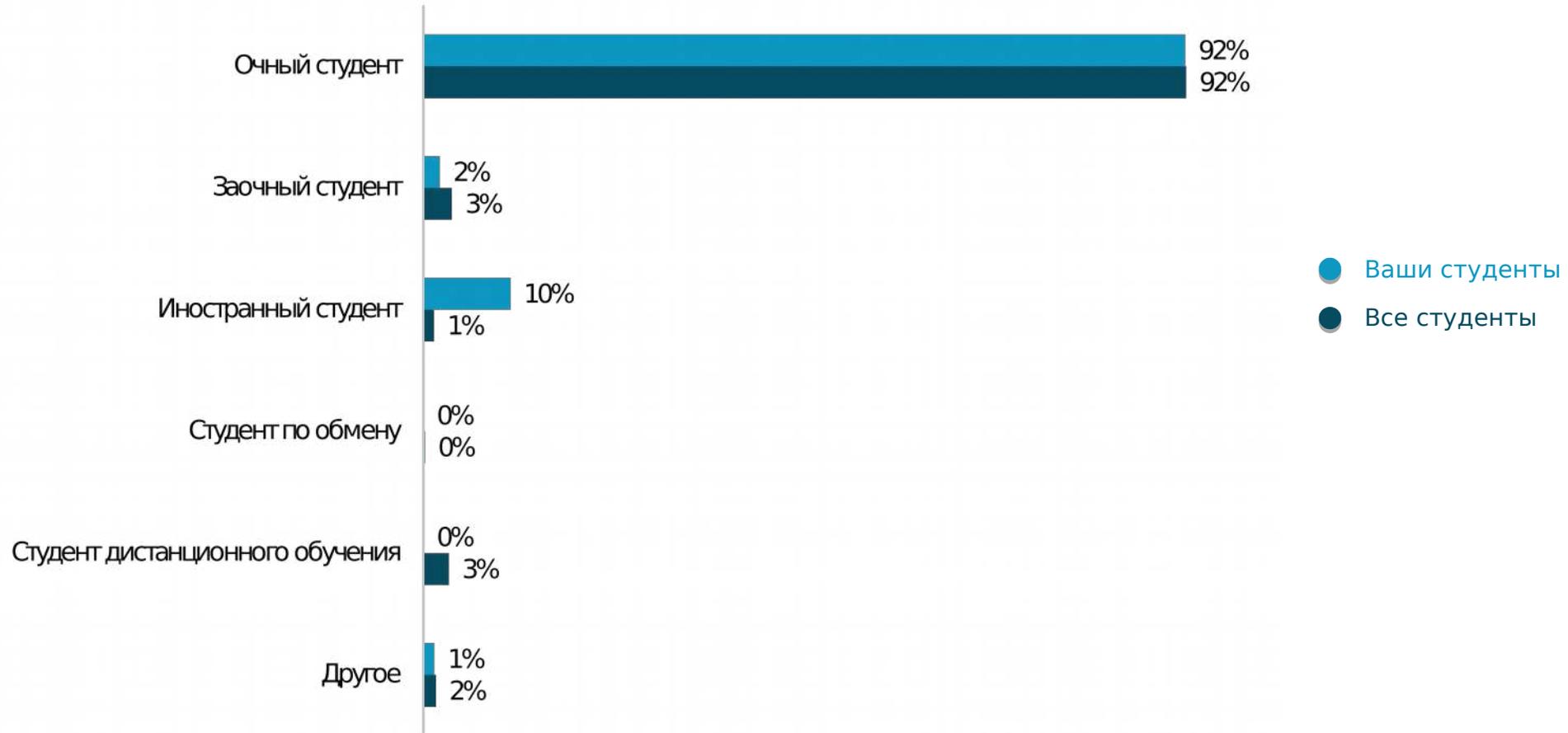
Бакалавр vs Магистр



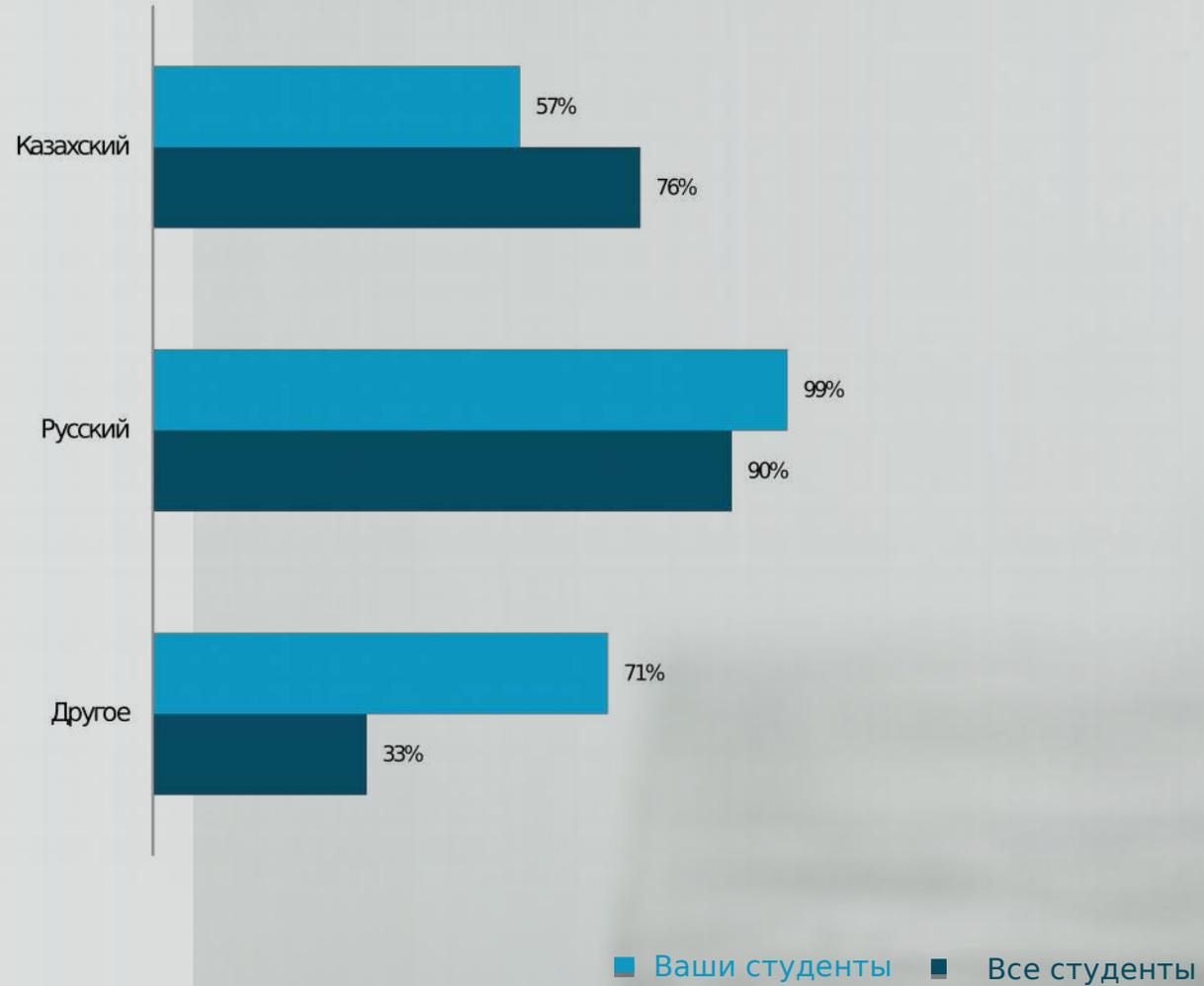
| Возраст | Ваши студенты | Все студенты |
|---------|---------------|--------------|
| 16 - 19 | 30% | 43% |
| 20 - 21 | 46% | 40% |
| 22 - 23 | 16% | 12% |
| 24 - 25 | 6% | 3% |
| 26 - 29 | 0% | 1% |
| 30 - 39 | 1% | 0% |

| Лет до выпуска | Ваши студенты | Все студенты |
|----------------|---------------|--------------|
| 1 год | 40% | 28% |
| 2 года | 25% | 29% |
| 3 года | 19% | 22% |
| 4 года | 8% | 14% |
| 5 года | 2% | 4% |

Какие у Вас студенты?

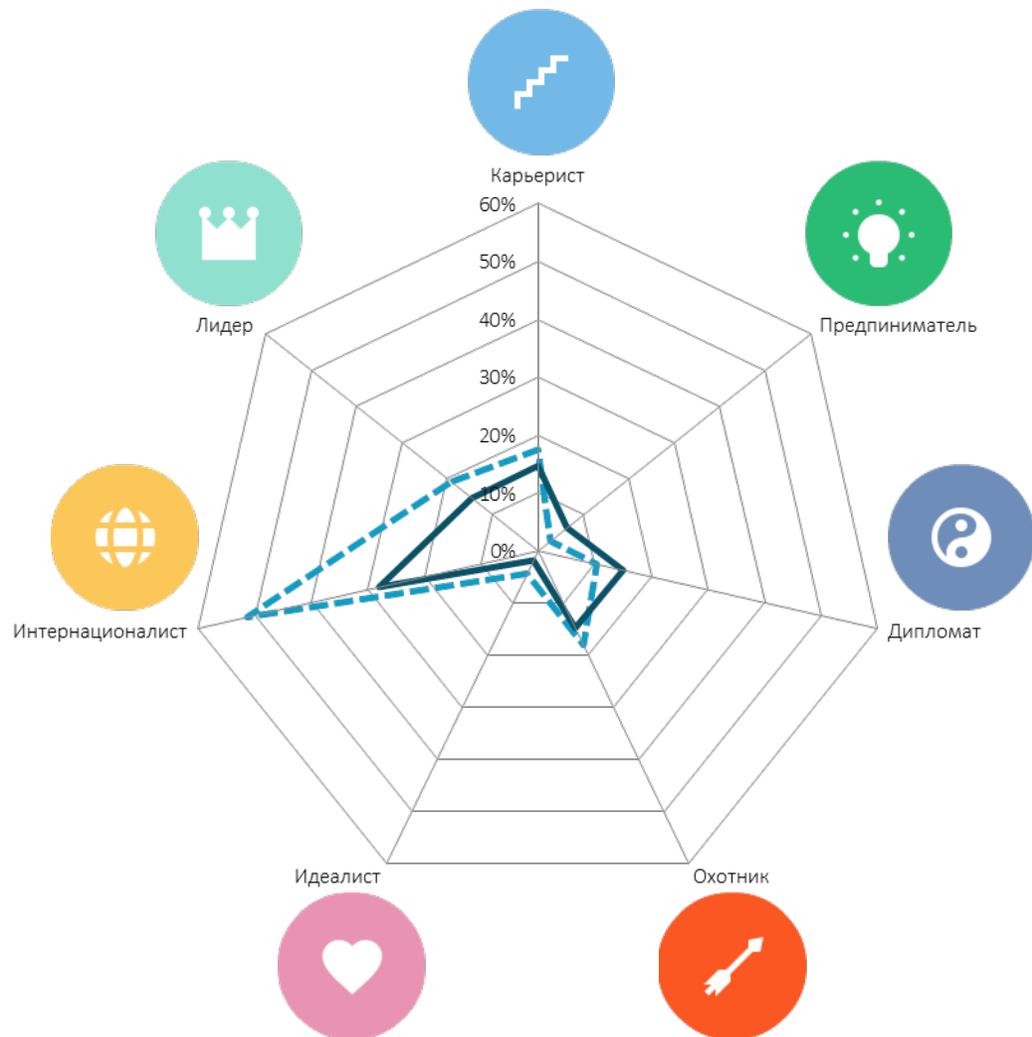


Наиболее распространенные языки



Карьерные профили Universum

- - Ваши студенты
— Все студенты



**ДОМИНАНТНЫЕ
КАРЬЕРНЫЕ ТИПЫ:**
 Ваши студенты
 1. Интернационалист
 2. Лидер
 3. Охотник

**ДОМИНАНТНЫЕ
КАРЬЕРНЫЕ ТИПЫ:**
 Все студенты
 1. Интернационалист
 2. Дипломат
 3. Охотник

• Подробное описание карьерных типов можно найти в приложении

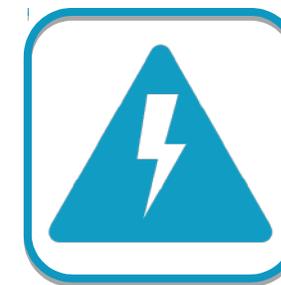
Самооценка навыков

Мы даем представление о том, какие из своих навыков Ваши студенты считают сильными и какие навыки они хотели бы улучшить, чтобы помочь Вам в подготовке Ваших студентов к профессиональной жизни.



Топ 3 сильнейших навыка Ваших студентов

1. Ответственность
2. Честность
3. Решение проблем



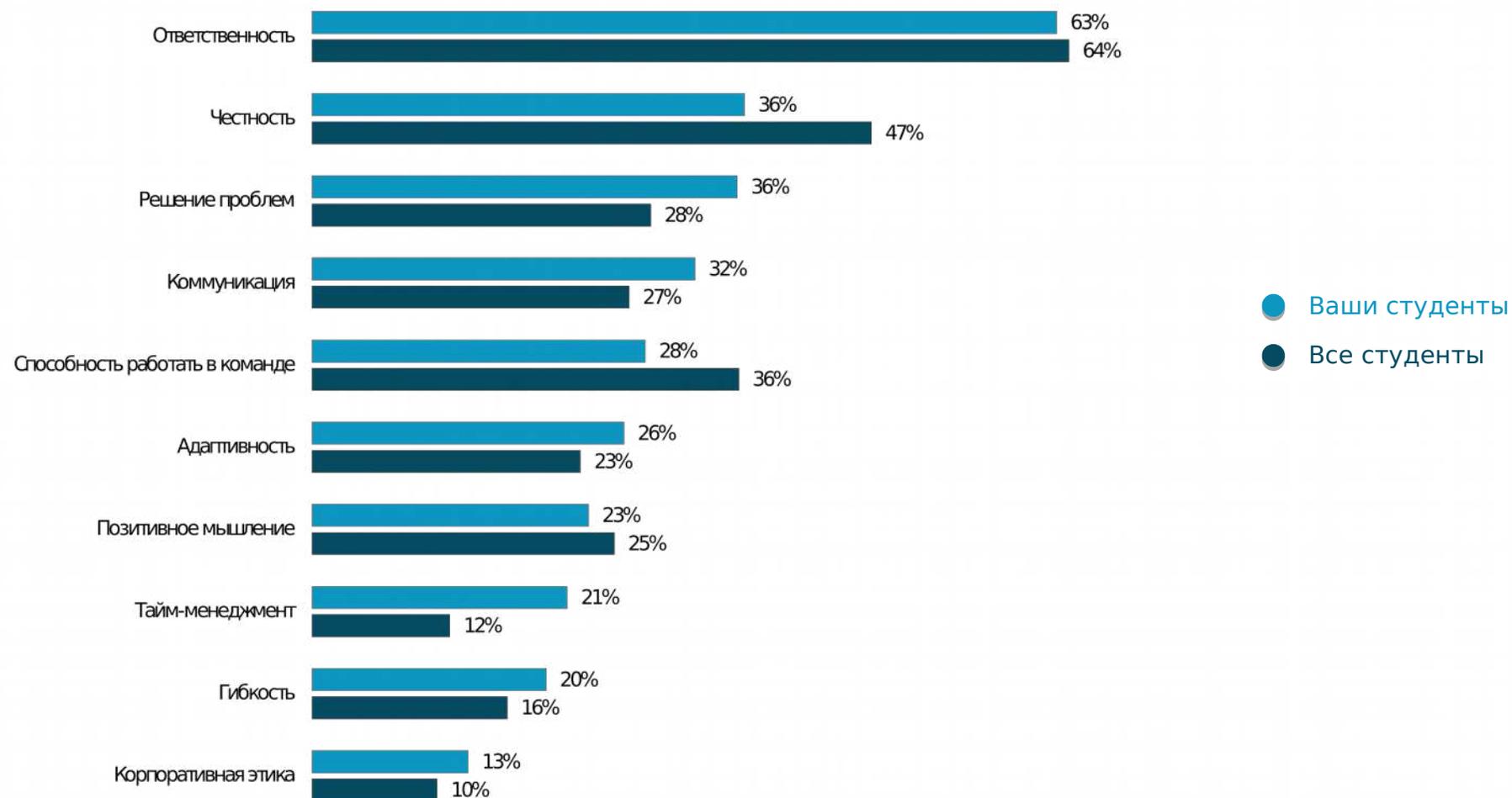
Топ 3 области, на которые стоит обратить внимание

1. Тайм-менеджмент
2. Коммуникация
3. Позитивное мышление



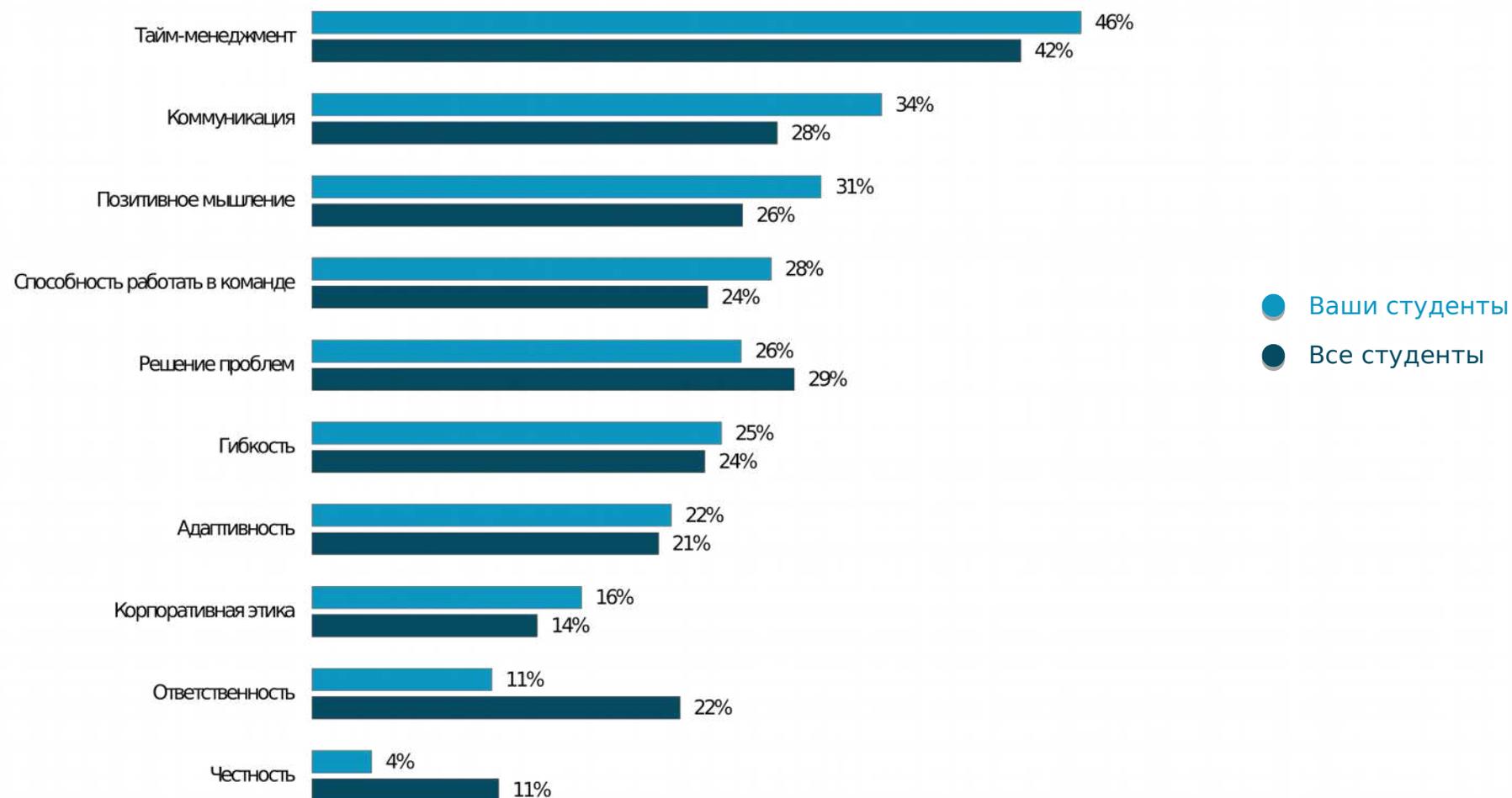
• Если Вы видите, что один и тот же навык повторяется в двух колонках, то Ваши студенты, хоть и считают его своим сильным навыком, все же хотят улучшить его, чтобы быть еще более подготовленными к профессиональной жизни.

Самооценка навыков Ваших студентов



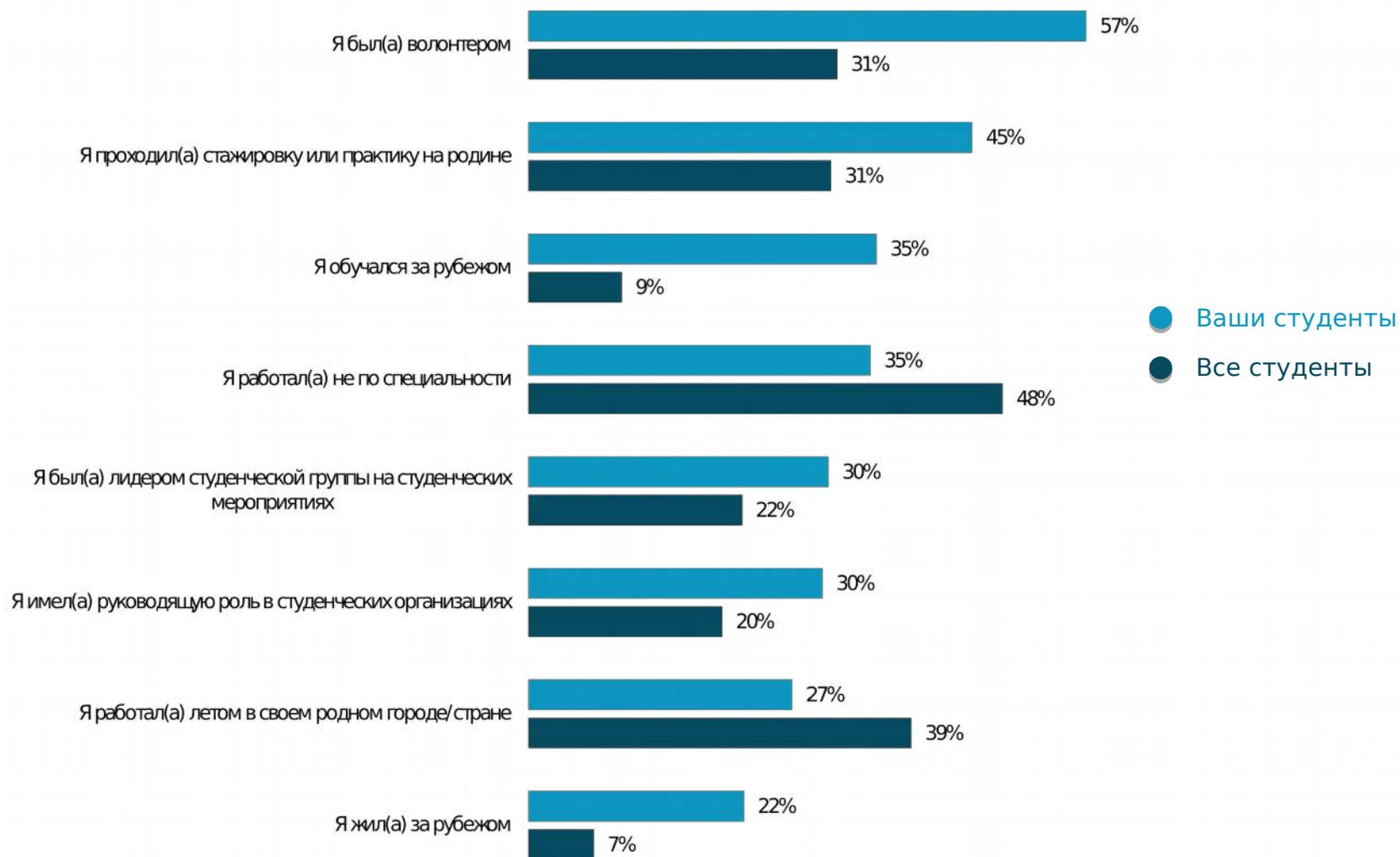
• Какие из этих навыков Вы считаете в себе самыми сильными? (Пожалуйста, выберите максимум 3 варианта.)

Навыки, которые Ваши студенты хотели бы улучшить



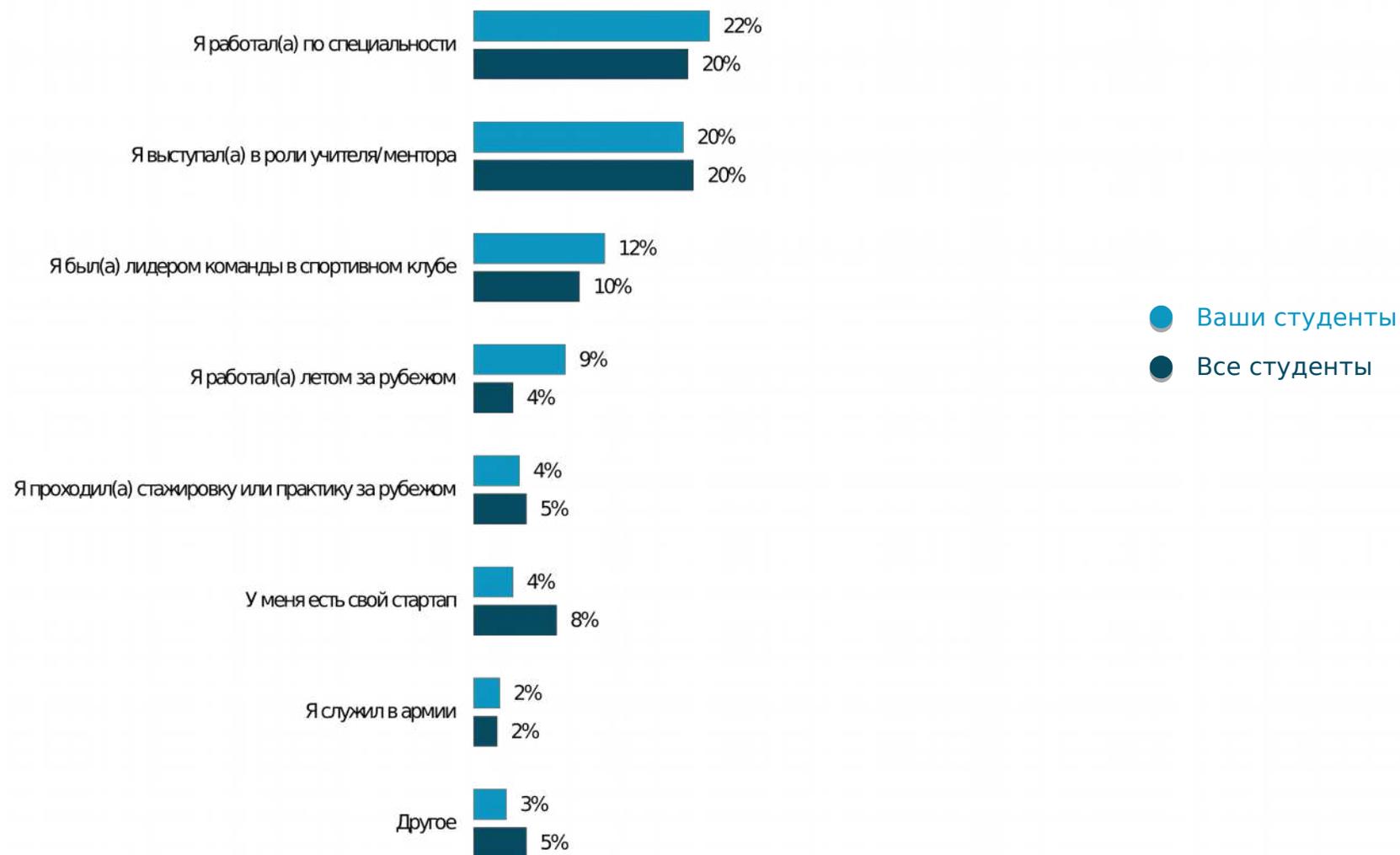
• Какой из этих навыков Вы хотели бы улучшить? (Пожалуйста, выберите максимум 3 варианта.)

Практический опыт (1/2)



• Какие из следующих навыков у Вас имеются? Пожалуйста, выберите столько, сколько применимо.

Практический опыт (2/2)



• Какие из следующих навыков у Вас имеются? Пожалуйста, выберите столько, сколько применимо.

Содержание

1 ВВЕДЕНИЕ

2 ПРОФИЛЬ ТАЛАНТА

3 ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА
УНИВЕРСИТЕТА

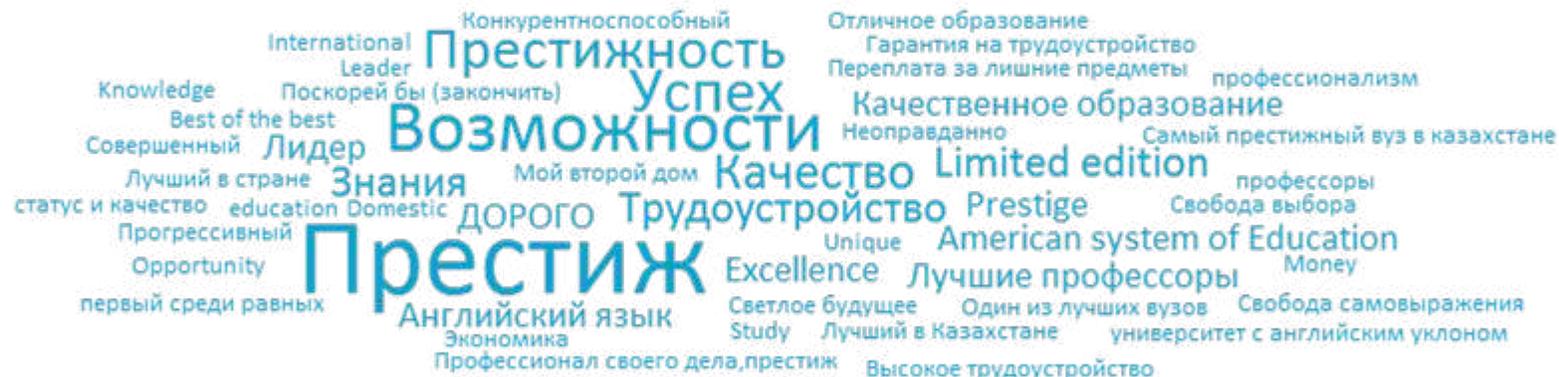
В этой главе оценивается восприятие бренда Вашего университета по четырем различным аспектам:

Репутация и имидж
Образовательные услуги
Культура и студенческая жизнь
Потенциал трудоустройства и перспективы

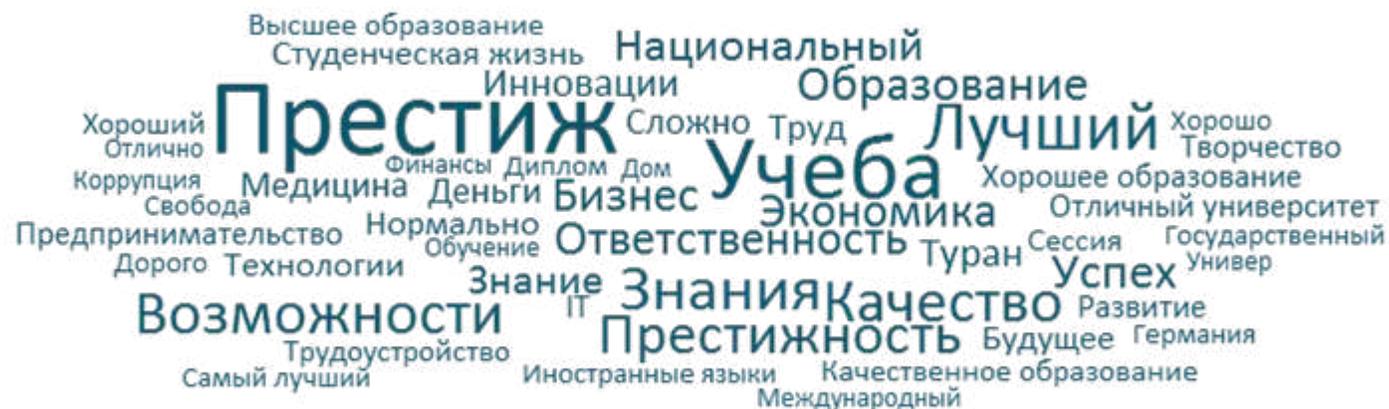
Это поможет Вам улучшить **общение с текущими студентами**, а также определить, какие темы лучше всего подходят для

Уникален ли образ Вашего университета для Ваших студентов?

Ваши студенты



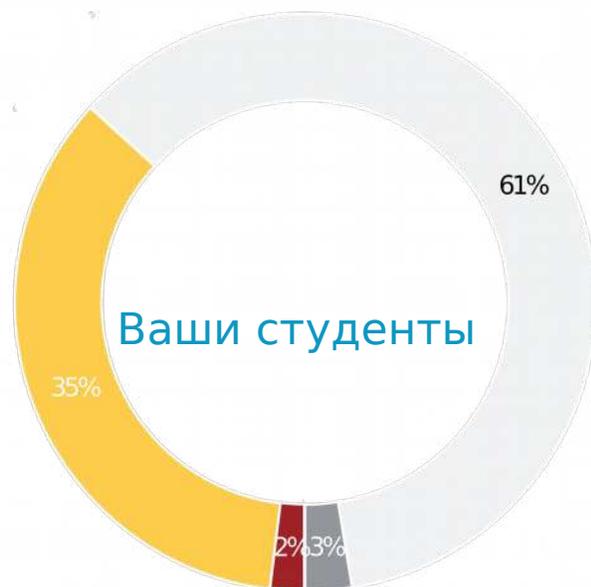
Все студенты



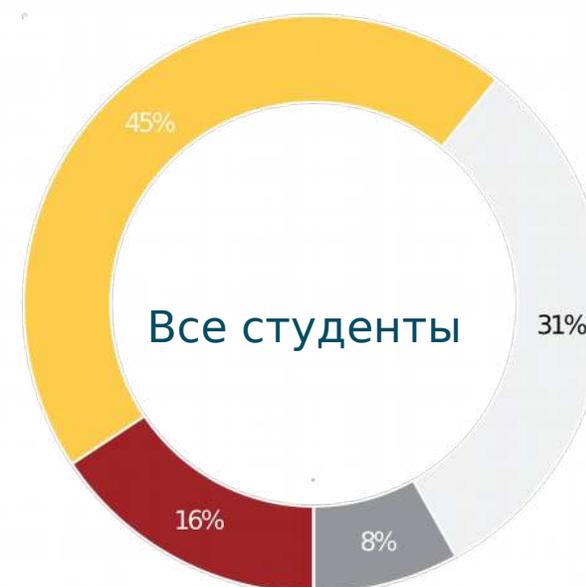
? • Какое слово приходит в голову первым, когда Вы думаете о своем вузе?

! • Эти ответы были предоставлены Вашими студентами.
• Возможно наличие орфографических ошибок.
• Различные цвета были использованы только в дизайнерских целях.

Выбрали бы Ваши студенты Ваш вуз снова?



- Посещать другой университет в своей стране
- Посещать другое учебное заведение за рубежом
- **Посещать это же учебное заведение**
- Работать вместо учебы

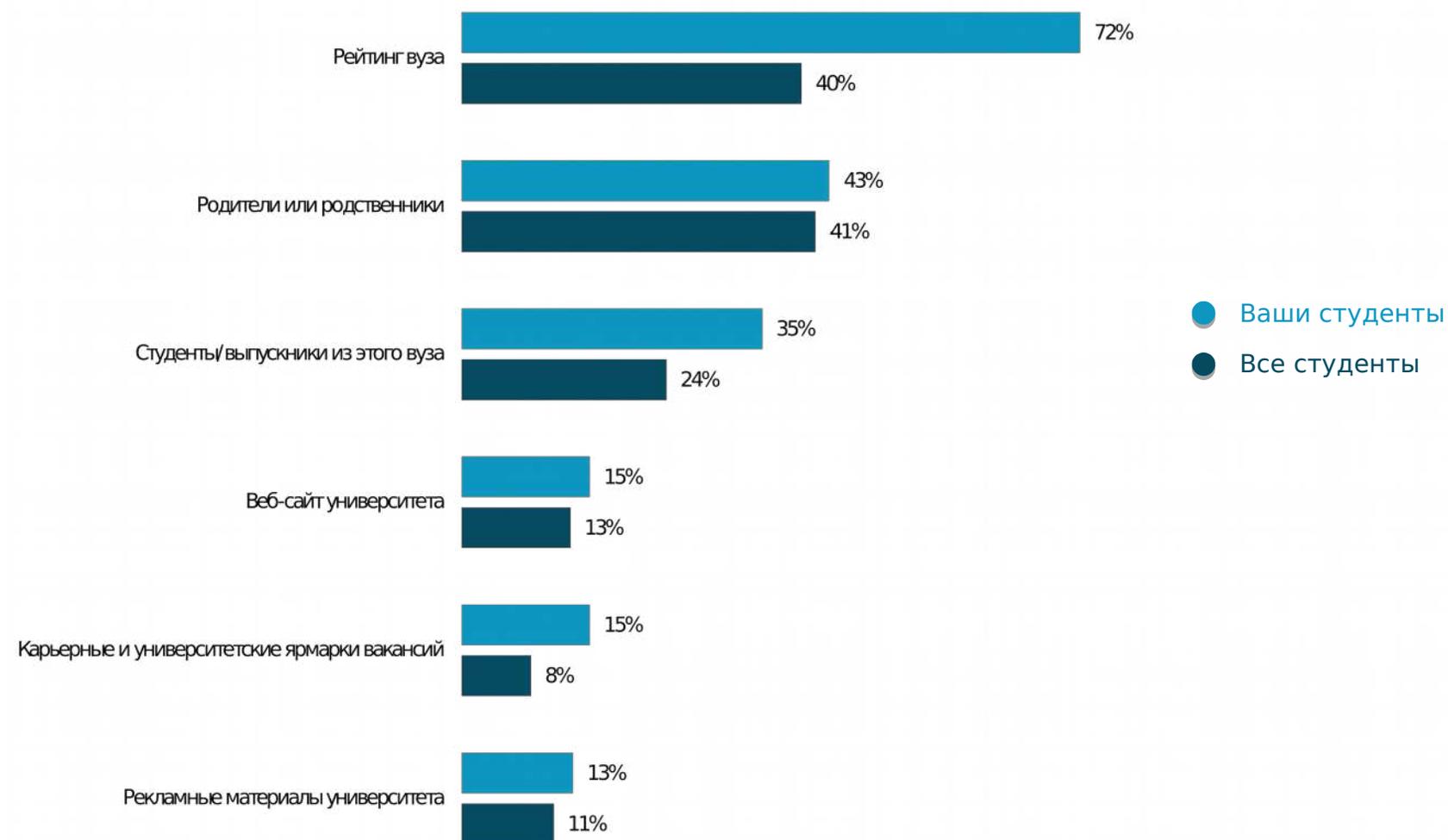


- Посещать другой университет в своей стране
- Посещать другое учебное заведение за рубежом
- **Посещать это же учебное заведение**
- Работать вместо учебы



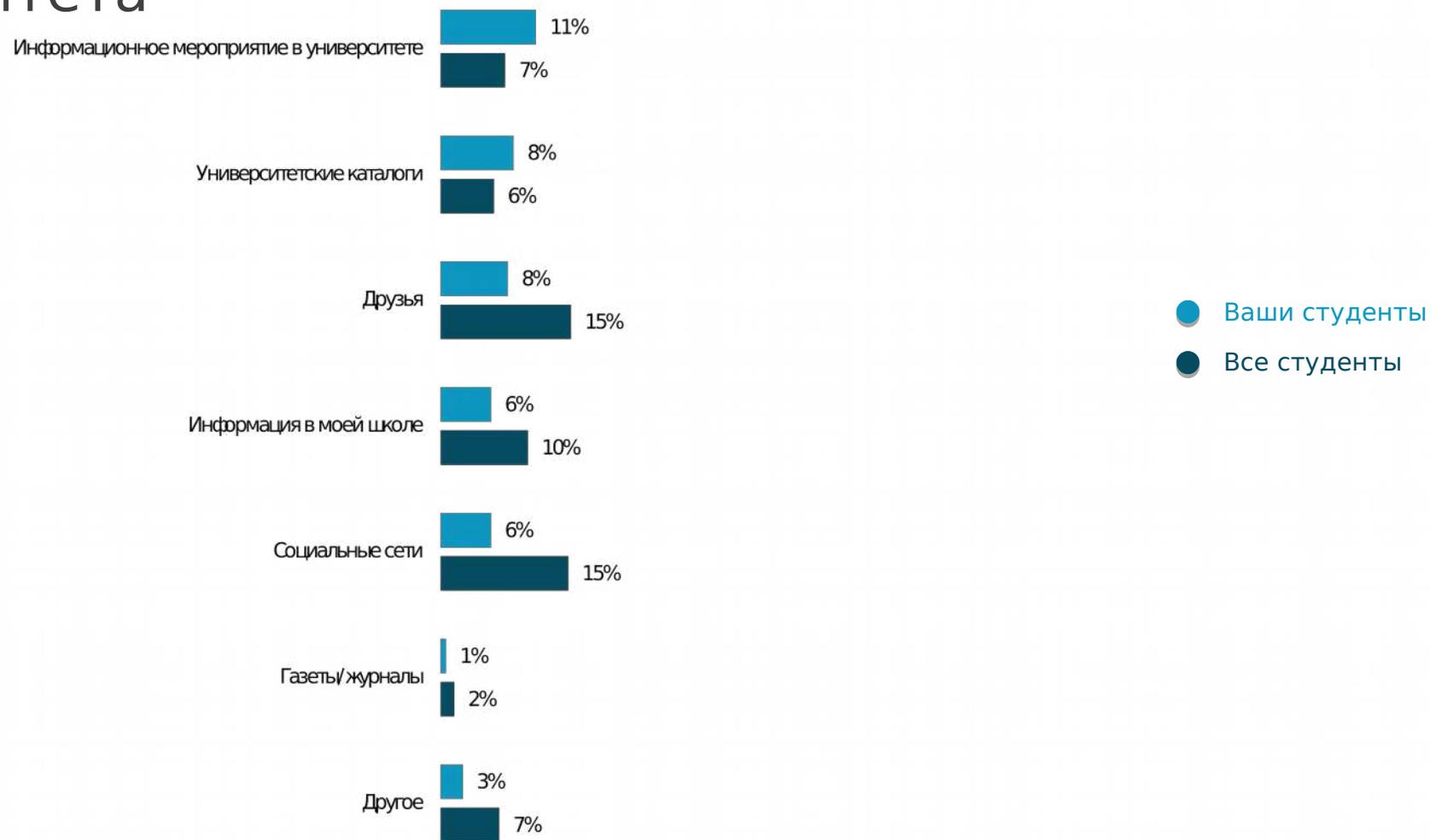
• Если бы Вы могли начать свое обучение заново, что бы Вы выбрали? Пожалуйста, выберите самый привлекательный вариант.

Какие факторы влияют на решение студентов, куда поступать



• Что из нижеперечисленного наиболее повлияло на Ваш выбор вуза? Выберите не более трёх вариантов ответа.

Менее важные факторы влияния для выбора Вашего университета



• Что из нижеперечисленного наиболее повлияло на Ваш выбор вуза? Выберите не более трёх вариантов ответа.

Двигатели университетской привлекательности Universum

Репутация и имидж



- Выпускники занимают руководящие позиции
- Выступает двигателем общественного прогресса
- Поддержка инноваций и/или предпринимательских инициатив
- Высокое качество образования
- Наследие и традиции
- Известен во всем мире
- Высокие стандарты научной работы
- Обучение с лучшими студентами
- Успешные выпускники

Потенциал трудоустройства и перспективы на будущее

Уникальные программы



- Фокус на профессиональное развитие
- Хорошие возможности трудоустройства
- Хорошая рекомендация для будущей карьеры или обучения
- Трамплин для международной карьеры
- Возможность наладить контакты с работодателями
- Крепкие связи с бизнесом
- Поддержка и развитие предпринимательства
- Поддерживает и развивает инновацию
- Целевой вуз для работодателей в моей отрасли
- Обучение навыкам, востребованными работодателями

Культура



- Доступные цены на обучение
- Выгодное расположение
- Креативная и динамическая атмосфера
- Дружелюбная и открытая среда
- Хорошая организация питания/кафетерии
- Приверженность основополагающим принципам толерантности и инклюзии
- Наличие иностранных студентов
- Комфортное пространство студенческого кампуса

Образовательные услуги



- Культура, уважающая равноправие полов
- Большой выбор занятий и мероприятий, организуемых студентами
- Оптимальное соотношение количества преподавателей и учащихся
- Свободное от учебы время
- Доступность учебных помещений
- Легкий доступ к учебным материалам
- Выдающиеся профессора и преподаватели
- Высокое качество учебных программ
- Междисциплинарные программы обучения
- Программы и возможности обучения за рубежом
- Учебная среда стимулирует интерес к знаниям
- Обучение востребованным навыкам
- Широкий выбор учебных программ

Топ 10 самых важных атрибутов

Ваши студенты

- 1. Высокое качество образования
- 2. Хорошие возможности трудоустройства
- 3. Высокое качество учебных программ
- 4. Дружелюбная и открытая среда
- 5. Большой выбор занятий и мероприятий, организуемых в свободное от учебы время
- 5. Выдающиеся профессора и преподаватели
- 7. Успешные выпускники
- 8. Программы и возможности обучения за рубежом
- 9. Трамплин для международной карьеры
- 9. Хорошая рекомендация для будущей карьеры или обучения

Все студенты

- 1. Высокое качество образования
- 2. Высокое качество учебных программ
- 3. Хорошие возможности трудоустройства
- 4. Дружелюбная и открытая среда
- 5. Программы и возможности обучения за рубежом
- 6. Обучение навыкам, востребованным работодателями
- 7. Хорошая рекомендация для будущей карьеры или обучения
- 8. Большой выбор занятий и мероприятий, организуемых в свободное от учебы время
- 9. Обучение востребованным навыкам
- 10. Выдающиеся профессора и преподаватели

-  Репутация и имидж
-  Потенциал трудоустройства и перспективы на будущее

-  Культура
-  Образовательные услуги

 • Что из этого для Вас важнее всего? Выберите не более трёх вариантов ответа.

Топ 10 атрибутов, которые Ваш талант ассоциирует с Вашим вузом

Ваши студенты

1. Высокое качество образования
2. Успешные выпускники
3. Хорошие возможности трудоустройства
4. Комфортное пространство студенческого кампуса
5. Большой выбор занятий и мероприятий, организуемых в свободное от учебы время
6. Программы и возможности обучения за рубежом
7. Хорошая рекомендация для будущей карьеры или обучения
8. Выпускники занимают руководящие позиции
9. Дружелюбная и открытая среда
10. Выдающиеся профессора и преподаватели

Все студенты

1. Дружелюбная и открытая среда
2. Программы и возможности обучения за рубежом
3. Высокое качество образования
4. Хорошие возможности трудоустройства
5. Успешные выпускники
6. Выгодное расположение
7. Хорошая рекомендация для будущей карьеры или обучения
8. Легкий доступ к учебным материалам
9. Выдающиеся профессора и преподаватели
10. Большой выбор занятий и мероприятий, организуемых в свободное от учебы время

-  Репутация и имидж
-  Потенциал трудоустройства и перспективы на будущее

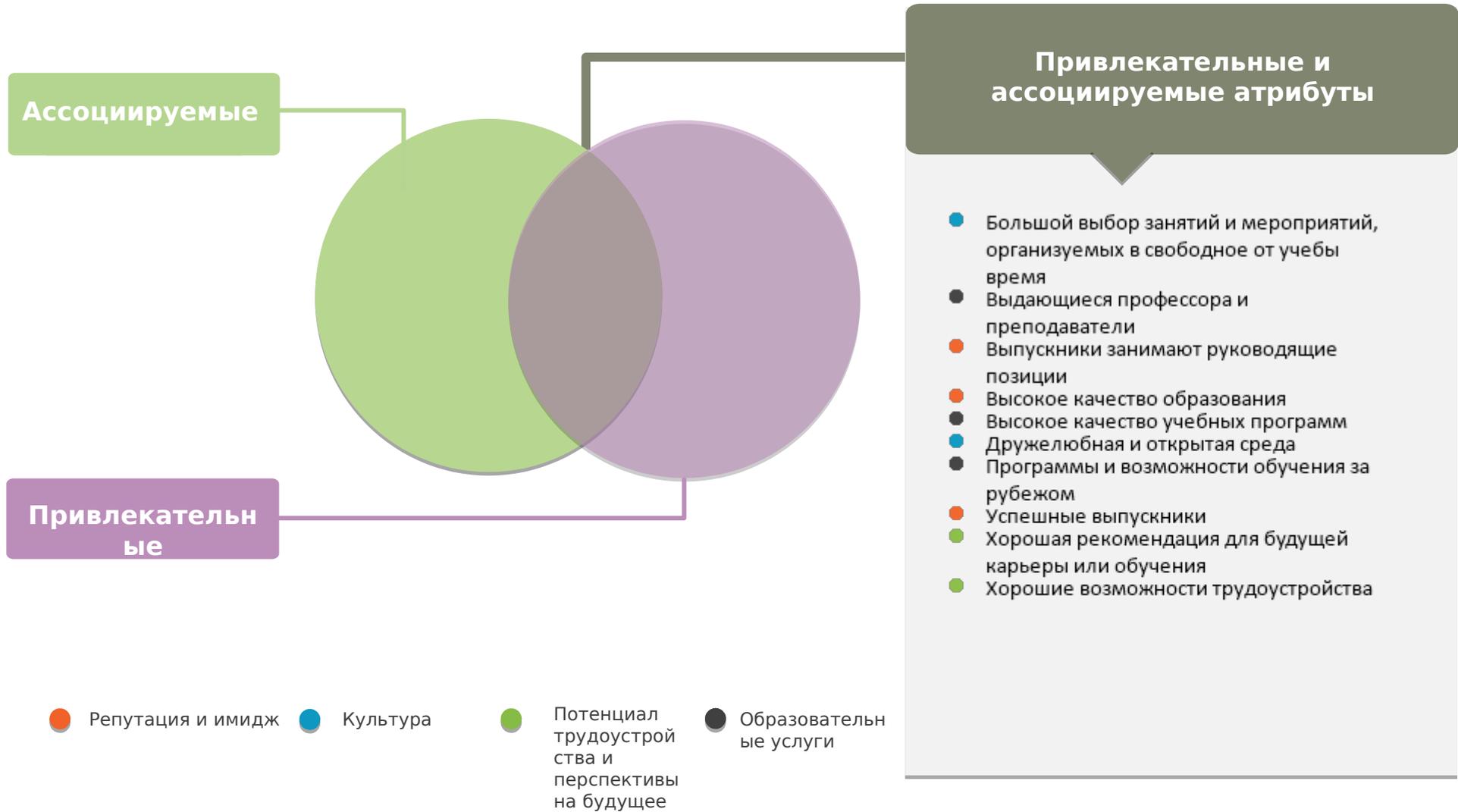
-  Культура
-  Образовательные услуги

 • Какие из нижеперечисленных атрибутов Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.

На следующих слайдах представлен агрегированный анализ всех 40 атрибутов из драйверов привлекательности университета



Что является привлекательным и ассоциируется с Вами?



• Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

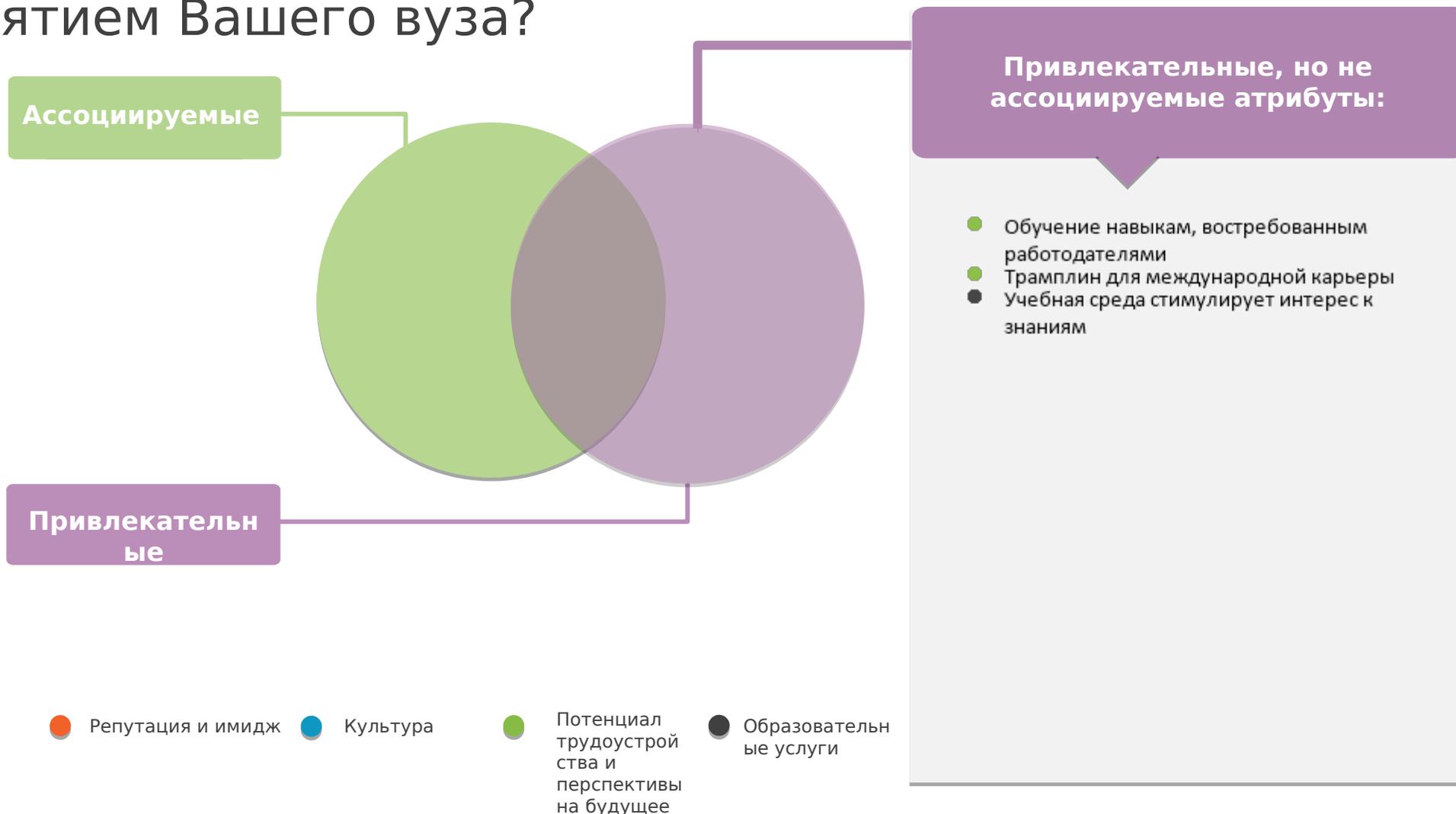
• Что из этого для Вас наиболее важно? (Выберите не более трёх вариантов ответа).

Какие атрибуты для Вас являются наиболее значимыми?



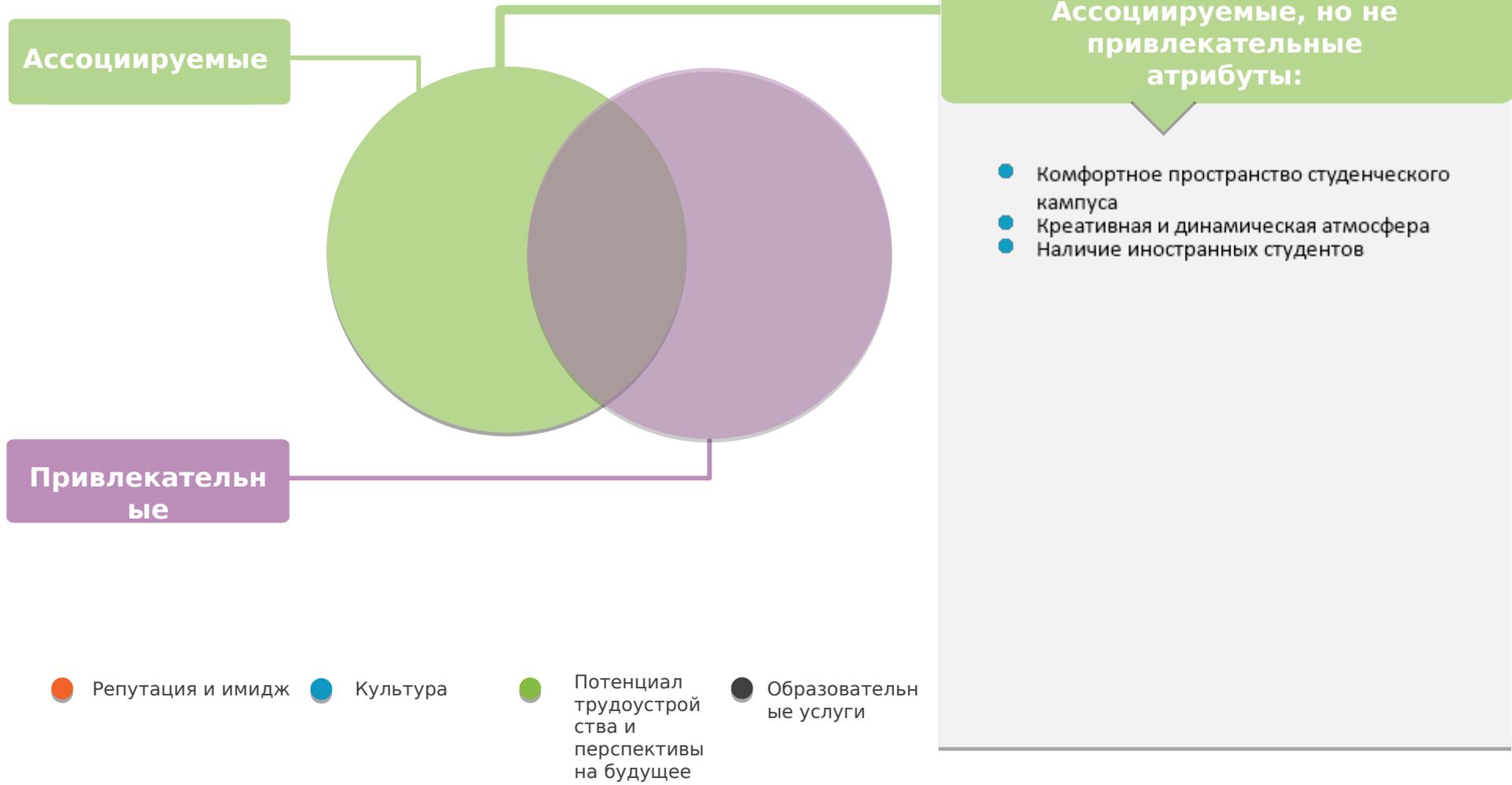
- Репутация и имидж
- Культура
- Потенциал трудоустройства и перспективы на будущее
- Образовательные услуги

Согласованы ли предпочтения Вашей целевой группы с их восприятием Вашего вуза?



- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).
- Что из этого для Вас наиболее важно? (Выберите не более трёх вариантов ответа).

Согласованы ли предпочтения Вашей целевой группы с их восприятием Вашего вуза?



• Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

• Что из этого для Вас наиболее важно? (Выберите не более трёх вариантов ответа).

Гендерные различия в важности атрибутов

Наиболее привлекательны для женщин

| Атрибуты | Женский | Мужской |
|---|---------|---------|
| Выступает двигателем общественного прогресса | 22 | 38 |
| Обучение навыкам, востребованным работодателями | 9 | 20 |
| Культура, уважающая равноправие полов | 28 | 38 |
| Программы и возможности обучения за рубежом | 5 | 15 |
| Фокус на профессиональное развитие | 19 | 27 |

Одинаковая значимость

| Атрибуты | Женский | Мужской |
|---|---------|---------|
| Высокое качество образования | 1 | 1 |
| Высокое качество учебных программ | 3 | 3 |
| Комфортное пространство студенческого кампуса | 13 | 13 |
| Легкий доступ к учебным материалам | 29 | 29 |
| Уникальные программы | 15 | 15 |

Наиболее привлекательны для мужчин

| Атрибуты | Женский | Мужской |
|--|---------|---------|
| Крепкие связи с бизнесом | 32 | 15 |
| Известен во всем мире | 35 | 20 |
| Поддержка и развитие предпринимательства | 38 | 29 |
| Обучение востребованным навыкам | 17 | 9 |
| Креативная и динамическая атмосфера | 18 | 11 |



• Что из этого для Вас наиболее важно? (Выберите не более трёх вариантов ответа).

Гендерные различия в восприятии бренда университета

Наиболее ассоциируемые женщинами

| Атрибуты | Женский | Мужской |
|---|---------|---------|
| Культура, уважающая равноправие полов | 23 | 36 |
| Обучение востребованным навыкам | 16 | 25 |
| Программы и возможности обучения за рубежом | 5 | 13 |
| Поддерживает и развивает инновацию | 27 | 33 |
| Наличие иностранных студентов | 9 | 14 |

Одинаковая значимость

| Атрибуты | Женский | Мужской |
|--|---------|---------|
| Высокое качество образования | 1 | 1 |
| Доступные цены на обучение | 40 | 40 |
| Известен во всем мире | 39 | 39 |
| Поддержка и развитие предпринимательства | 34 | 34 |
| Успешные выпускники | 2 | 2 |

Наиболее ассоциируемые мужчинами

| Атрибуты | Женский | Мужской |
|--|---------|---------|
| Возможность наладить контакты с работодателями | 30 | 17 |
| Учебная среда стимулирует интерес к знаниям | 29 | 18 |
| Высокие стандарты научной работы | 36 | 28 |
| Высокое качество учебных программ | 13 | 5 |
| Выступает двигателем общественного прогресса | 36 | 28 |

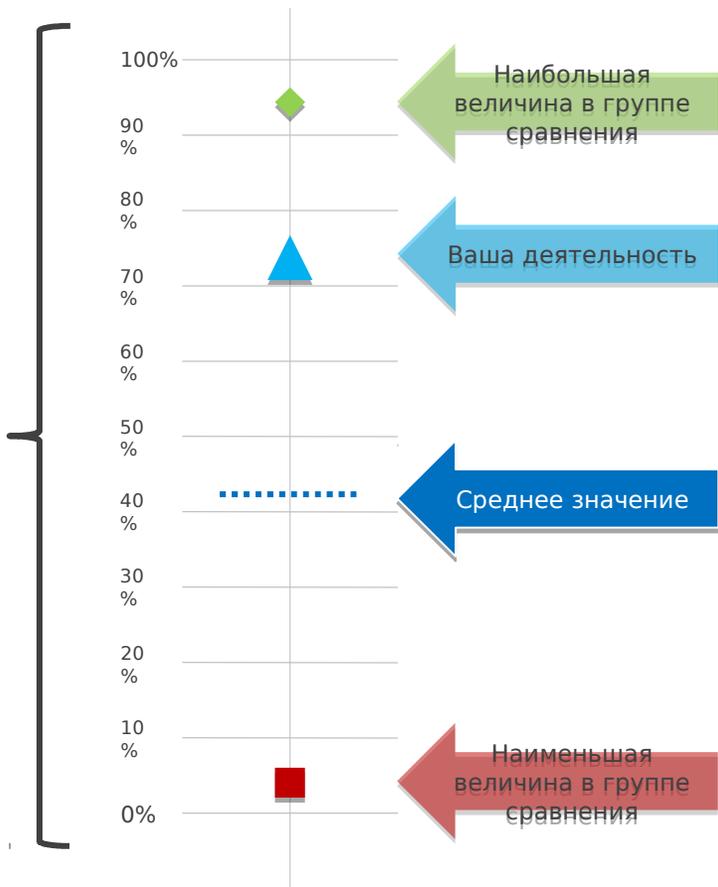


• Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

Сравнение конкурентов

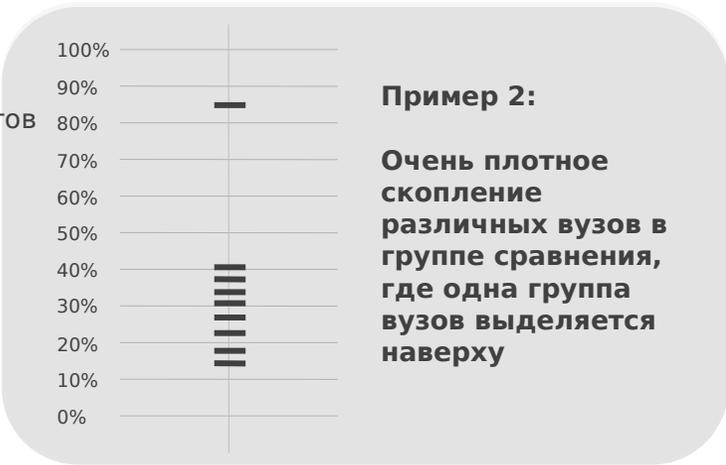
Понимание того, что Ваши студенты думают об их вузе, сравнивая их оценки с оценками других студентов на национальном уровне

Процент студентов, которые ассоциируют свой университет с атрибутом

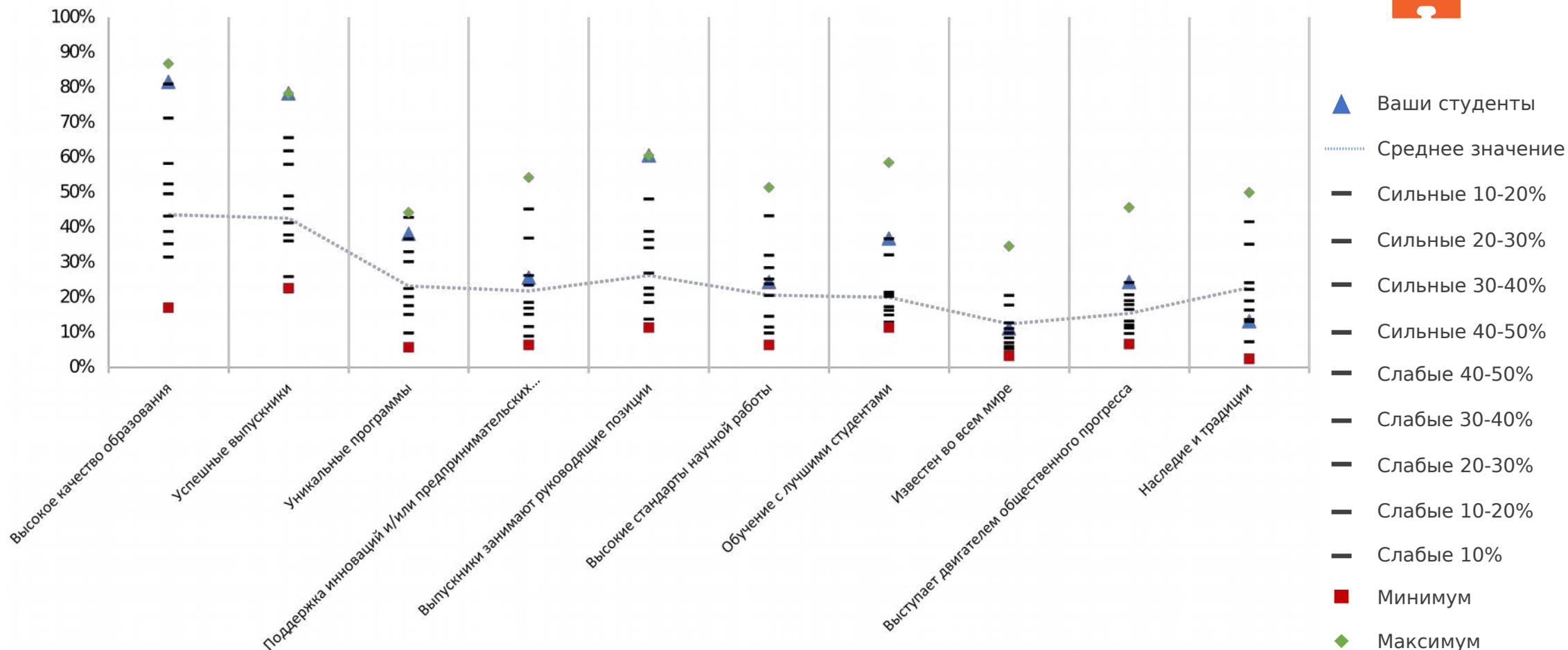


Половина университетов находится в этом диапазоне

Половина университетов находится в этом диапазоне



Где Вы находитесь в отношении **репутации** среди студентов



Атрибуты сортированы по значимости

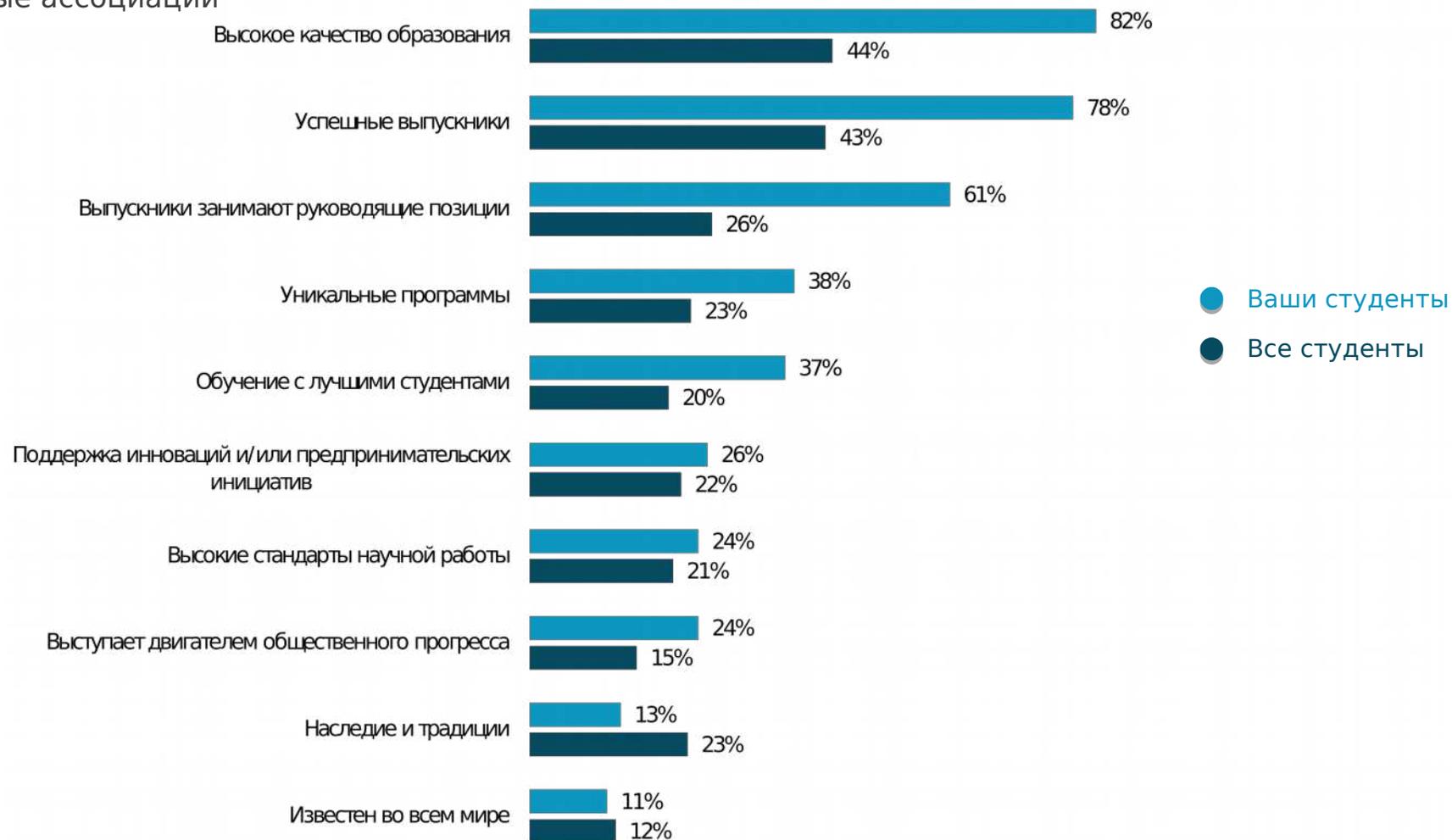


- В каком учебном заведении Вы учитесь? / Выберите учебное заведение, в котором Вы получили наивысший уровень образования.
- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

Репутация и имидж

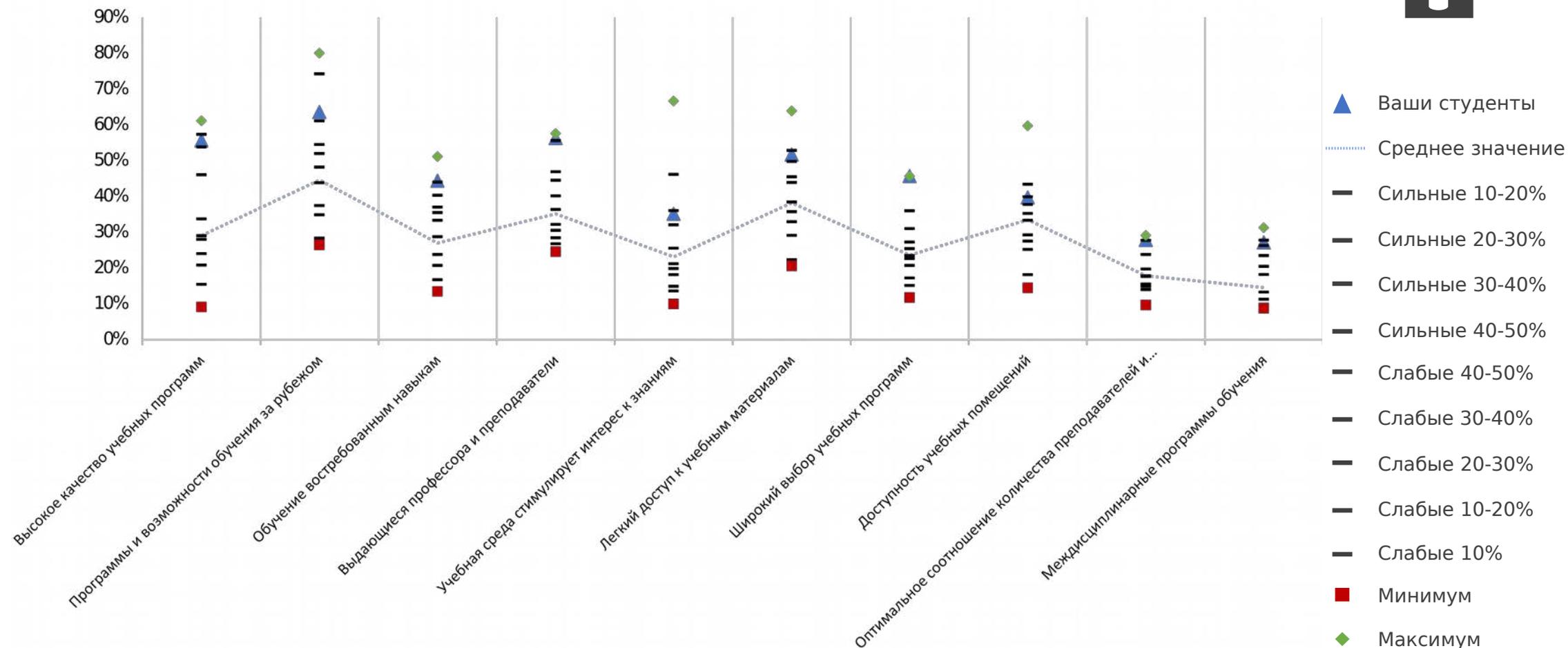


Наиболее частые ассоциации

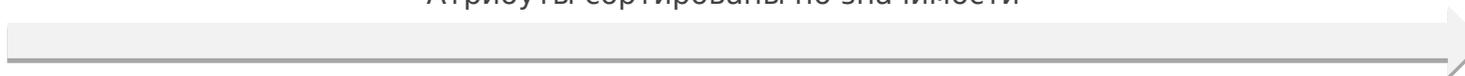


• Какие из нижеперечисленных атрибутов Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.

Где Вы находитесь в отношении образовательных услуг среди студентов?



Атрибуты сортированы по значимости

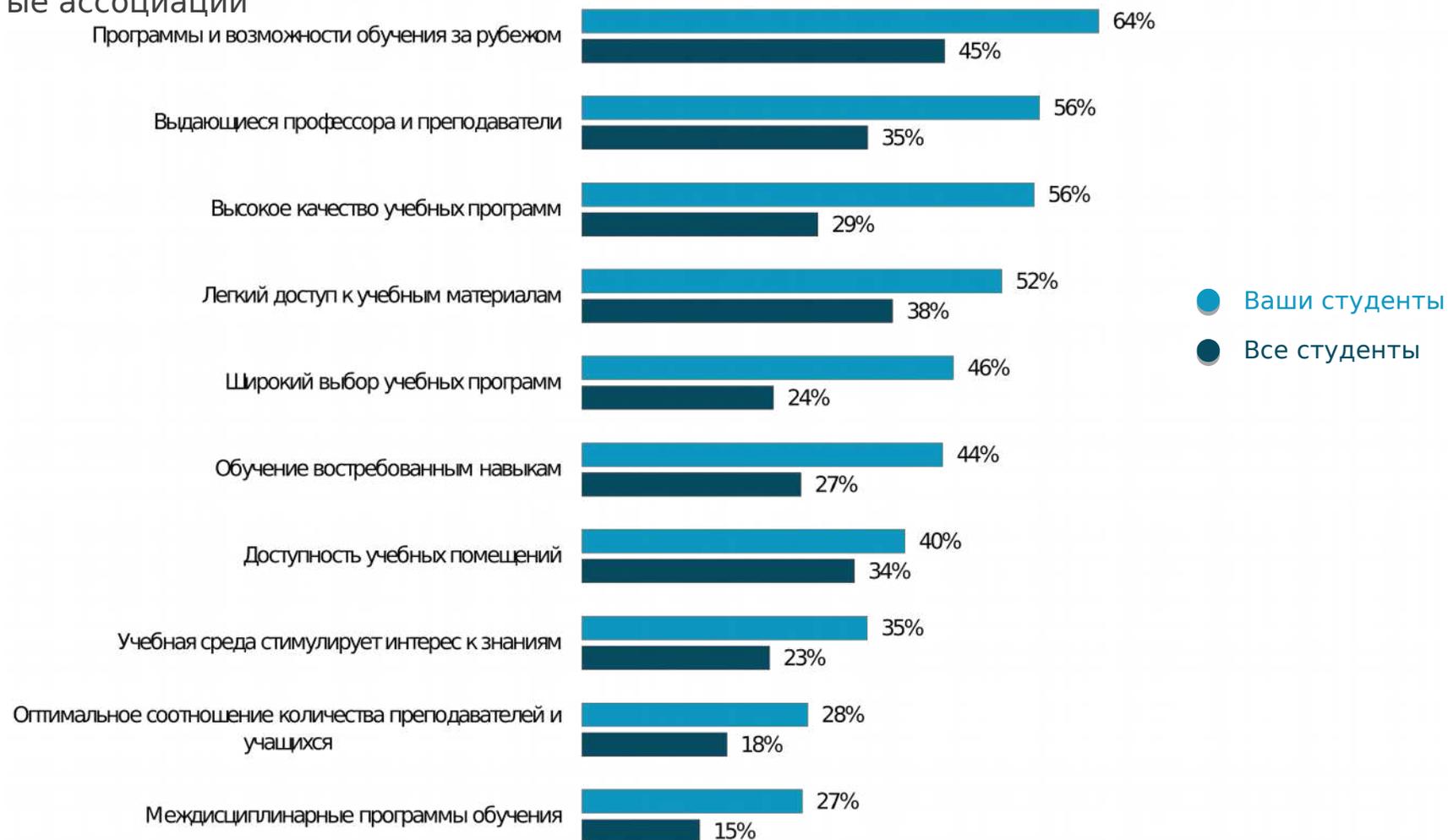


- В каком учебном заведении Вы учитесь? / Выберите учебное заведение, в котором Вы получили наивысший уровень образования.
- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

Образовательные услуги

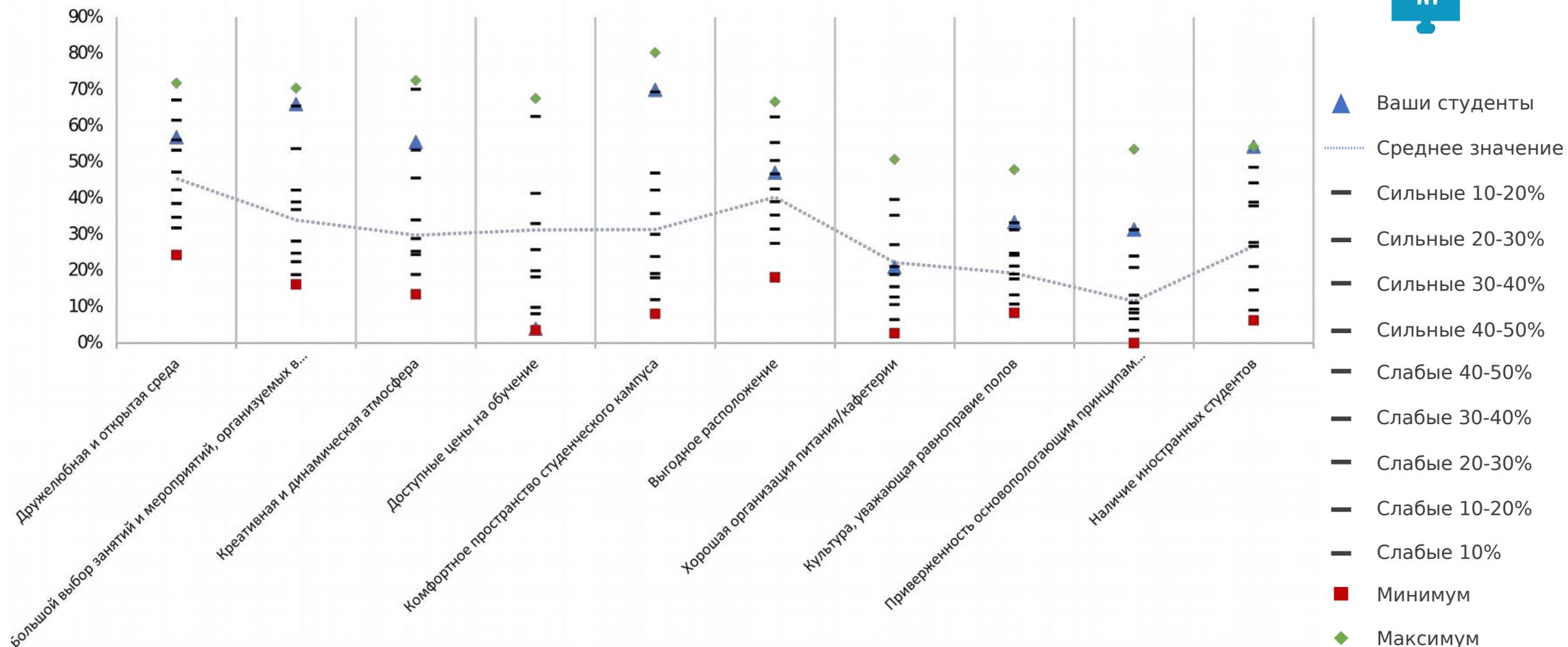


Наиболее частые ассоциации

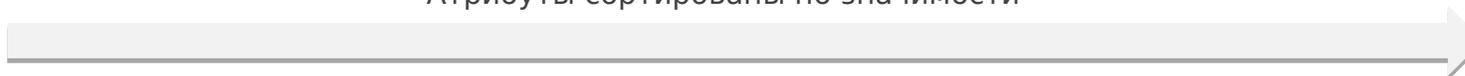


• Какие из нижеперечисленных атрибутов Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.

Где Вы находитесь в отношении культуры среди студентов?



Атрибуты сортированы по значимости



- В каком учебном заведении Вы учитесь? / Выберите учебное заведение, в котором Вы получили наивысший уровень образования.
- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

Культура

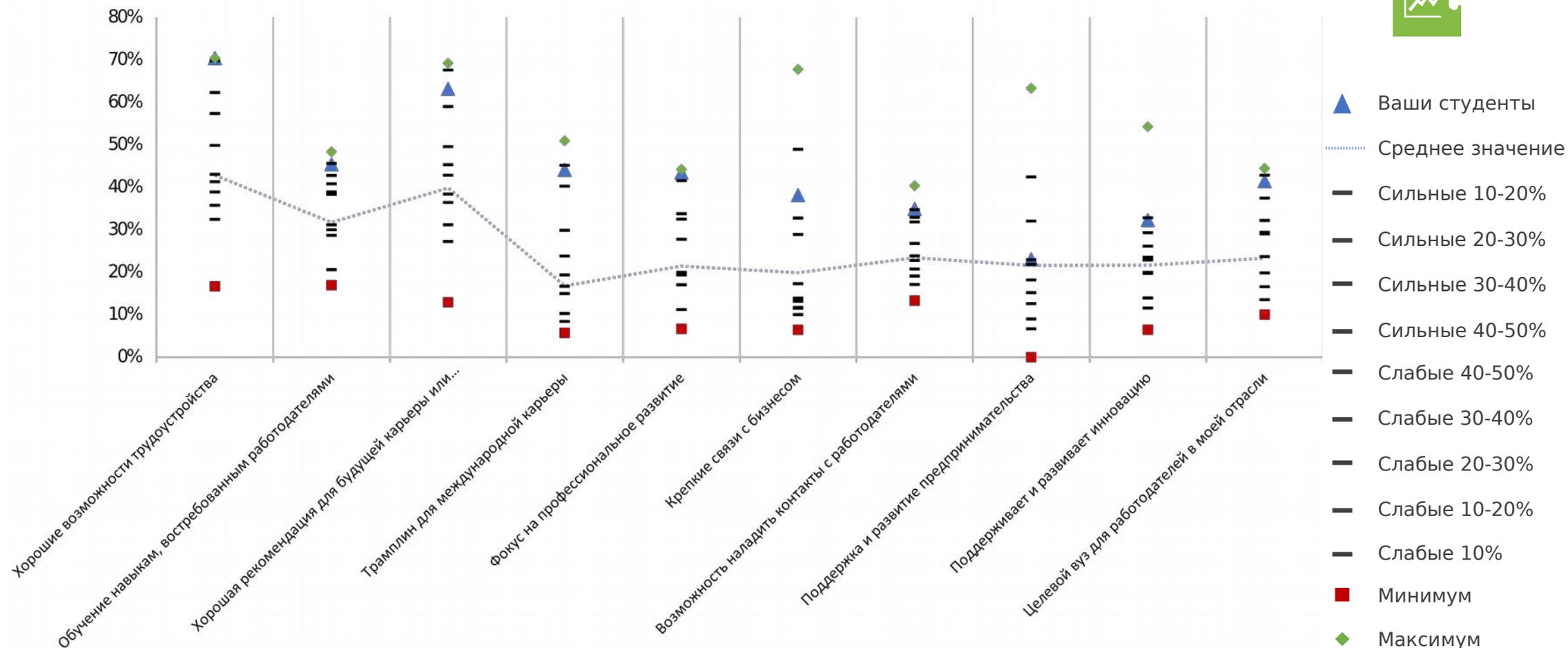


Наиболее частые ассоциации

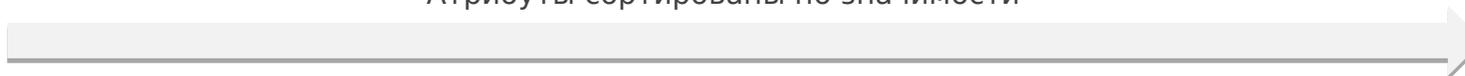


• Какие из нижеперечисленных атрибутов Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.

Где Вы находитесь в отношении **потенциала трудоустройства** среди студентов?



Атрибуты сортированы по значимости



- В каком учебном заведении Вы учитесь? / Выберите учебное заведение, в котором Вы получили наивысший уровень образования.
- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

Потенциал трудоустройства и перспективы на будущее



Наиболее частые ассоциации



• Какие из нижеперечисленных атрибутов Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.

Обзор сильных и слабых сторон Вашего вуза

Чтобы понять, какие темы для Ваших студентов наиболее актуальны, важно знать, не только какие темы студенты считают важными, но также какие из тем они наиболее ассоциируют с Вашей вузом.

ВАЖНЫЕ И АССОЦИИРУЕМЫЕ МНОГИМИ

1. Успешные выпускники
2. Высокое качество образования
3. Выпускники занимают руководящие позиции
4. Программы и возможности обучения за рубежом
5. Большой выбор занятий и мероприятий, организуемых в свободное от учебы время
6. Комфортное пространство студенческого кампуса
7. Хорошие возможности трудоустройства
8. Хорошая рекомендация для будущей карьеры или обучения
9. Креативная и динамическая атмосфера
10. Выгодное расположение

ВАЖНЫЕ, НО НЕАССОЦИИРУЕМЫЕ

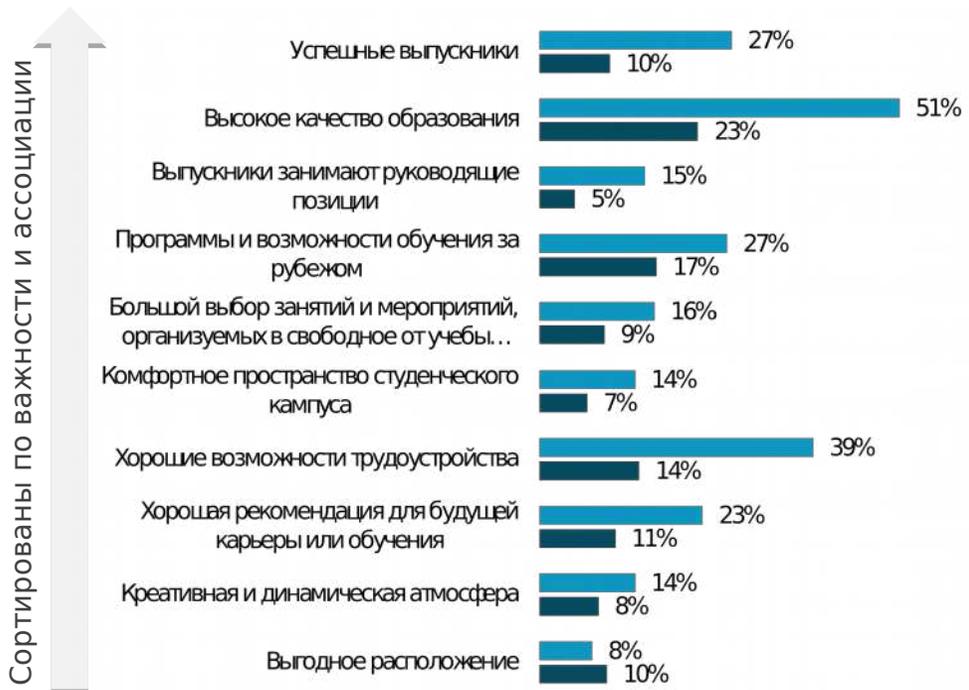
1. Доступные цены на обучение
2. Известен во всем мире
3. Хорошая организация питания/кафетерии
4. Междисциплинарные программы обучения
5. Выступает двигателем общественного прогресса
5. Обучение с лучшими студентами
7. Поддержка инноваций и/или предпринимательских инициатив
8. Поддерживает и развивает инновацию
9. Доступность учебных помещений
9. Обучение навыкам, востребованным работодателями



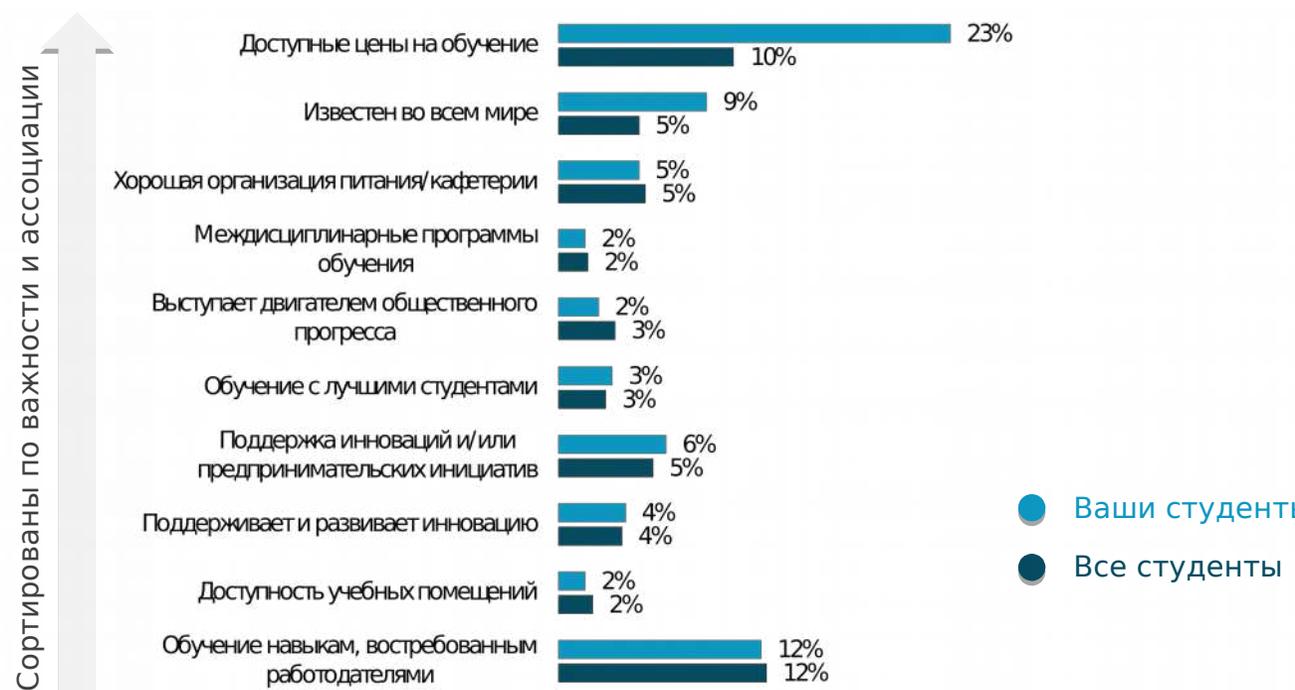
• Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

Сильные и слабые стороны Вашего вуза

Студенты, которые находят это важным и ассоциируют со своим вузом, считают, что вуз в этом преуспевает



Студенты, которые находят это важным, но не ассоциируют со своим вузом, считают, что вуз должен немедленно это улучшить



● Ваши студенты
● Все студенты



- Ниже приведены атрибуты, которые Вы считаете важными, а также которые Вы ассоциируете с Вашим учебным заведением. В каких из нижеперечисленных атрибутов, по Вашему мнению, Ваше учебное заведение преуспевает лучше всего?
- Ниже приведены атрибуты, которые Вы считаете важными, но которые Вы не ассоциируете с Вашим учебным заведением. Какие из нижеперечисленных атрибутов, по Вашему мнению, Ваше учебное заведение должно срочно улучшить?

К какому драйверу склоняется Ваш бренд вуза, по мнению Ваших студентов

Репутация и имидж университета

4 атрибута

Потенциал трудоустройства и перспективы на будущее

4 атрибута



Культура

4 атрибута

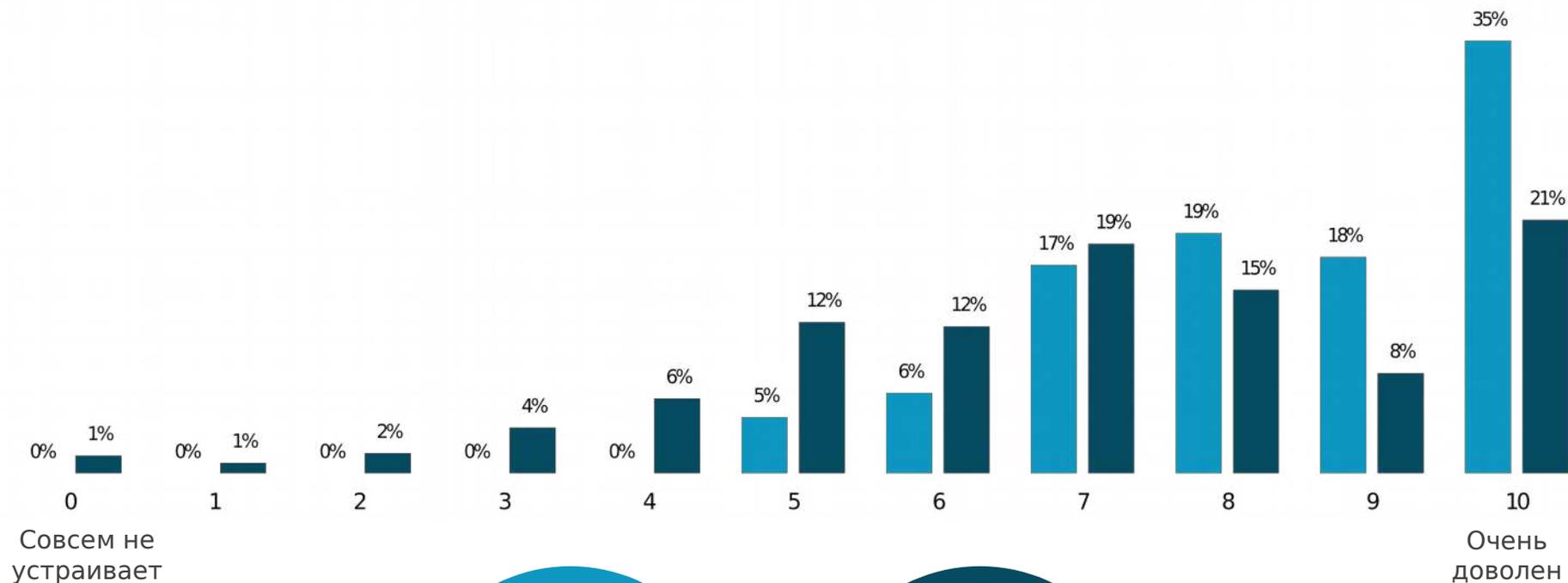
Образовательные услуги

4 атрибута

• Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? (Выбор вариантов не ограничен).

• Обратите внимание, что список атрибутов, показанный здесь, охватывает все четыре Драйвера привлекательности работодателя (то есть все 40 атрибутов), в отличие от каждого драйвера отдельно.
 • Внешний круг - Ваши студенты.
 • Внутренний круг - Все студенты.

Удовлетворенность университетом



Средний уровень
2020 года:

8,4

Ваши студенты

Средний уровень
2020 года:

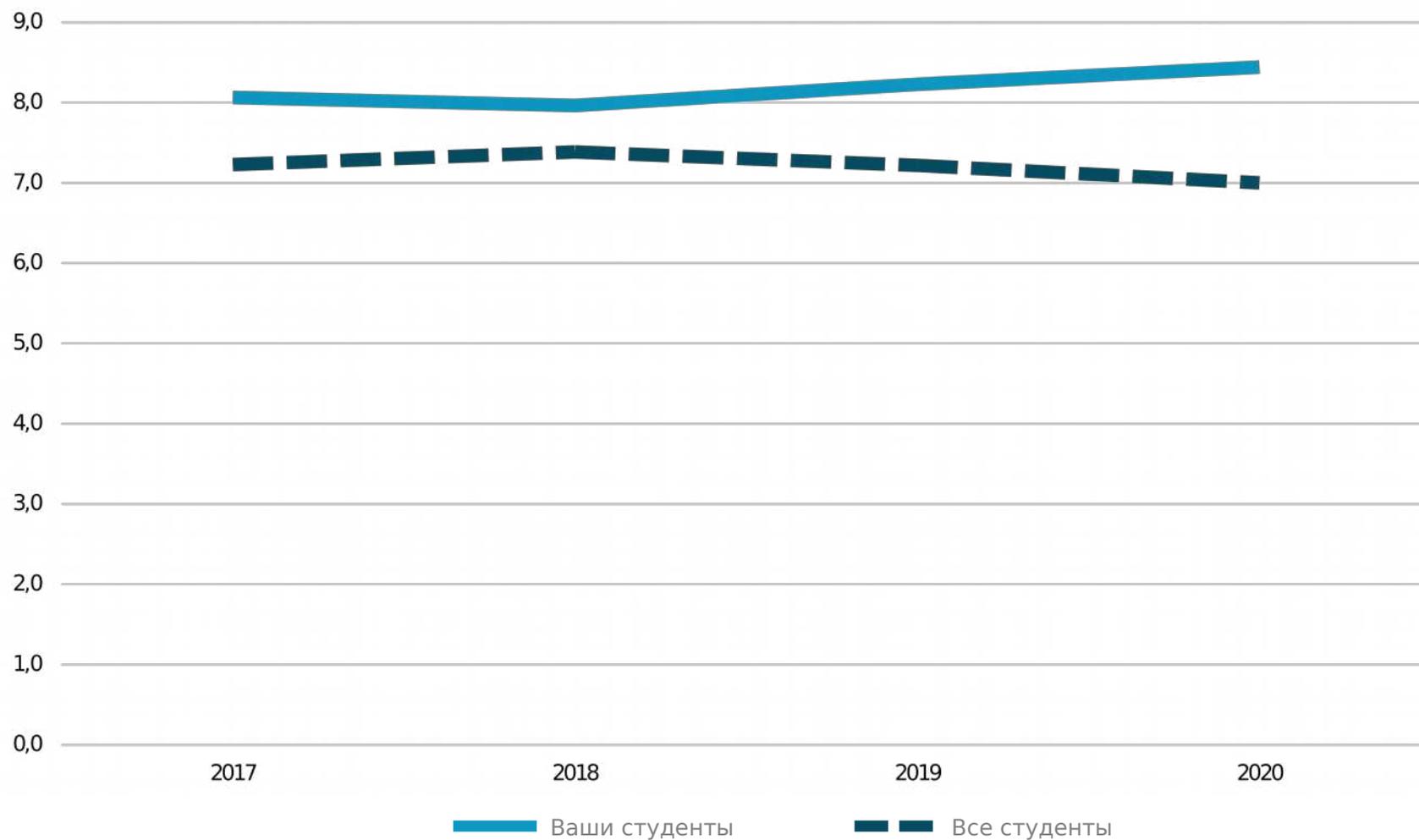
7,0

Все студенты



• Насколько Вы удовлетворены своим вузом?

Удовлетворенность университетом со временем



Средний уровень
2020 года

8,4

Ваши студенты

Средний уровень
2020 года

7,0

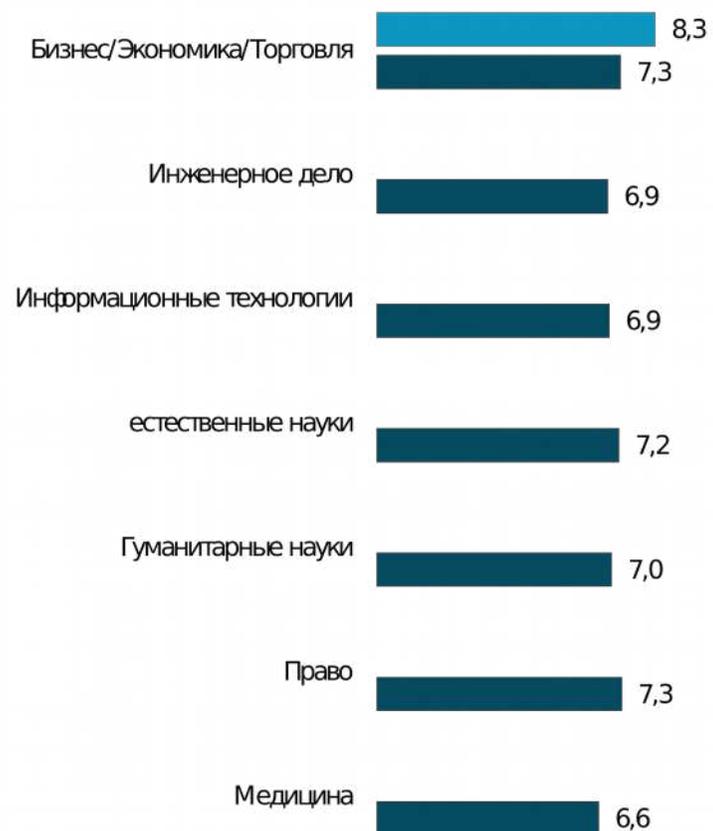
Все студенты



• Насколько Вы удовлетворены своим вузом?

Удовлетворенность по направлениям обучения

Бакалавры



Магистры



■ Ваши студенты

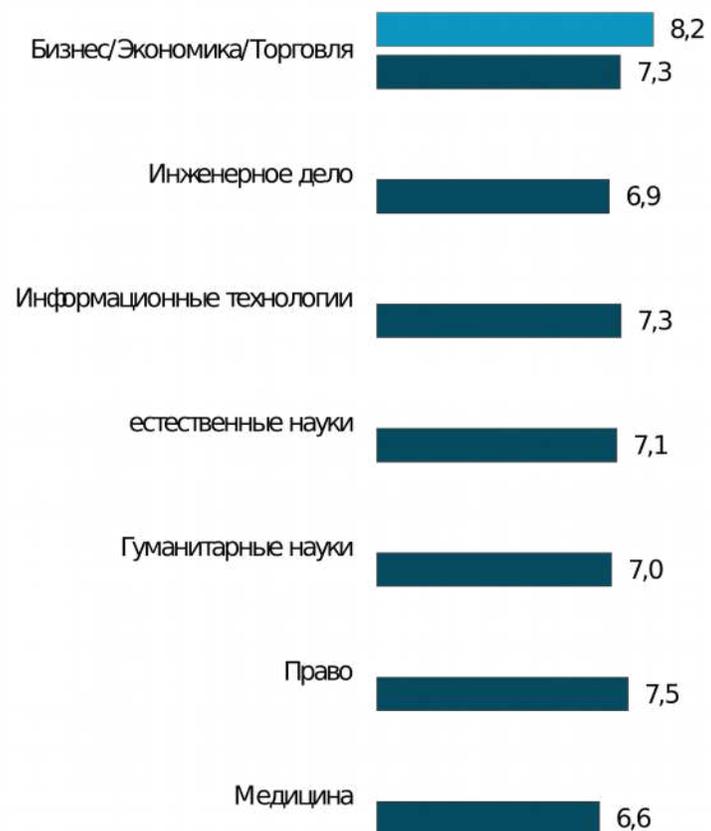
■ Все студенты



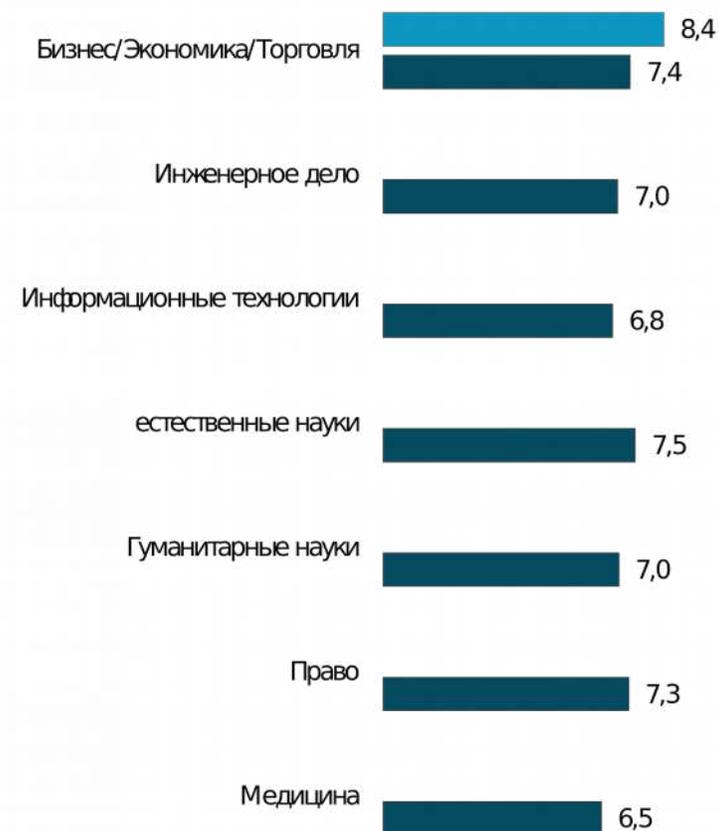
• Насколько Вы удовлетворены своим вузом?

Удовлетворенность по гендеру и по направлениям обучения

Женский



Мужской



■ Ваши студенты

■ Все студенты



• Насколько Вы удовлетворены своим вузом?

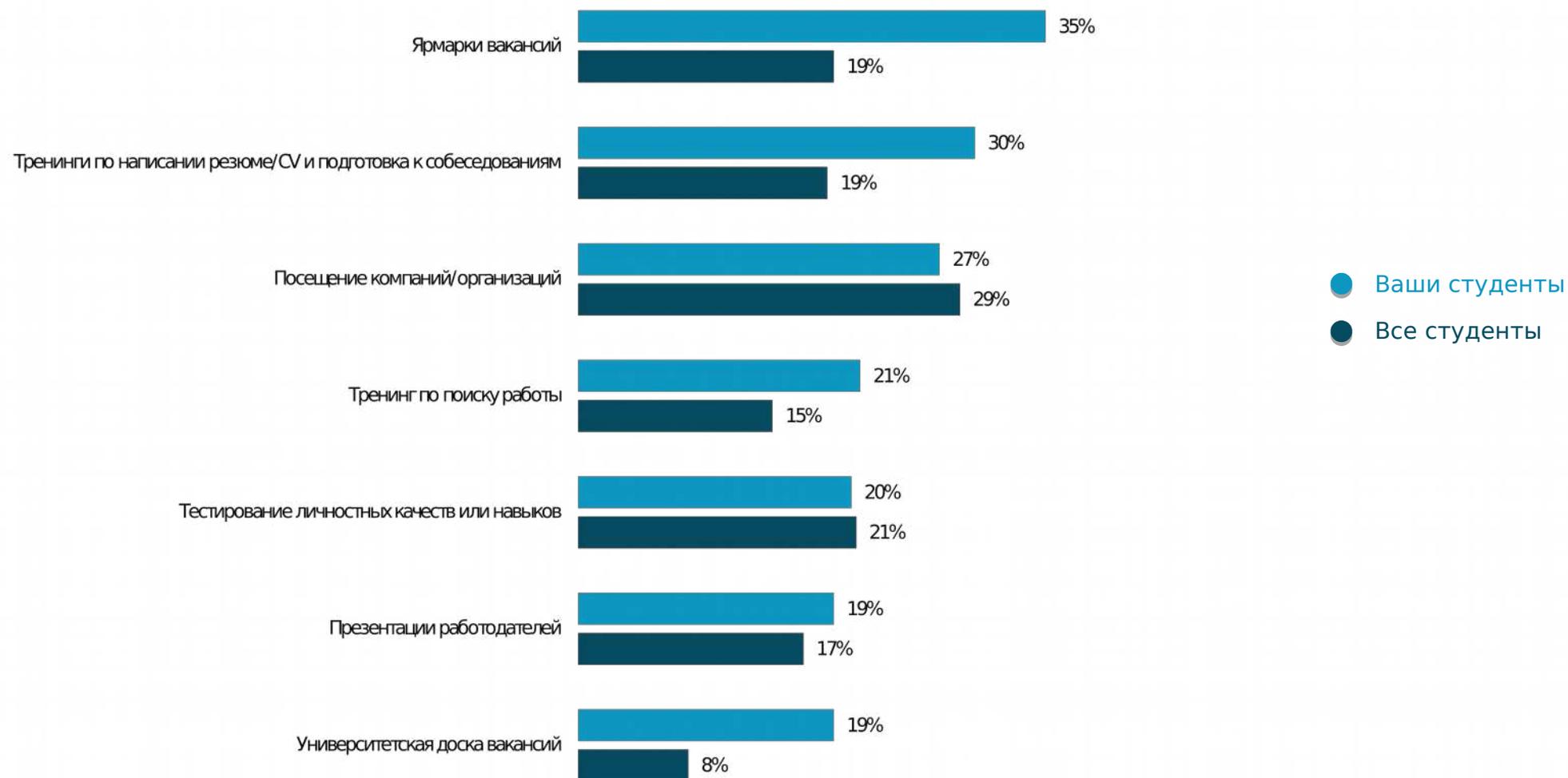
Содержание

- 1 ВВЕДЕНИЕ
- 2 ПРОФИЛЬ ТАЛАНТА
- 3 ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА УНИВЕРСИТЕТА
- 4 **КАРЬЕРНЫЙ ЦЕНТР**

В этой главе показано, какие **карьерные услуги** используют Ваши студенты или профессионалы, какие услуги они считают важными, и насколько они удовлетворены предлагаемыми в настоящее время карьерными услугами.

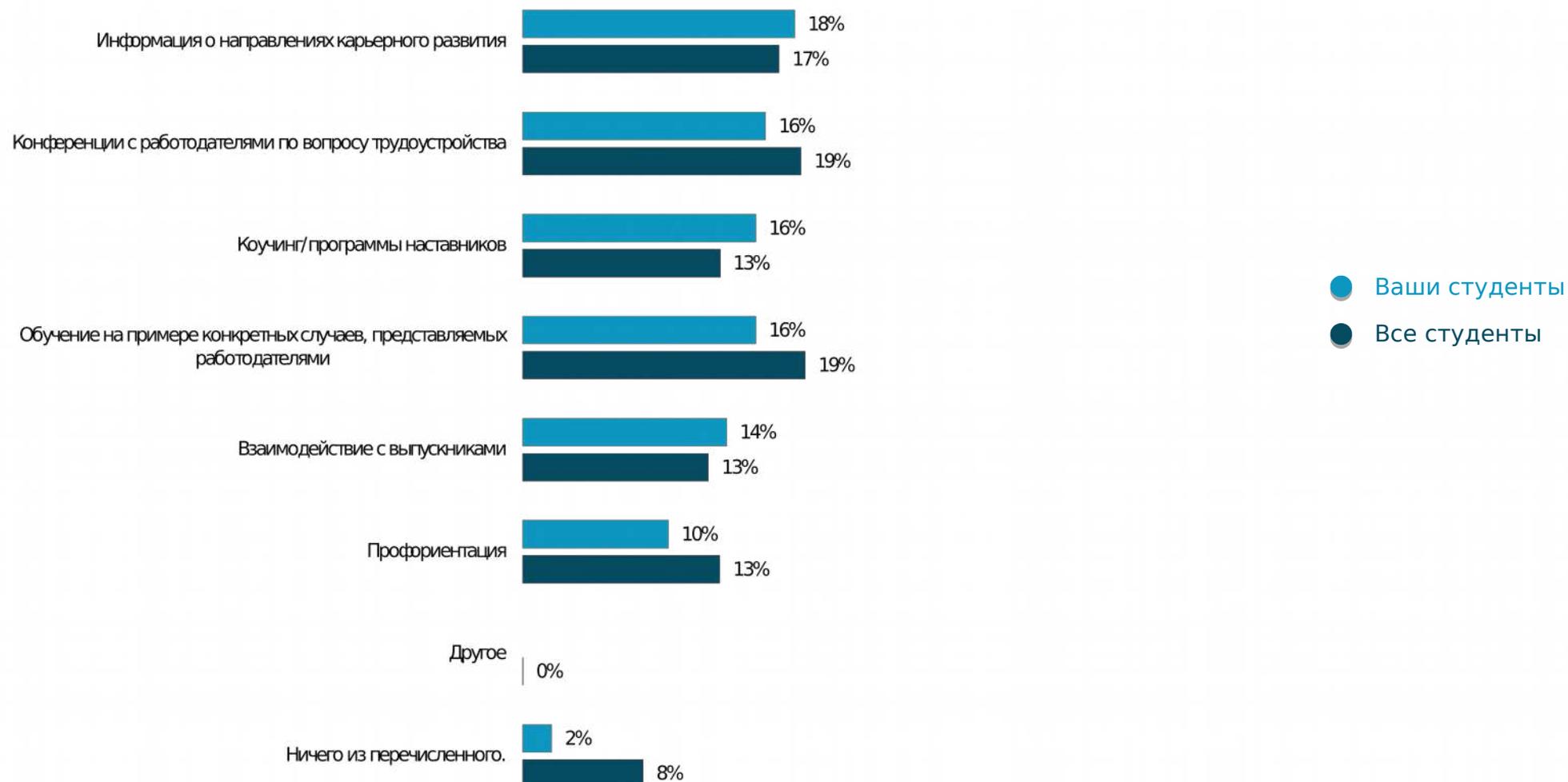
Это поможет Вам тактически сосредоточиться на карьерных услугах, которые **наиболее востребованы** и являются **наиболее эффективными** для Ваших студентов или профессионалов.

Самые востребованные карьерные услуги (1/2)



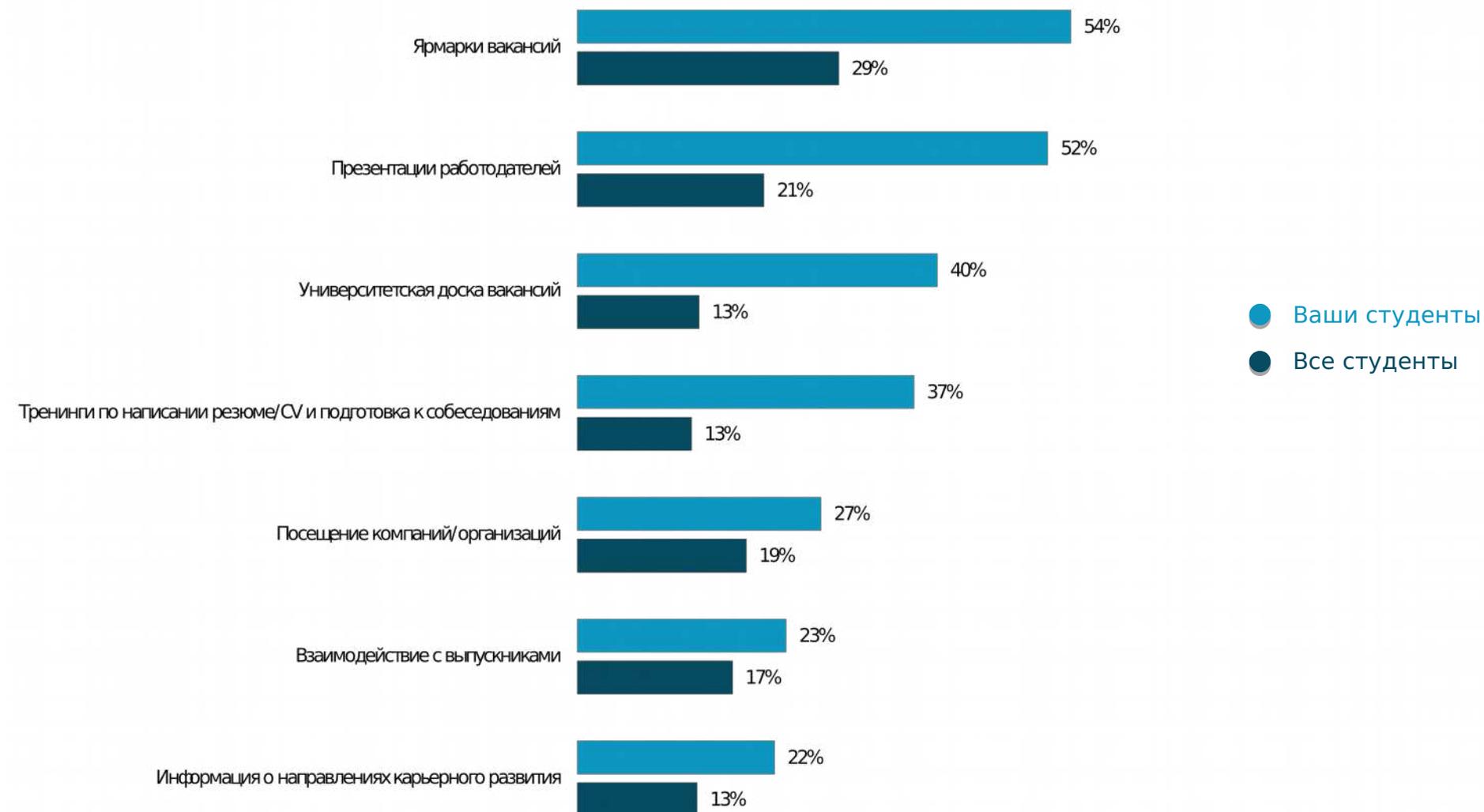
• Какие из перечисленных карьерных услуг для Вас важнее всего? (Выберите не более трёх вариантов ответа.)

Самые востребованные карьерные услуги (2/2)



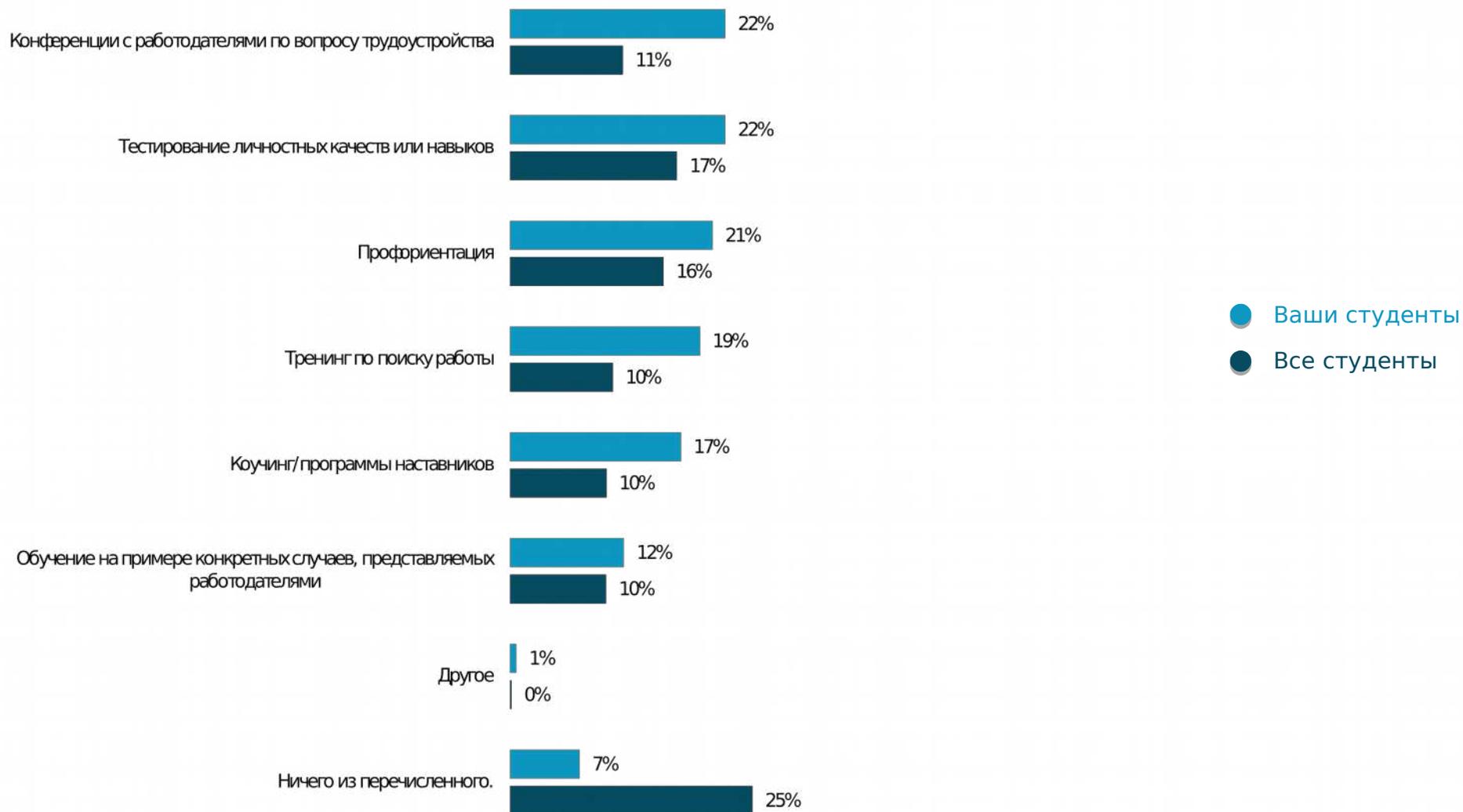
• Какие из перечисленных карьерных услуг для Вас важнее всего? (Выберите не более трёх вариантов ответа.)

Какие услуги студенты используют? (1/2)



• Какие из перечисленных карьерных услуг Вы использовали в своем вузе? (Выбор вариантов не ограничен).

Какие услуги студенты используют? (2/2)

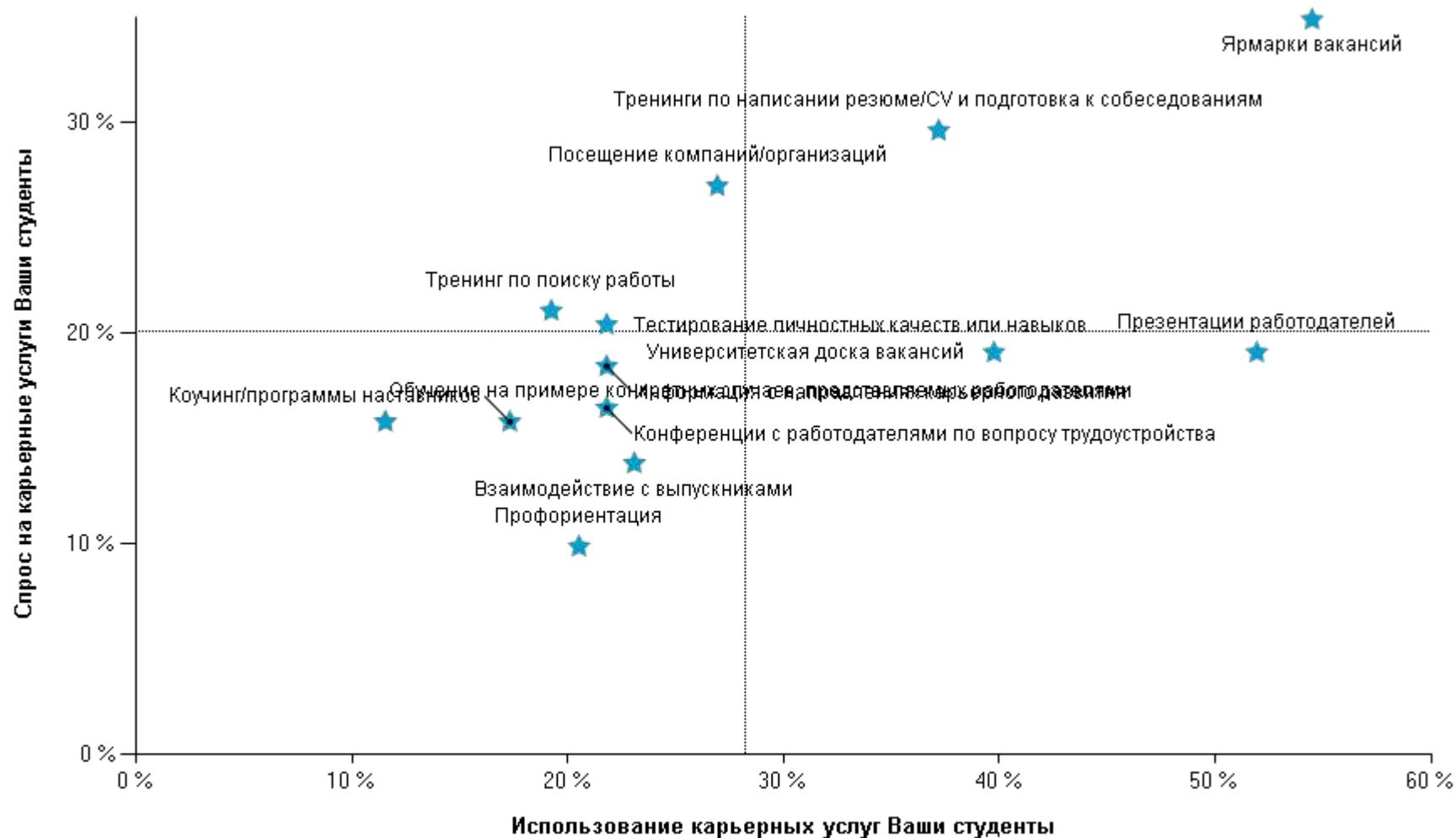


• Какие из перечисленных карьерных услуг Вы использовали в своем вузе? (Выбор вариантов не ограничен).

Используют ли Ваши студенты карьерные услуги, которые они считают важными?



Требование и использование карьерных услуг



- Что из этого для Вас наиболее важно? (Выберите не более трёх вариантов ответа).
- Какие из перечисленных карьерных услуг Вы использовали в своем вузе? (Выбор вариантов не ограничен).

Распределение спроса и использования карьерных услуг по степени обучения

Наиболее востребованные карьерные услуги для студентов бакалавриата

1. Ярмарки вакансий
2. Тренинги по написанию резюме/CV и подготовка к собеседованиям
3. Посещение компаний/организаций



Наиболее востребованные карьерные услуги для студентов магистратуры



Наиболее используемые карьерные услуги для студентов бакалавриата

1. Ярмарки вакансий
2. Презентации работодателей
3. Университетская доска вакансий

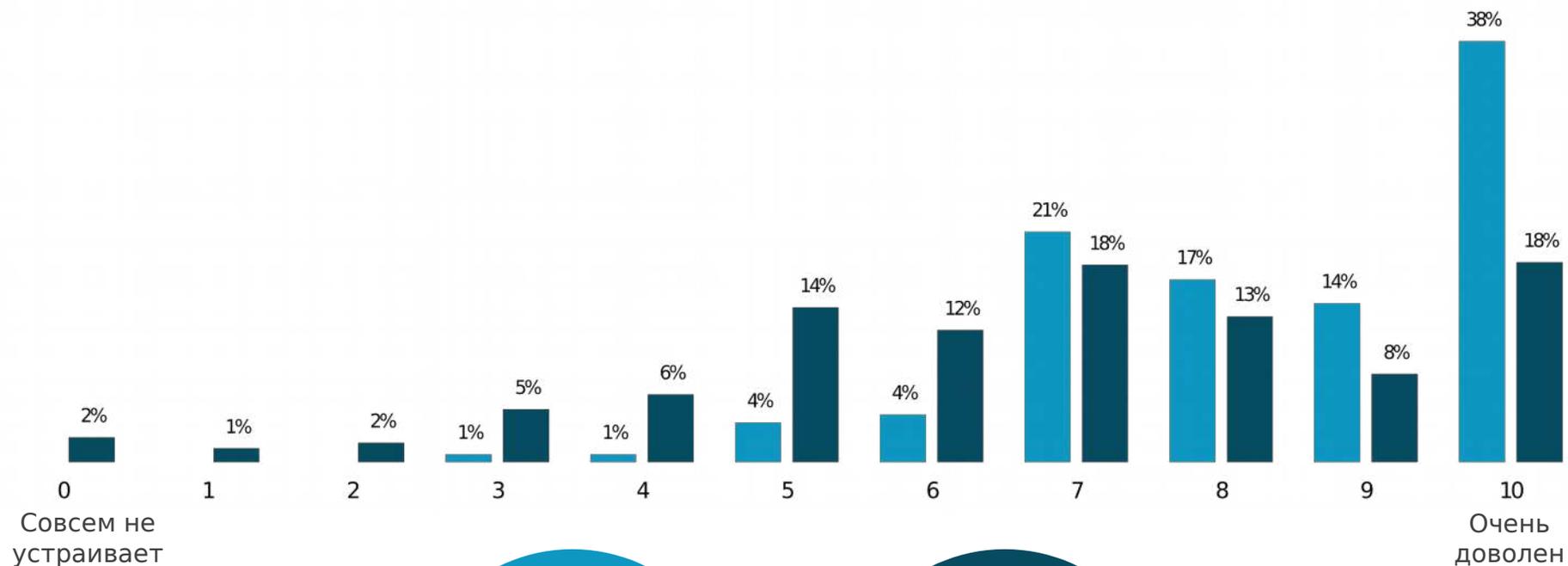


Наиболее используемые карьерные услуги для студентов магистратуры



- Что из этого для Вас наиболее важно? (Выберите не более трёх вариантов ответа).
- Какие из перечисленных карьерных услуг Вы использовали в своем вузе? (Выбор вариантов не ограничен).

Удовлетворенность карьерным центром



Средний уровень
2020 года:

8,4

Ваши студенты

Средний уровень
2020 года:

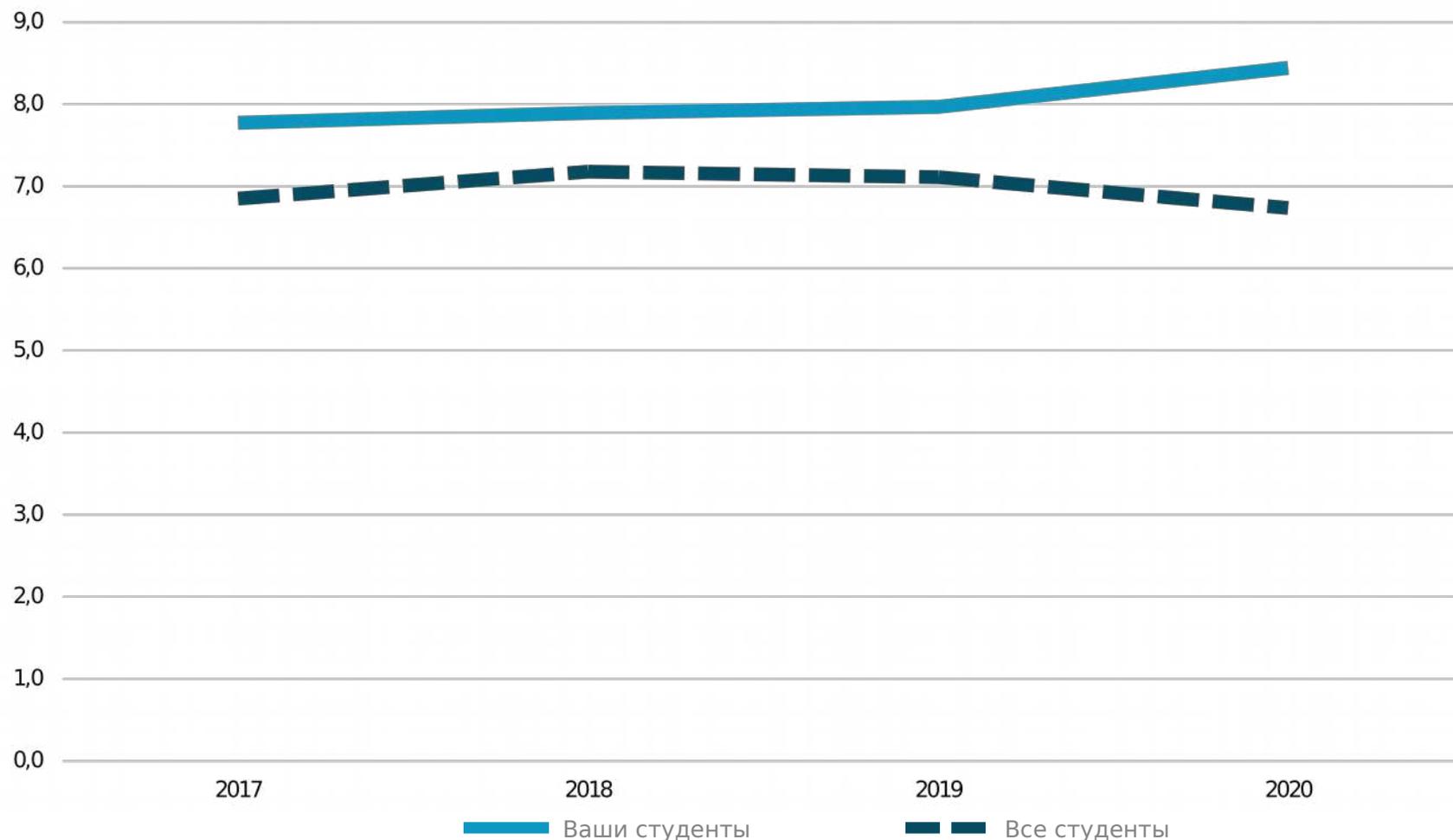
6,7

Все студенты



• Как бы Вы оценили карьерные сервисы, предлагаемые Вашим вузом? (0 - плохо, 10 - отлично)

Удовлетворенность центром карьеры со временем



Средний уровень
2020 года

8,4

Ваши студенты

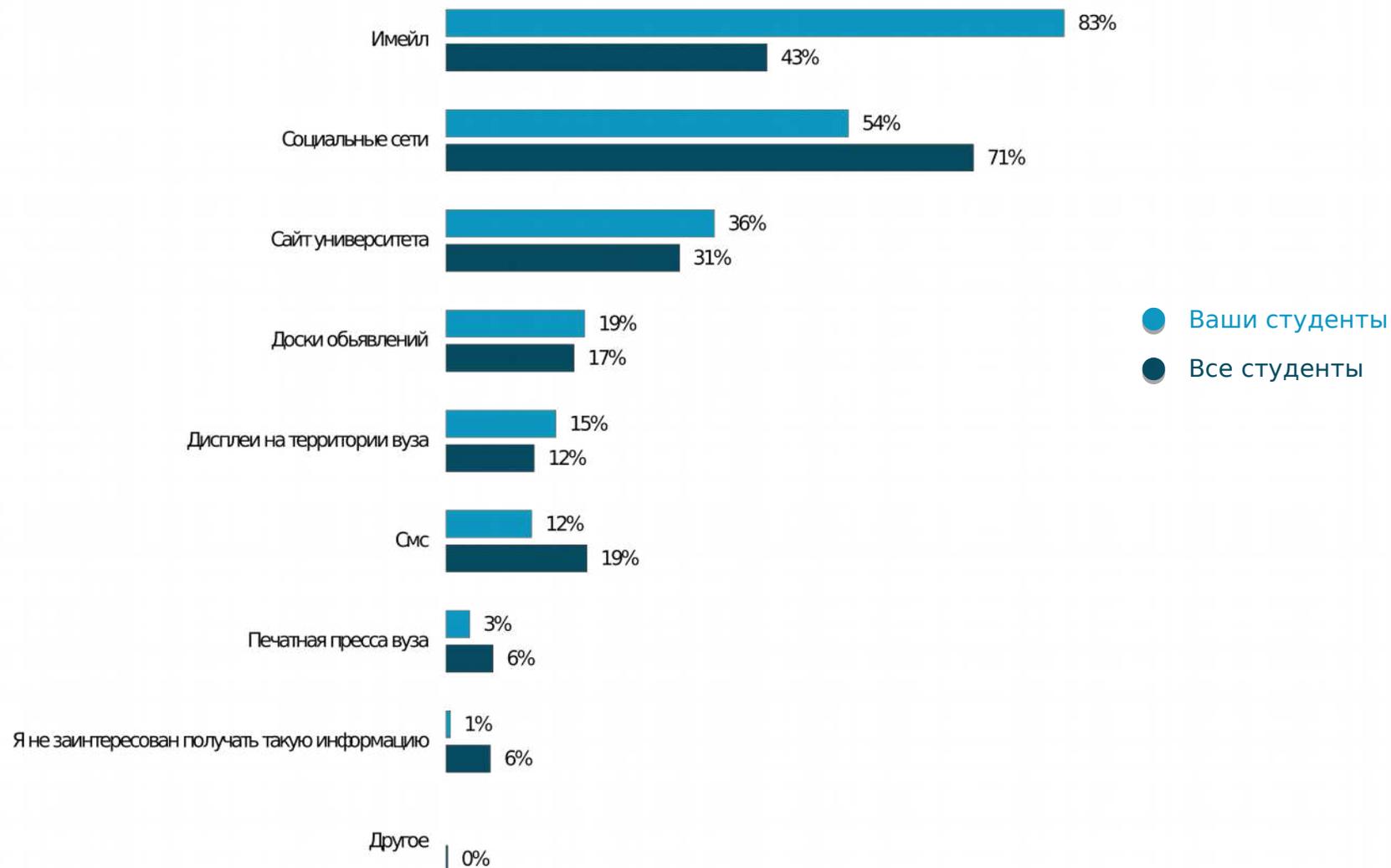
Средний уровень
2020 года

6,7

Все студенты

? • Как бы Вы оценили карьерные сервисы, предлагаемые Вашим вузом? (0 - плохо, 10 - отлично)

Рекомендуемые каналы для информирования студентов о карьерном центре



• Какие коммуникационные каналы следует использовать карьерному центру для связи с Вами?
Выбор вариантов не ограничен

Содержание

- 1 ВВЕДЕНИЕ
- 2 ПРОФИЛЬ ТАЛАНТА
- 3 ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА УНИВЕРСИТЕТА
- 4 КАРЬЕРНЫЙ ЦЕНТР
- 5 КОММУНИКАЦИЯ

В этой главе рассказывается, как Ваши студенты или профессионалы предпочитают **общаться** и взаимодействовать с работодателями.

Это поможет Вам указать Вашим студентам или профессионалам, где их сверстники являются успешными коммуникаторами.

Кроме того, эти данные информируют работодателей о том, какие платформы им следует использовать для привлечения Ваших студентов и

Лучшие рекрутинговые мероприятия в корпусе

Ваши студенты



Все студенты



? • Какой работодатель произвел на Вас самое лучшее впечатление на мероприятиях в Вашем университете за последние 12 месяцев?

Структура коммуникационного канала Universum

ПЕЧАТНЫЕ



- Брошюры, посвященные карьерным возможностям в определенной компании или организации
- Справочники по профориентации
- Журналы о карьере
- Публикации студенческих организаций Университетская пресса

ЦИФРОВЫЕ



- Блоги
- Веб-сайты, посвященные карьере
- Веб-сайты работодателей с описанием вакансий
- Онлайн порталы по трудоустройству
- Онлайн встречи
- Социальные сети

ЛИЧНЫЕ



- Ярмарки вакансий
- Тематические исследования, кейсы в рамках учебной программы
- Конкурсы и игры (хакатоны, разработка бизнес-моделей, викторины и т.п.)
- Конференции, организуемые и проводимые работодателями
- Посещения офиса/помещений работодателя
- Презентации работодателей в вузе
- Отраслевые выставки/конференции
- Практические занятия по изучению определенных навыков, проводимые работодателями

Поведение талантов на различных коммуникационных каналах

В среднем:

5,5

Различные каналы используются для поиска информации о работодателях.



59%

использование талантом распечатанных каналов.



94%

использование талантом цифровых каналов.



68%

использование талантом личных каналов.

ВНИМАНИЕ:

Все студенты используют комбинацию печатных, цифровых и персональных каналов при изучении потенциальных работодателей.



• Где Вы слышали, видели или читали об этих работодателях?

Топ каналов связи, которые используют студенты, чтобы узнать о работодателях

Все студенты



ПЕЧАТНЫЕ



1. Журналы о карьере
2. Брошюры, посвященные карьерным возможностям в определенной компании или организации
3. Университетская пресса
4. Публикации студенческих организаций
5. Справочники по профориентации

ЦИФРОВЫЕ



1. Социальные сети
2. Веб-сайты, посвященные карьере
3. Веб-сайты работодателей с описанием вакансий
4. Блоги
5. Онлайн порталы по трудоустройству

ЛИЧНЫЕ

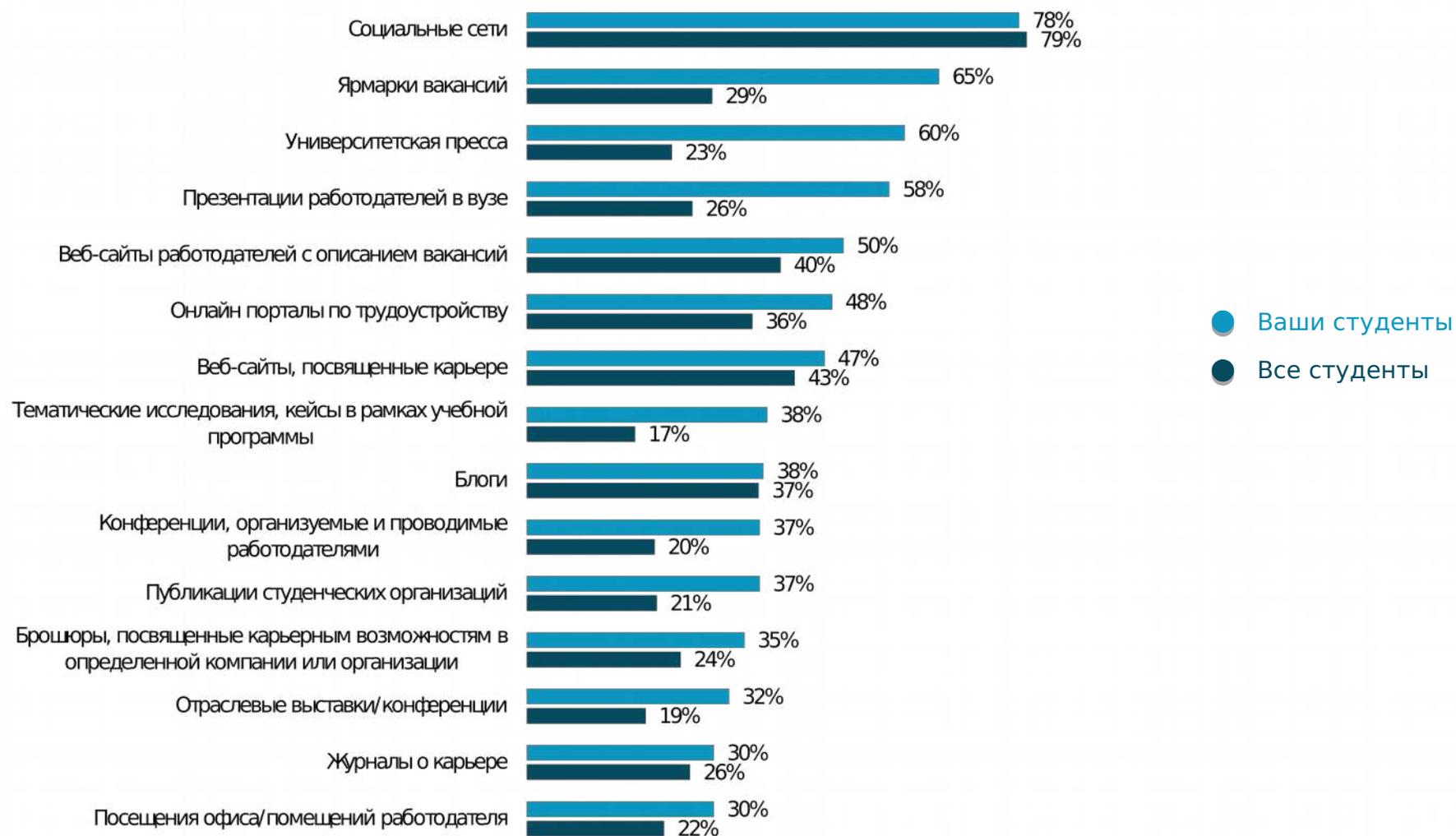


1. Ярмарки вакансий
2. Презентации работодателей в вузе
3. Посещения офиса/помещений работодателя
4. Конференции, организуемые и проводимые работодателями
5. Отраслевые выставки/конференции

 • Где Вы слышали, видели или читали об этих работодателях?

 • На этом слайде показаны 5 топ каналов связи.

Каналы связи - Топ 15



• Из каких источников Вы, как правило, получаете информацию о потенциальных работодателях?

Работодатели с самым впечатляющим присутствием в социальных сетях

Ваши студенты



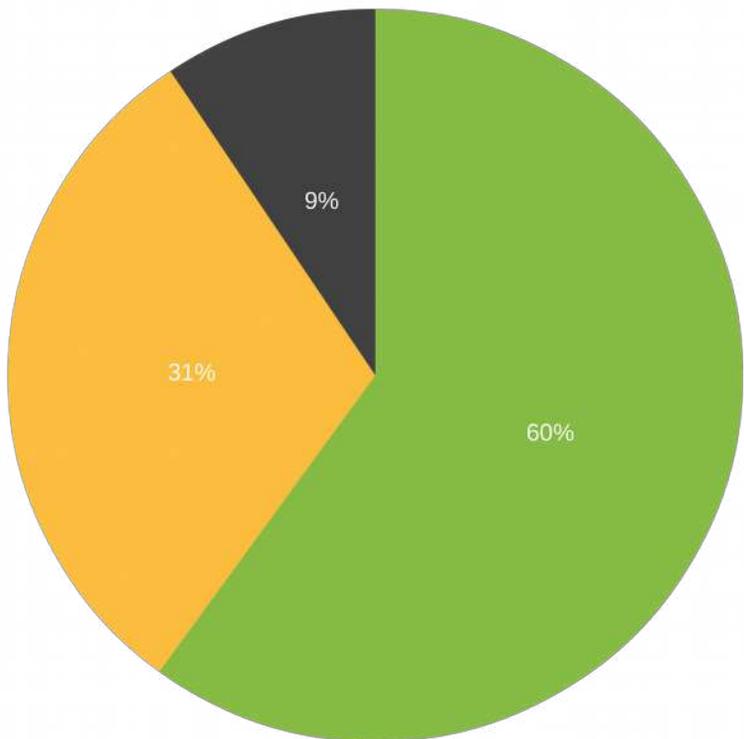
Все студенты



? • Кто из работодателей произвел на Вас наибольшее впечатление в социальных сетях за последний год?

Как отсутствие работодателя в социальных сетях повлияет на решение таланта работать на конкретного работодателя?

Ваши студенты



- Нисколько не повлияет на моё решение
- Мой интерес к этому работодателю уменьшится
- Я не буду трудоустраиваться у этого работодателя



• Если Вы узнаете, что работодатель не присутствует в социальных сетях, насколько это повлияет на Ваше решение о трудоустройстве у него?

Содержание

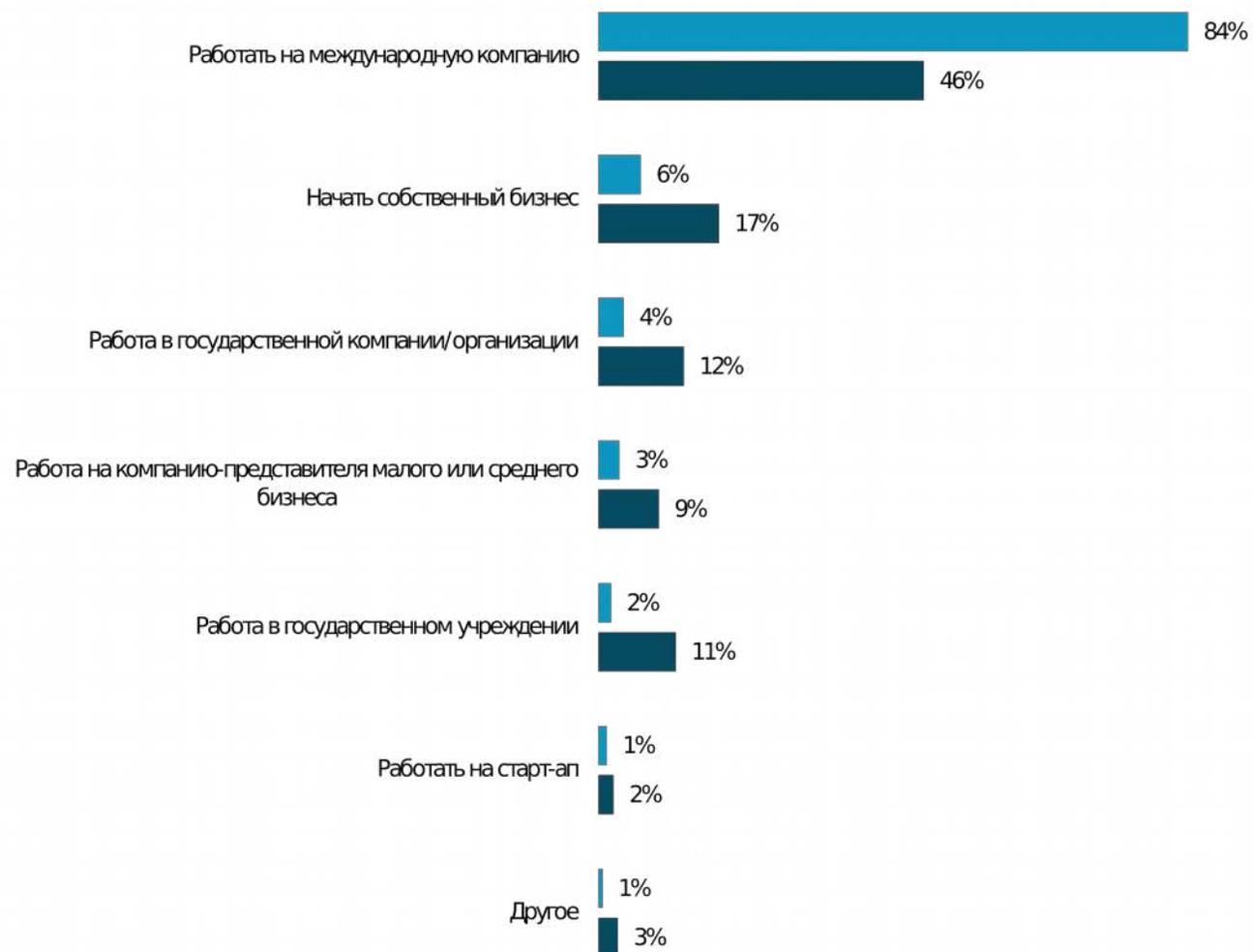
- 1 ВВЕДЕНИЕ
- 2 ПРОФИЛЬ ТАЛАНТА
- 3 ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА УНИВЕРСИТЕТА
- 4 КАРЬЕРНЫЙ ЦЕНТР
- 5 КОММУНИКАЦИЯ
- 6 ПРЕДПОЧТЕНИЯ В КАРЬЕРЕ И РАБОТОДАТЕЛЯХ

В этой главе рассматриваются атрибуты работодателя и работодатели, которые являются наиболее привлекательными для Ваших студентов или профессионалов.

Вы узнаете, насколько предпочтения Ваших студентов или профессионалов соответствуют реальности рынка труда.

Таким образом, Вы можете определить, какие работодатели являются наиболее важными и привлекательными для Ваших студентов и профессионалов.

Планы Ваших студентов после окончания обучения



Ваши студенты :

60%

Продолжат
учиться

Все студенты :

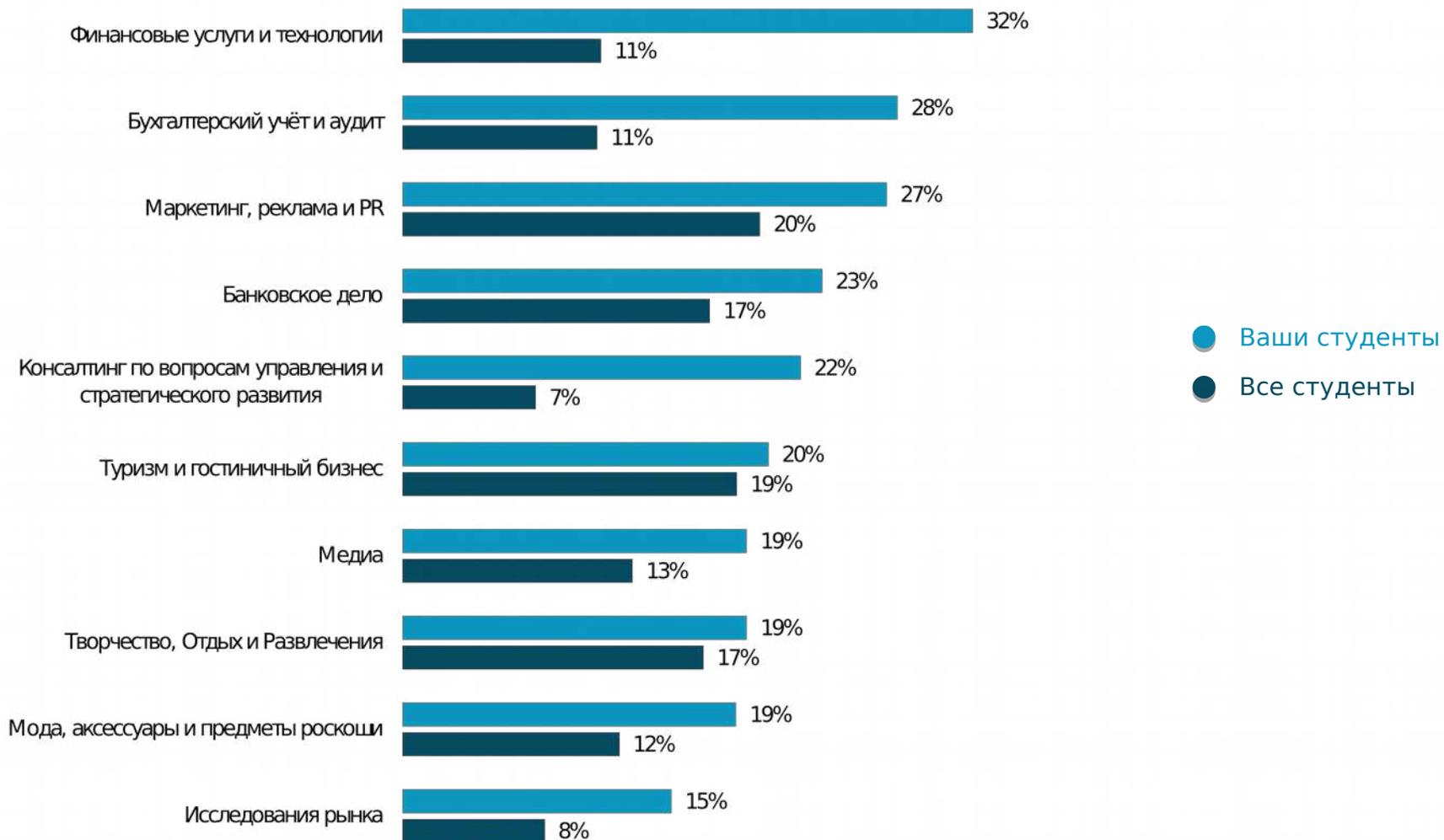
65%

Продолжат
учиться



- Какой вариант трудоустройства Вы бы предпочли в качестве первой работы после окончания учебного заведения?
- Планируете ли Вы продолжать обучение после окончания своего учебного заведения?

Наиболее популярные отрасли



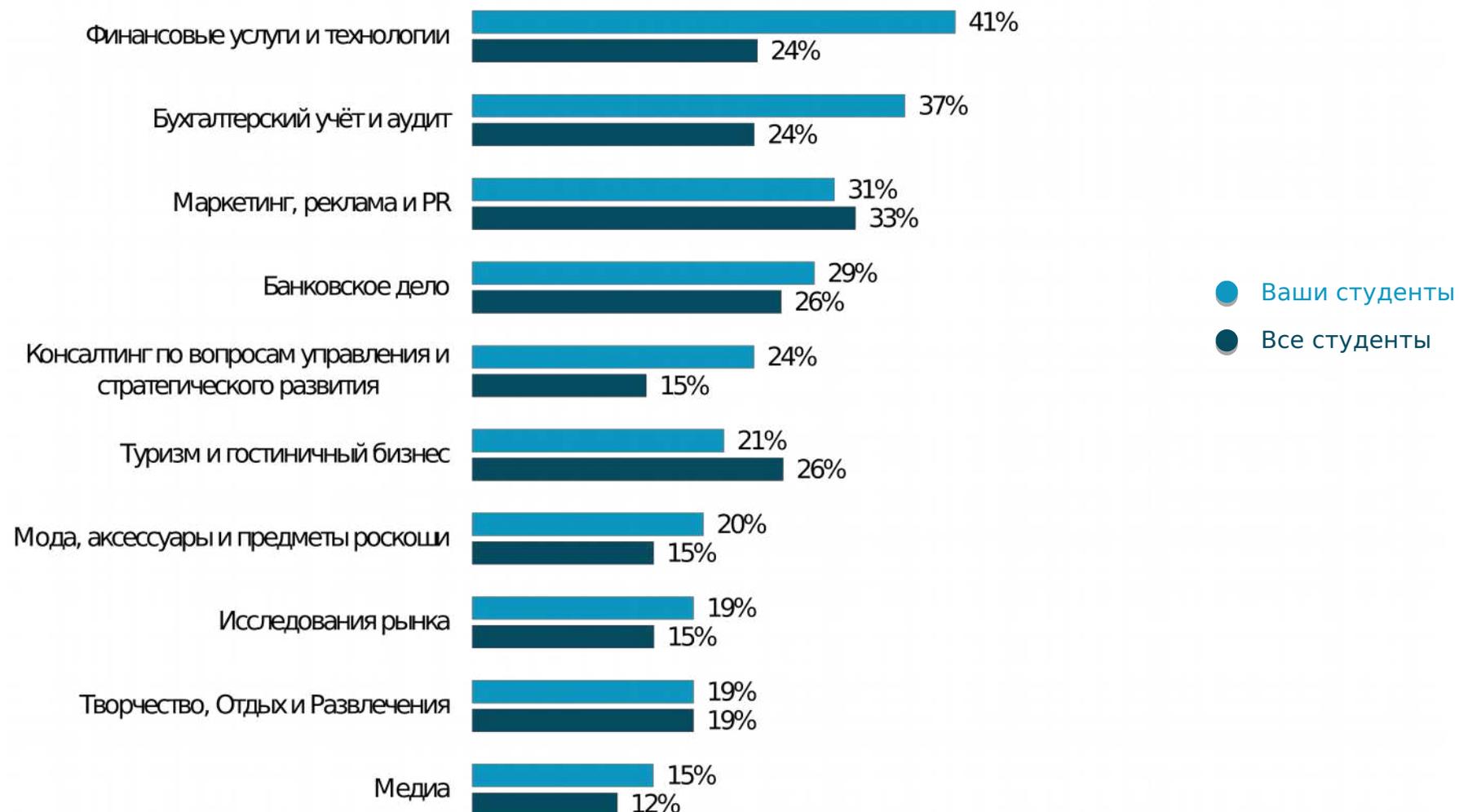
• В каких отраслях Вы хотели бы работать по окончании учебы? Можно выбрать до 3-х отраслей.



• Это десятка наиболее популярных отраслей для Ваших студентов

Наиболее популярные отрасли

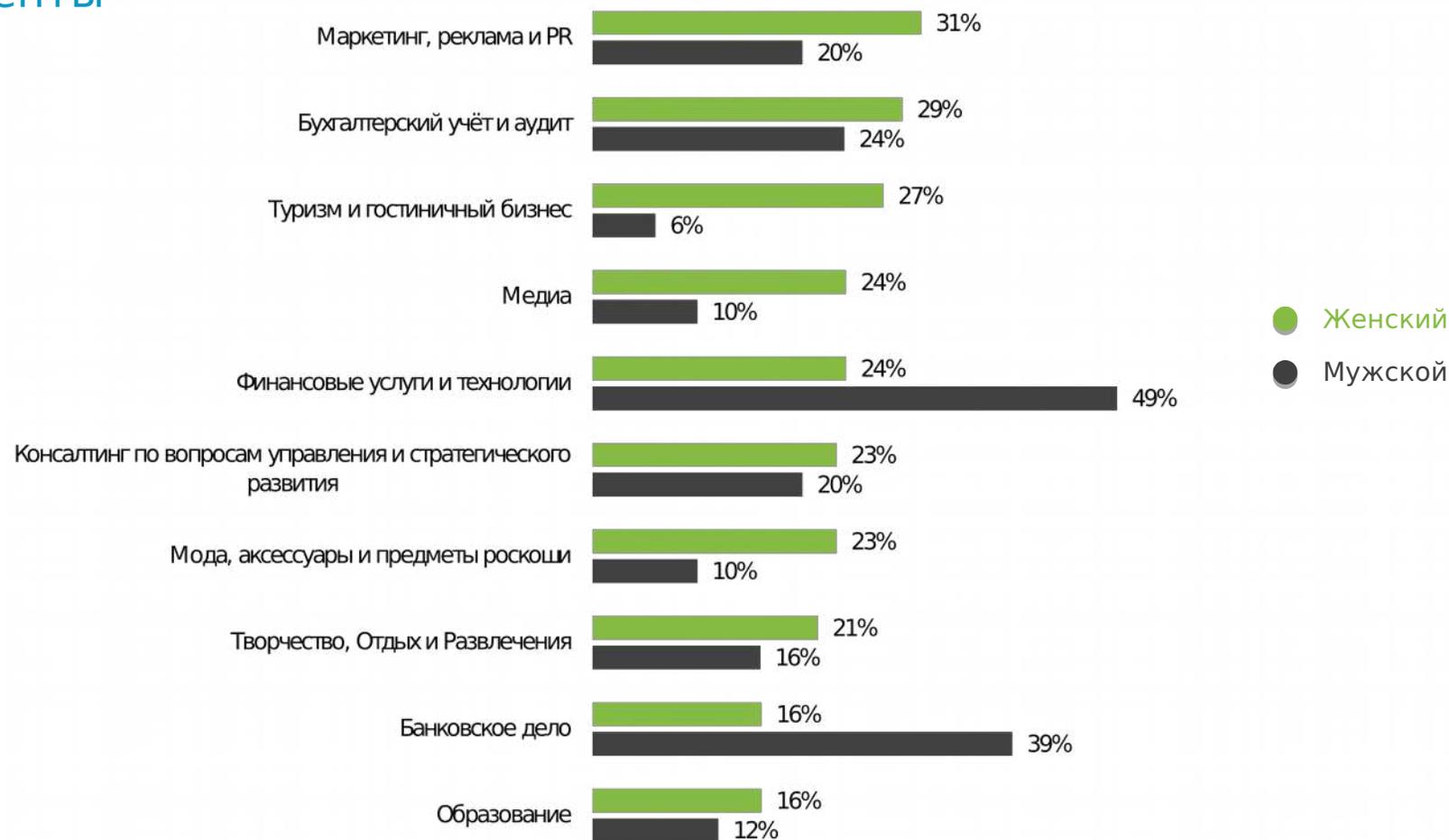
Бизнес/Экономика/Торговля



• В каких отраслях Вы хотели бы работать по окончании учебы? Можно выбрать до 3-х отраслей.

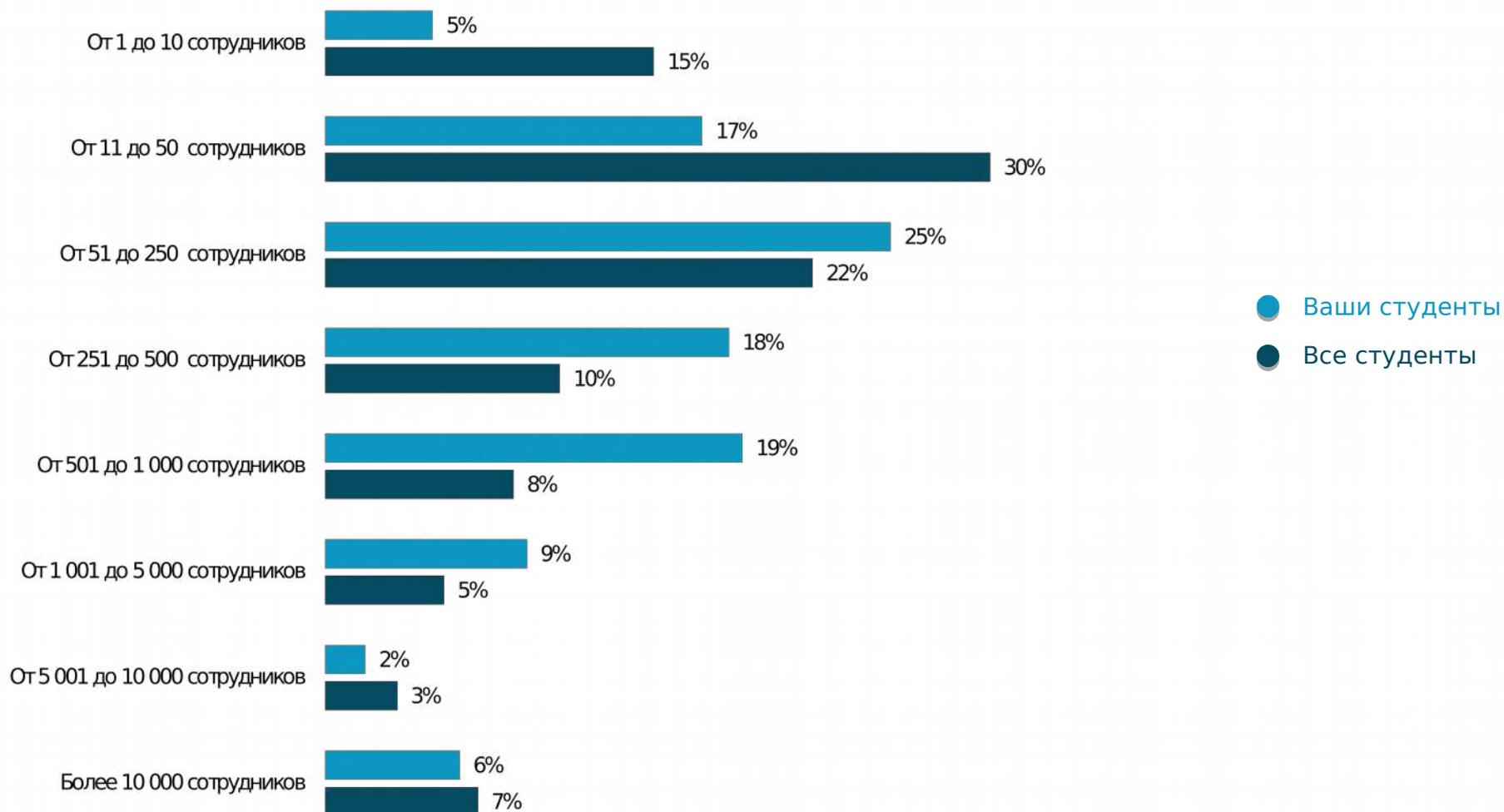
Наиболее популярные отрасли - Общее сравнение

Ваши студенты



- В каких отраслях Вы хотели бы работать по окончании учебы? Можно выбрать до 3-х отраслей.
- Пол:

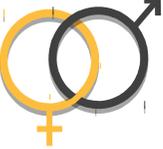
Каков идеальный размер работодателя для Ваших студентов?



• Какой размер Вашего первого работодателя был бы для Вас оптимальным?

Ожидаемая зарплата среди полов

Средняя месячная заработная плата (KZT)

| | Ваши студенты | Все студенты |
|--|---------------|--------------|
|  | 277 925 | 279 316 |
|  | 289 255 | 311 161 |
|  | 268 283 | 255 210 |
| РАЗНИЦА В ЗАРПЛАТ Е СРЕДИ ПОЛОВ | 20 972 | 55 951 |



- На какую зарплату до вычета налогов на своем первом рабочем месте после окончания учебы Вы рассчитываете (без учета бонусов)?
- Пол:

Двигатели привлекательности работодателя Universum

Репутация и имидж работодателя

Характеристики работодателя как организации

- Привлекательные/интересные товары и услуги
- Корпоративная социальная ответственность
- Использование новых технологий в работе
- Высокие этические стандарты ведения бизнеса
- Быстро развивающаяся компания с большим количеством предпринимательских инициатив
- Инновации в своей сфере
- Руководство, которое вдохновляет
- Миссия, которая вдохновляет



Зарплата и возможности для продвижения

- *Успех компании на рынке*
- *Престижность*
- *Денежная компенсация и другие льготы, сейчас и в будущем*
- Понятный путь продвижения по карьерной лестнице
- Конкурентоспособная заработная плата
- Хороший социальный пакет
- Хорошие рекомендации для будущей карьеры
- Хорошие перспективы высокого дохода в будущем
- Возможность проявить лидерские качества
- Премии и бонусы
- Возможность быстрого повышения в должности
- Финансовая поддержка при повышении квалификации, дополнительном образовании
- Культура, уважающая равноправие полов



Люди и культура

Социальная среда и атрибуты рабочего места

- Творческое и динамичное окружение на работе
- Дружеская рабочая атмосфера
- Стремление к уважению различий и реализации возможностей каждого сотрудника
- Сохранение баланса между работой и личной жизнью
- Контакты с международными клиентами и коллегами-иностранцами
- Руководители, которые поддерживают мой личностный рост
- Возможности лично влиять на процессы
- Поощрение сотрудников за активный вклад в деятельность компании
- Набор только лучших специалистов в компанию



Характер работы

Сама работа, а также возможность заработка, предоставляемая работой

- Уважительное отношение к сотрудникам
- Сложные и интересные задания, требующие усилий и определенных навыков
- Клиентоориентированность
- Непривязанность к рабочему месту
- Высокий уровень ответственности
- Стремление к достижению высоких результатов
- Возможность командировок или постоянной работы за границей
- Профессиональное обучение и развитие
- Надежность трудоустройства
- Работа в команде
- Разнообразие заданий



Что является самым важным в работодателе для Ваших студентов?

РЕПУТАЦИЯ И ИМИДЖ РАБОТОДАТЕЛЯ

1. Успех компании на рынке
2. Престижность
3. Миссия, которая вдохновляет

ВОЗМОЖНОСТИ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПО СЛУЖБЕ

1. Хорошие перспективы высокого дохода в будущем
2. Конкурентоспособная заработная плата
3. Хорошие рекомендации для будущей карьеры



ЛЮДИ И КУЛЬТУРА

1. Контакты с международными клиентами и коллегами-иностранцами
2. Сохранение баланса между работой и личной жизнью
3. Дружеская рабочая атмосфера

ХАРАКТЕР РАБОТЫ

1. Профессиональное обучение и развитие
2. Возможность командировок или постоянной работы за границей
2. Стремление к достижению высоких результатов



• Что из этого для Вас важнее всего? Выберите не более трёх вариантов ответа.

Топ 10 самых важных атрибутов

Ваши студенты

- 1. Профессиональное обучение и развитие
- 2. Успех компании на рынке
- 3. Хорошие перспективы высокого дохода в будущем
- 4. Престижность
- 5. Контакты с международными клиентами и коллегами-иностранцами
- 6. Сохранение баланса между работой и личной жизнью
- 7. Стремление к достижению высоких результатов
- 8. Конкурентоспособная заработная плата
- 9. Дружеская рабочая атмосфера
- 10. Возможность командировок или постоянной работы за границей

- Репутация и имидж работодателя
- Зарплата и возможности для продвижения

Все студенты

- 1. Хорошие перспективы высокого дохода в будущем
- 2. Профессиональное обучение и развитие
- 3. Успех компании на рынке
- 4. Дружеская рабочая атмосфера
- 5. Стремление к достижению высоких результатов
- 6. Престижность
- 7. Надежность трудоустройства
- 8. Уважительное отношение к сотрудникам
- 9. Возможность командировок или постоянной работы за границей
- 10. Контакты с международными клиентами и коллегами-иностранцами

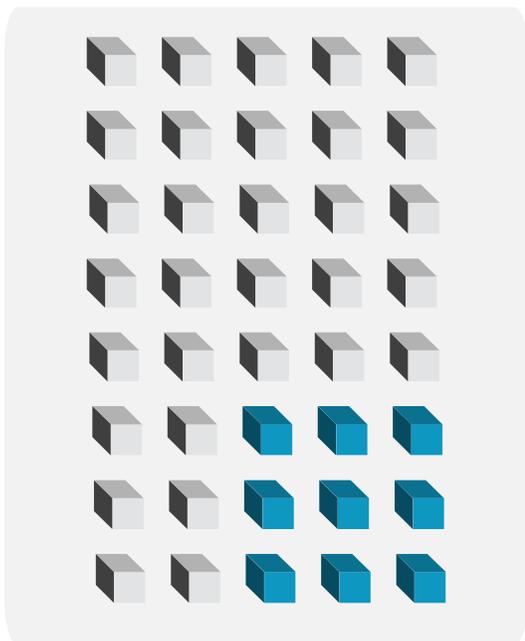
- Люди и культура
- Характер работы

• Насколько для Вас важен каждый из этих аспектов? (Шкала 1-5, 1=Вообще не важно, 5=Очень важно)
 • Что из этого для Вас важнее всего? Выберите не более трёх вариантов ответа.

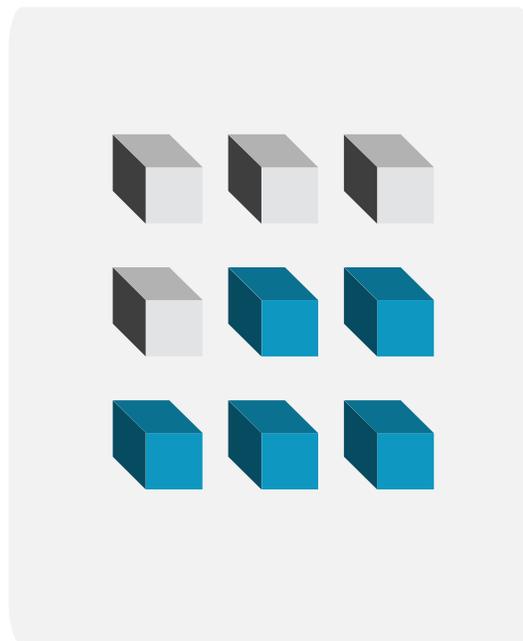
• Здесь представлена привлекательность из 40 атрибутов в отношении того, насколько важной респонденты находят её движущую силу. Этот анализ дает общее представление о том, что влияет на привлекательность работодателя.

Рейтинги Universum

ПОЛНЫЙ СПИСОК КОМПАНИЙ
(109 работодатели в каждой
основной области обучения)

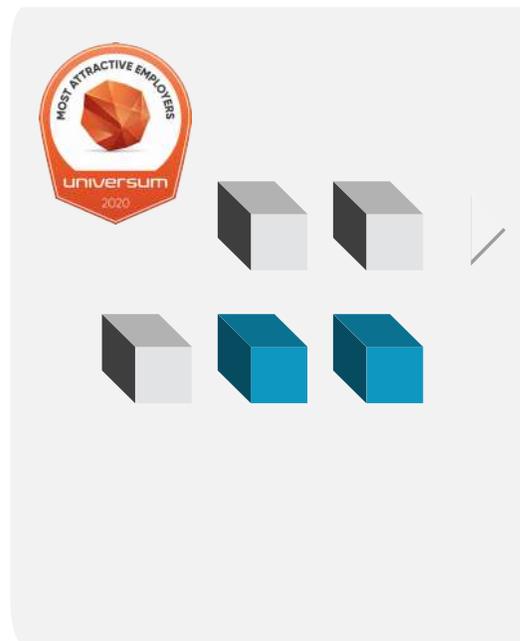


С УЧЕТОМ РЕЙТИНГА
РАБОТОДАТЕЛЯ
(столько, сколько применимо)



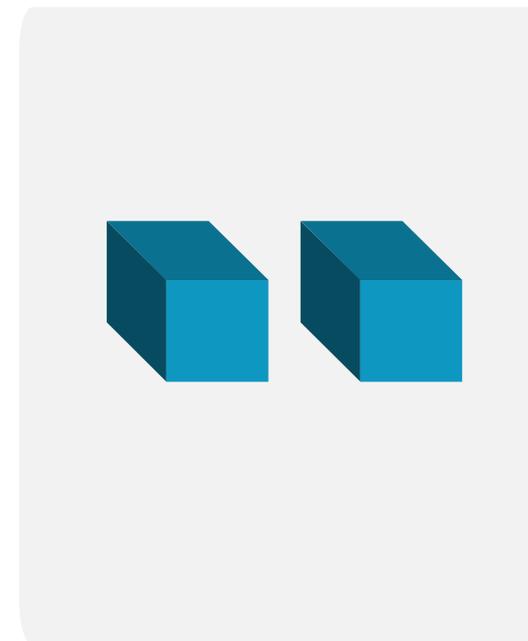
"Ниже приведён список потенциальных работодателей*. Укажите, у каких работодателей Вы бы хотели работать."

РЕЙТИНГ ИДЕАЛЬНОГО
РАБОТОДАТЕЛЯ
(столько работодателей)



"А теперь выберите 5 идеальных работодателей, на которых Вам больше всего хочется работать."

РЕЙТИНГ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ
ПРЕТЕНДЕНТОВ
(Да, у меня есть / да, я буду)



"подавали ли Вы или планируете подать заявку на работу в эти компании?"

• Имена работодателей могут быть сокращены в этом отчете в форме стандарта.

Рейтинг работодателей, принятых во внимание | Топ 20

Ваши студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-----------------------------|--------------|--------------|-------|-----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| PwC | 1 | 45,58% | ↑ 2 | Mercedes-Benz | 11 | 33,95% | ↓ -1 |
| KPMG | 2 | 43,72% | → 0 | Procter & Gamble (P&G) | 11 | 33,95% | ↓ -6 |
| Air Astana | 3 | 41,40% | ↓ -2 | Boston Consulting Group (BCG) | 13 | 32,56% | → 0 |
| Deloitte | 3 | 41,40% | ↑ 5 | British American Tobacco | 13 | 32,56% | ↑ 3 |
| Mars | 5 | 40,00% | ↓ -1 | Bl Group | 15 | 30,70% | ↑ - |
| EY (Ernst & Young) | 6 | 39,53% | ↑ 1 | Microsoft | 16 | 29,77% | ↓ -1 |
| Nestlé | 7 | 38,60% | ↑ 1 | JTI (Japan Tobacco International) | 17 | 28,84% | ↓ -3 |
| McKinsey & Company | 8 | 35,81% | ↑ 3 | Chevron | 18 | 27,44% | ↑ 1 |
| Samsung | 8 | 35,81% | ↑ 4 | Samruk | 19 | 26,98% | ↑ 5 |
| Philip Morris International | 10 | 35,35% | ↓ -4 | KazMunaiGas Group | 20 | 26,51% | ↑ 2 |

Все студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------|--------------|--------------|-------|-------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Air Astana | 1 | 44,25% | → 0 | Philip Morris International | 11 | 16,61% | → 0 |
| Mercedes-Benz | 2 | 33,38% | → 0 | adidas | 12 | 15,81% | ↑ 4 |
| Bl Group | 3 | 30,31% | ↑ - | Tengizchevroil | 13 | 15,80% | ↑ 2 |
| KazMunaiGas Group | 4 | 27,64% | ↓ -1 | Boston Consulting Group (BCG) | 14 | 15,68% | ↑ 3 |
| Microsoft | 5 | 26,44% | → 0 | Coca-Cola | 15 | 15,66% | ↑ 62 |
| Samsung | 6 | 24,81% | ↓ -2 | KPMG | 16 | 15,60% | ↓ -7 |
| Samruk | 7 | 22,00% | ↓ -1 | KazTransOil | 17 | 14,46% | ↓ -4 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 8 | 19,92% | ↓ -1 | ChocoFamily | 18 | 14,05% | ↑ 3 |
| Kaspi Bank | 9 | 17,66% | ↓ -1 | British American Tobacco | 19 | 13,71% | ↑ 11 |
| Nestlé | 10 | 17,47% | → 0 | L'Oréal Group | 20 | 13,45% | → 0 |



• Ниже приведён список потенциальных работодателей. Укажите, у каких работодателей Вы бы хотели работать.

Рейтинг идеальных работодателей | Топ 20

Ваши студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------------|--------------|--------------|-------|-----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| PwC | 1 | 26,05% | ↑ 1 | JTI (Japan Tobacco International) | 11 | 13,02% | ↓ -2 |
| McKinsey & Company | 2 | 22,79% | ↑ 6 | Philip Morris International | 11 | 13,02% | ↓ -4 |
| Mars | 3 | 22,33% | ↑ 1 | Procter & Gamble (P&G) | 11 | 13,02% | ↓ -6 |
| KPMG | 4 | 18,60% | ↓ -1 | KazMunaiGas Group | 14 | 11,63% | ↑ 6 |
| EY (Ernst & Young) | 5 | 18,14% | ↑ 1 | Microsoft | 14 | 11,63% | → 0 |
| Boston Consulting Group (BCG) | 6 | 17,67% | ↑ 6 | Tengizchevroil | 14 | 11,63% | ↑ 3 |
| Air Astana | 7 | 16,74% | ↓ -6 | Chevron | 17 | 11,16% | ↑ 2 |
| Nestlé | 8 | 15,35% | ↑ 1 | Samruk | 17 | 11,16% | ↑ 1 |
| Deloitte | 9 | 14,42% | → 0 | Samsung | 19 | 10,70% | ↓ -4 |
| Mercedes-Benz | 10 | 13,49% | ↑ 2 | Bl Group | 20 | 9,30% | ↓ - |

Все студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------|--------------|--------------|-------|-------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Air Astana | 1 | 30,19% | → 0 | Tengizchevroil | 11 | 7,76% | ↑ 1 |
| Mercedes-Benz | 2 | 19,02% | → 0 | Boston Consulting Group (BCG) | 12 | 7,11% | ↑ 3 |
| Bl Group | 3 | 17,02% | ↓ - | Kazakhmys | 13 | 6,80% | ↓ -2 |
| KazMunaiGas Group | 4 | 14,83% | ↓ -1 | ChocoFamily | 14 | 6,39% | ↑ 10 |
| Microsoft | 5 | 13,90% | ↑ 1 | EY (Ernst & Young) | 15 | 6,32% | ↓ -5 |
| Samruk | 6 | 11,54% | ↓ -1 | Nestlé | 16 | 6,14% | → 0 |
| Samsung | 7 | 11,46% | ↓ -3 | Deloitte | 17 | 6,05% | ↑ 4 |
| Kaspi Bank | 8 | 9,23% | ↑ 1 | Coca-Cola | 18 | 5,97% | ↑ 43 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 9 | 8,33% | ↓ -2 | PwC | 19 | 5,68% | ↓ -6 |
| KPMG | 10 | 7,95% | ↓ -2 | Philip Morris International | 20 | 5,60% | ↓ -6 |

• А теперь выберите 5 идеальных работодателей, на которых Вам больше всего хочется работать.

Рейтинг потенциальных претендентов | Топ 20

Ваши студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------------|--------------|--------------|-------|-----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| PwC | 1 | 7,93% | → 0 | Tengizchevroil | 11 | 3,29% | ↑ 3 |
| Mars | 2 | 6,58% | ↑ 2 | JTI (Japan Tobacco International) | 12 | 3,09% | ↓ -3 |
| McKinsey & Company | 3 | 6,38% | ↑ 8 | Procter & Gamble (P&G) | 12 | 3,09% | ↓ -6 |
| Boston Consulting Group (BCG) | 4 | 5,42% | ↑ 9 | Chevron | 14 | 2,71% | ↓ -2 |
| KPMG | 5 | 5,03% | ↓ -3 | Samsung | 15 | 2,51% | ↑ 2 |
| Nestlé | 6 | 4,64% | ↑ 3 | KazMunaiGas Group | 16 | 2,32% | ↑ 1 |
| Deloitte | 7 | 4,45% | → 0 | Microsoft | 17 | 2,13% | ↑ 2 |
| EY (Ernst & Young) | 8 | 4,26% | ↓ -3 | British American Tobacco | 18 | 1,74% | ↑ 3 |
| Philip Morris International | 9 | 3,68% | ↓ -1 | Coca-Cola | 18 | 1,74% | ↑ 27 |
| Air Astana | 10 | 3,48% | ↓ -8 | Citi | 20 | 1,55% | ↑ 1 |

Все студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------|--------------|--------------|-------|-----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Air Astana | 1 | 10,09% | → 0 | EY (Ernst & Young) | 11 | 2,95% | ↓ -5 |
| BI Group | 2 | 5,81% | ↑ 1 | Samsung | 12 | 2,74% | ↓ -4 |
| KazMunaiGas Group | 3 | 4,09% | ↓ -1 | Mars | 13 | 2,42% | → 0 |
| Mercedes-Benz | 4 | 4,00% | ↓ -1 | Boston Consulting Group (BCG) | 14 | 2,29% | ↓ -2 |
| KPMG | 5 | 3,78% | ↓ -1 | Philip Morris International | 15 | 2,18% | ↑ 3 |
| Microsoft | 6 | 3,53% | ↑ 3 | McKinsey & Company | 16 | 2,16% | ↑ 1 |
| Samruk | 7 | 3,41% | ↓ -2 | Kazakhmys | 17 | 2,07% | ↓ -6 |
| Deloitte | 8 | 3,14% | ↑ 2 | JTI (Japan Tobacco International) | 18 | 2,02% | ↑ 1 |
| Tengizchevroil | 9 | 3,06% | ↑ 7 | Kaspi Bank | 19 | 1,87% | ↓ -4 |
| PwC | 10 | 2,95% | ↓ -3 | Gazprom Neft Kazakhstan | 20 | 1,76% | ↓ -6 |



• Подавали ли Вы или планируете подать заявку на работу в эти компании? – Да, уже подал/подала / Да, обязательно подам.

Содержание

- 1 ВВЕДЕНИЕ
- 2 ПРОФИЛЬ ТАЛАНТА
- 3 ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА
УНИВЕРСИТЕТА
- 4 КАРЬЕРНЫЙ ЦЕНТР
- 5 КОММУНИКАЦИЯ
- 6 ПРЕДПОЧТЕНИЯ В КАРЬЕРЕ И РАБОТОДАТЕЛЯХ
- 7 КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ

Сводка предпочтений



АТТРИБУТЫ

Атрибуты, в которых Ваш вуз преуспевает, по мнению Ваших студентов:

1. **Высокое качество образования (51%)**
2. **Хорошие возможности трудоустройства (39%)**
3. **Успешные выпускники (27%)**

Атрибуты, которые, по мнению Ваших студентов, Вам стоит улучшить:

4. **Доступные цены на обучение (23%)**
5. **Учебная среда стимулирует интерес к знаниям (14%)**
6. **Обучение навыкам, востребованным работодателями (12%)**

Важные атрибуты для Ваших студентов, которые они ассоциируют с Вашим вузом :

- Большой выбор занятий и мероприятий, организуемых в свободное от учебы время
- Выпускники занимают руководящие позиции
- Высокое качество образования
- Дружелюбная и открытая среда
- Программы и возможности обучения за рубежом



КАРЬЕРНЫЙ ЦЕНТР

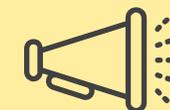
93% Ваших студентов используют Ваши карьерные сервисы

N/A не осведомлены о Ваших карьерных услугах

Удовлетворенность карьерным центром :

8,4
(0,5)

Средний показатель сравнительной группы:
6,7(1,7)



УНИВЕРСИТЕТ

61% Ваших студентов снова бы выбрали Ваш вуз

2% Ваших студентов выбрали бы другой вуз в Вашей стране

Удовлетворенность Вашим вузом:

8,4
(0,2)

Средний показатель сравнительной группы:
7,0(1,4)

Этот отчет поможет Вам...



ПОНЯТЬ

... карьерные предпочтения и ожидания Ваших студентов

1. Узнайте карьерные предпочтения Ваших студентов.
2. Узнайте причины, почему некоторые студенты не пользуются Вашими карьерными услугами.
3. Узнайте удовлетворены ли Ваши студенты предлагаемыми карьерными услугами, и если нет, почему.



ОПРЕДЕЛИТЬ

... готовы ли Ваши студенты к профессиональной жизни

1. Сравните навыки Ваших студентов с навыками их сверстников.
2. Оцените их практический опыт как в вузе, так и за его пределами.
3. Узнайте реальную оценку карьерных ожиданий Ваших студентов - будут ли их ожидания соответствовать рынку труда?



ПРИВЛЕЧЬ

...подходящих работодателей для сотрудничества с Вами

1. Узнайте, какие работодатели являются привлекательными для Ваших студентов, а какие нет.
2. Осведомите работодателей, что именно интересует Ваших студентов в работодателях.
3. Сравните предпочтения работодателей Ваших студентов с предпочтениями других студентов.



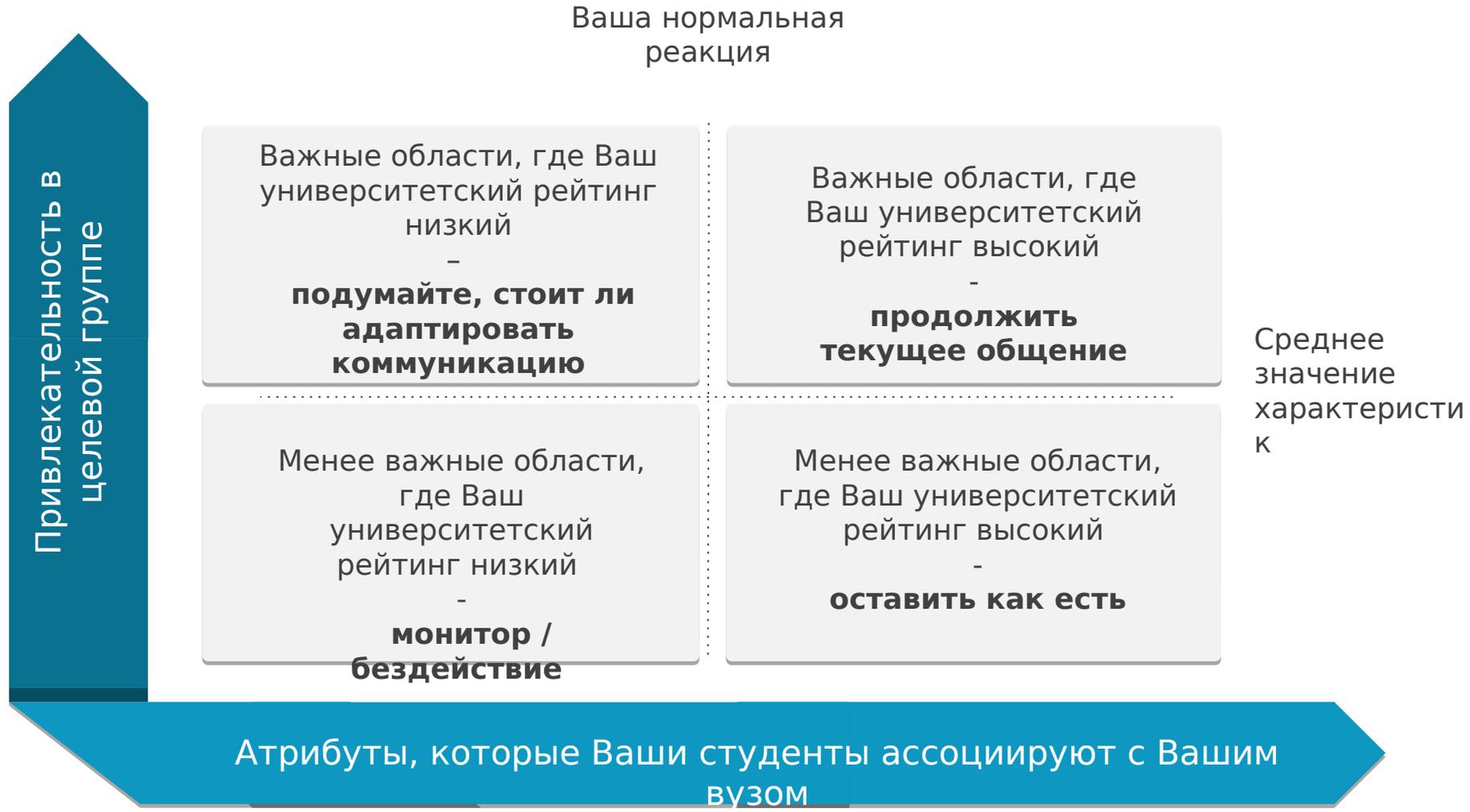
УПРАВЛЯТЬ

... восприятием Вашего бренда и его привлекательностью

1. Узнайте, как Ваши студенты оценивают свой вуз - от удовлетворения до имиджа университета.
2. Адаптируйте свое предложение, изучая то, что Ваши студенты считают важным, но не ассоциируют со своим вузом.
3. Узнайте, какие карьерные темы интересуют Ваших студентов больше всего.

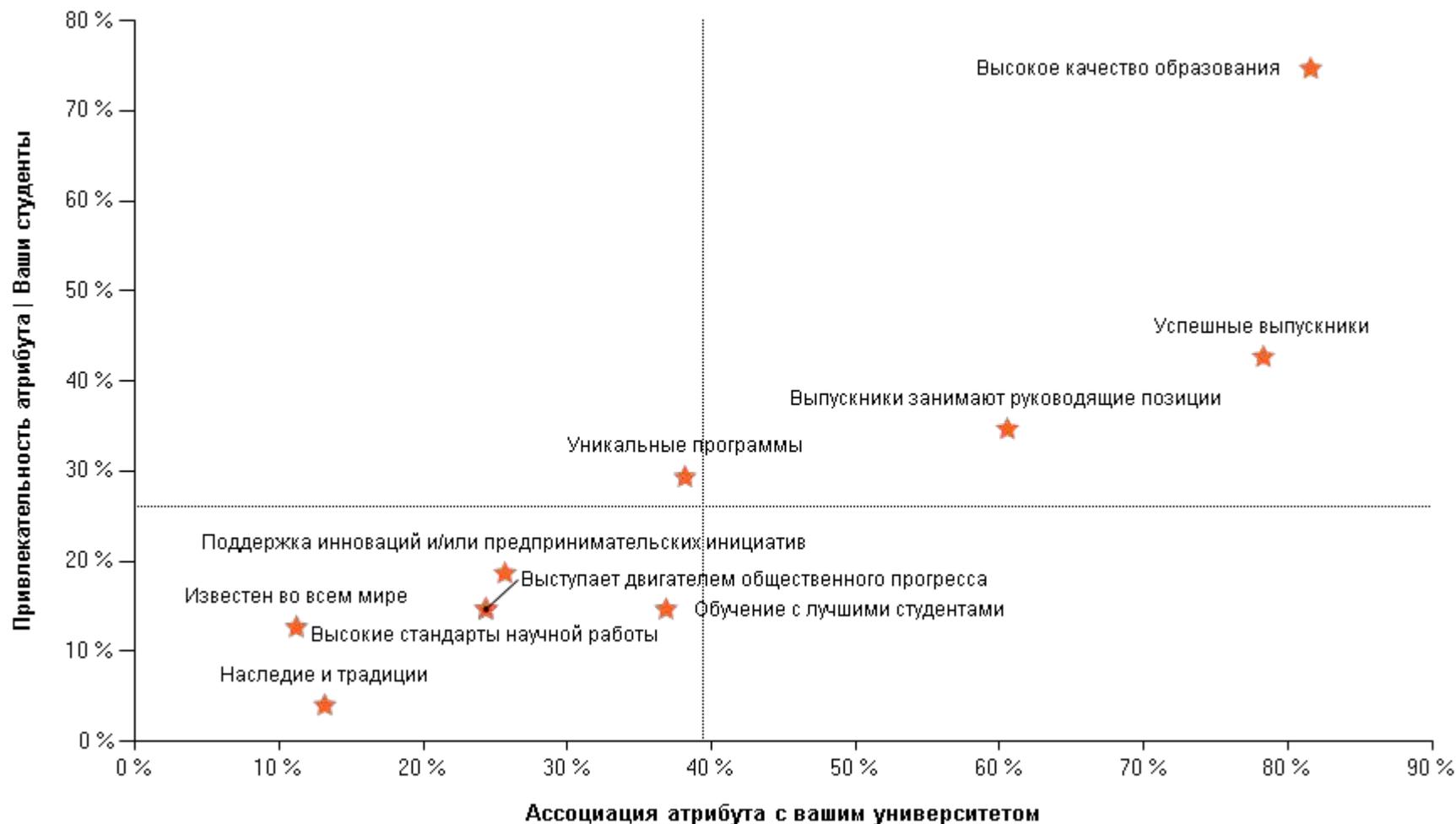
ПРИЛОЖЕНИЕ

Вы поддерживаете то, что важно для Вашего таланта?



Репутация и имидж

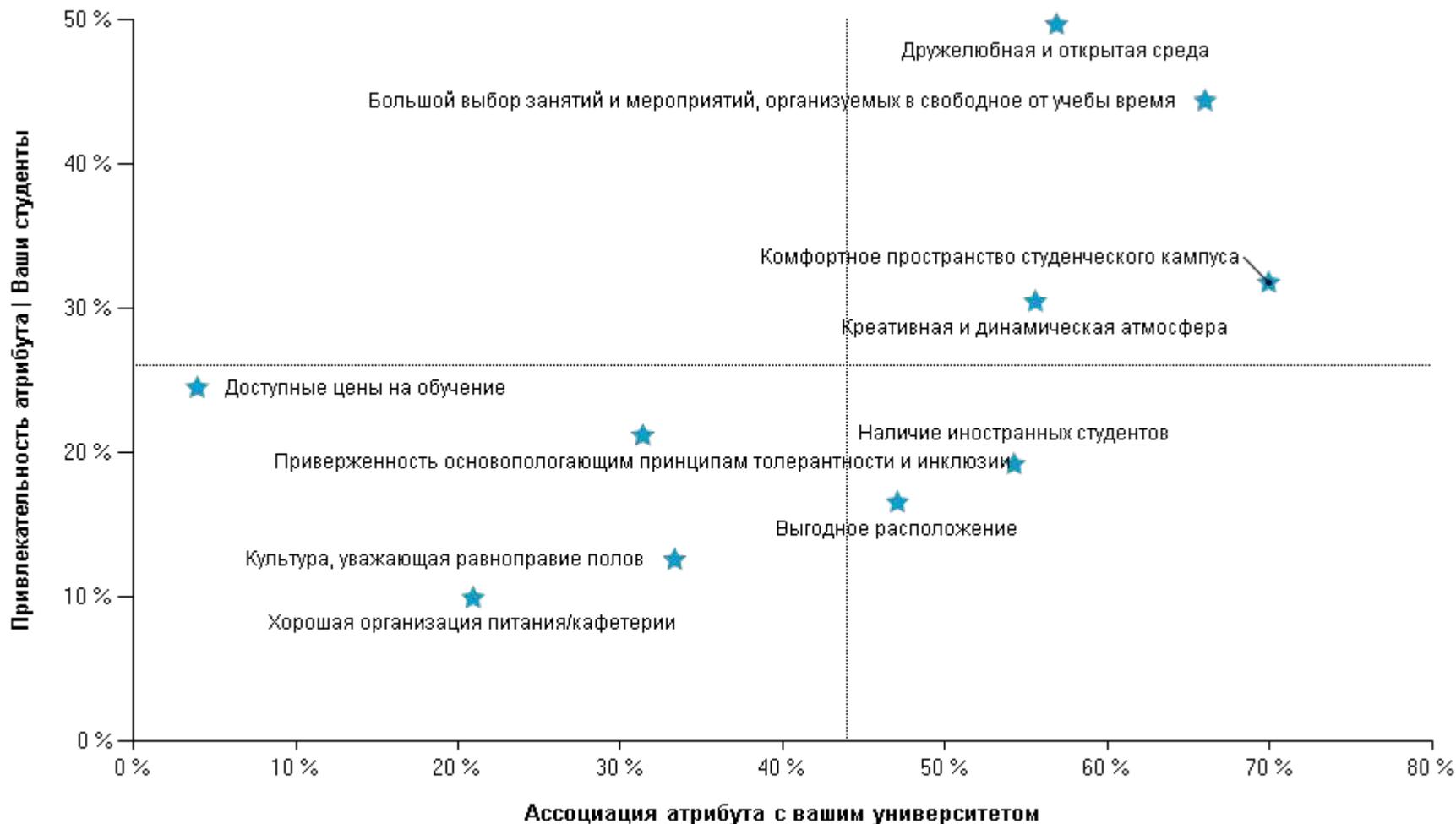
Привлекательность vs Ассоциации атрибутов с Вашим университетом



- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.
- Что из этого для Вас наиболее важно? (Выберите не более трёх вариантов ответа).

Культурная и студенческая жизнь

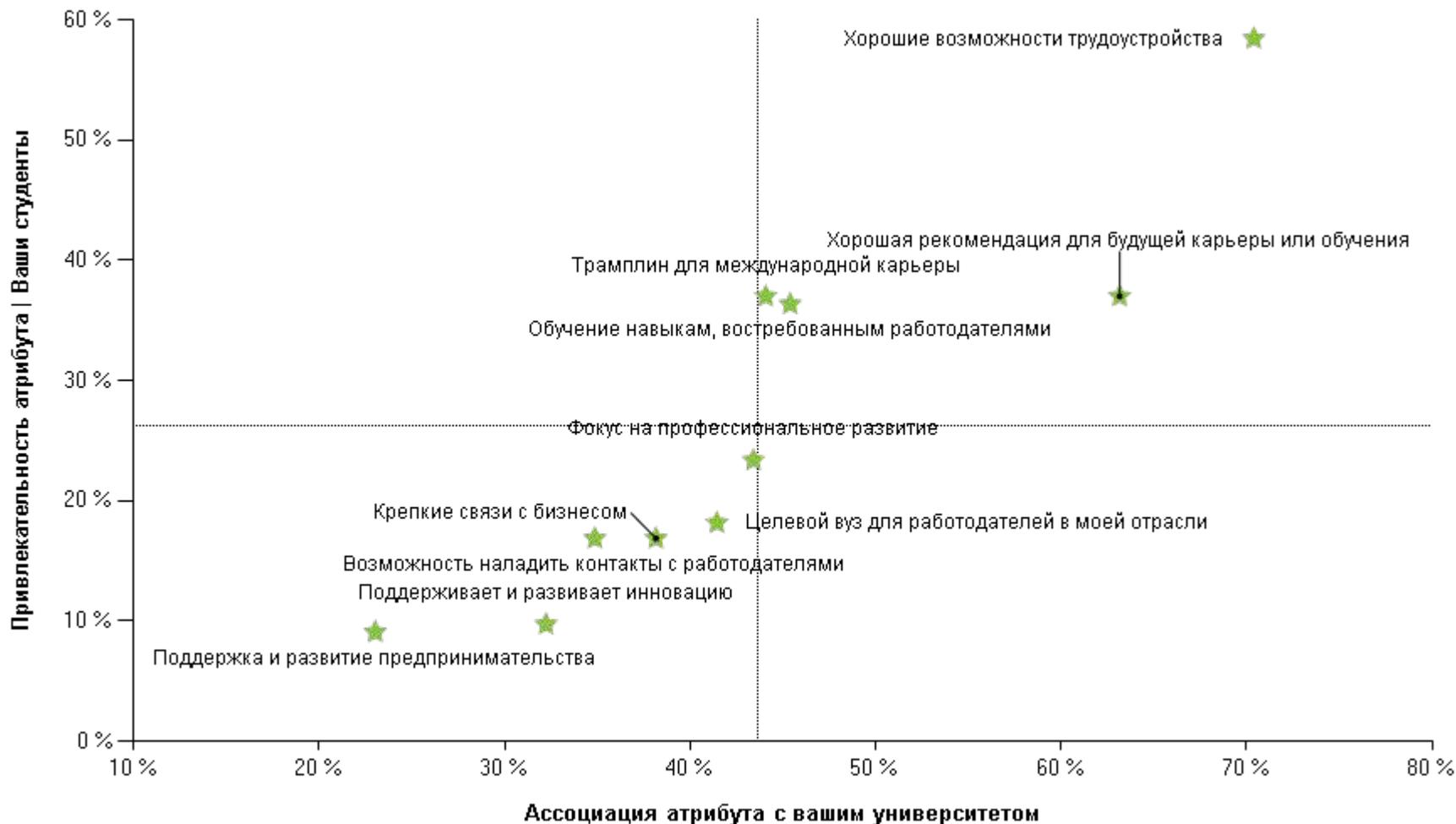
Привлекательность vs Ассоциации атрибутов с Вашим университетом



- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.
- Что из этого для Вас важнее всего? (Не более 3-х вариантов)

Потенциал трудоустройства и перспективы на будущее

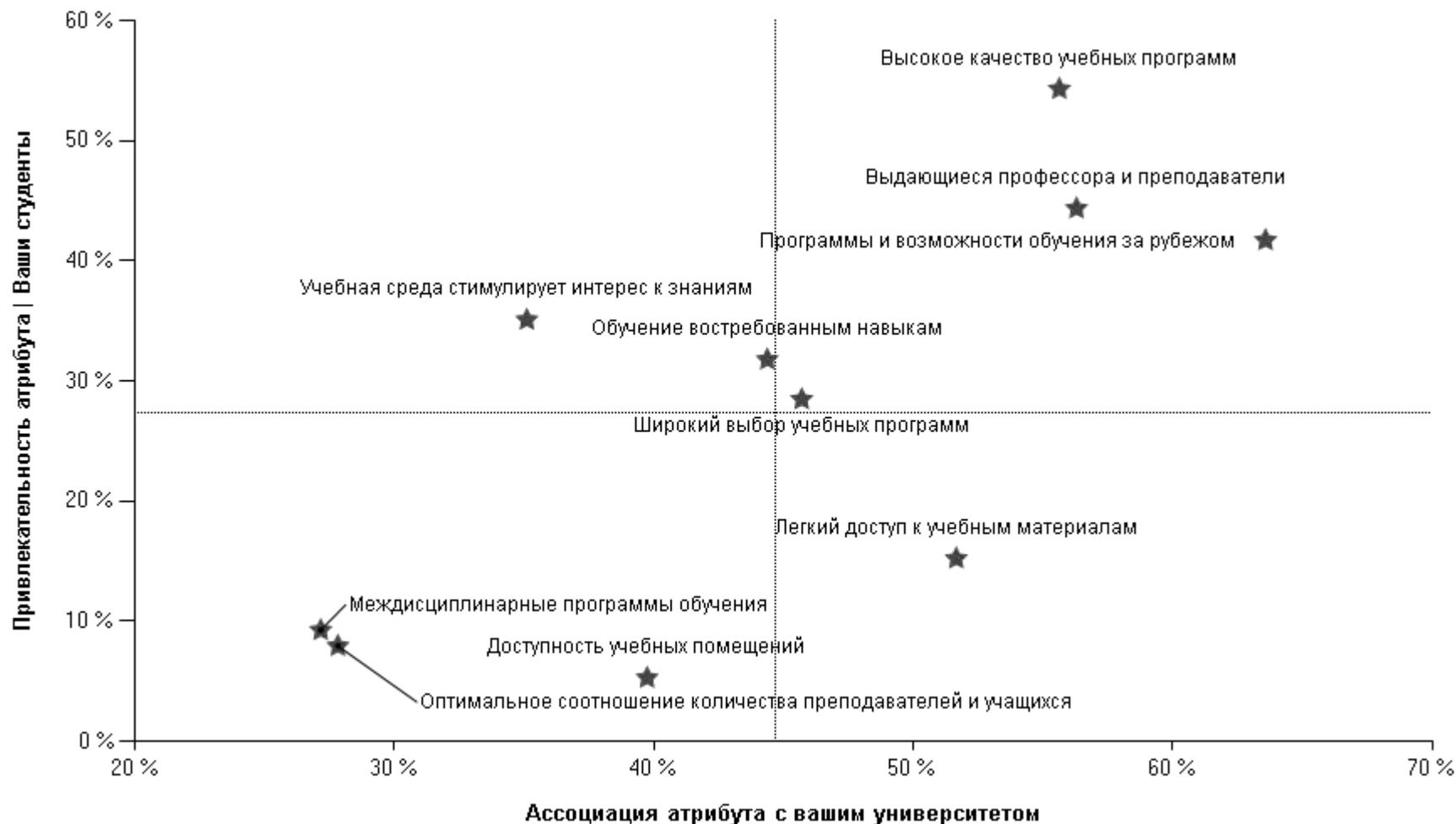
Привлекательность vs Ассоциации атрибутов с Вашим университетом



- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.
- Что из этого для Вас важнее всего? (Не более 3-х вариантов)

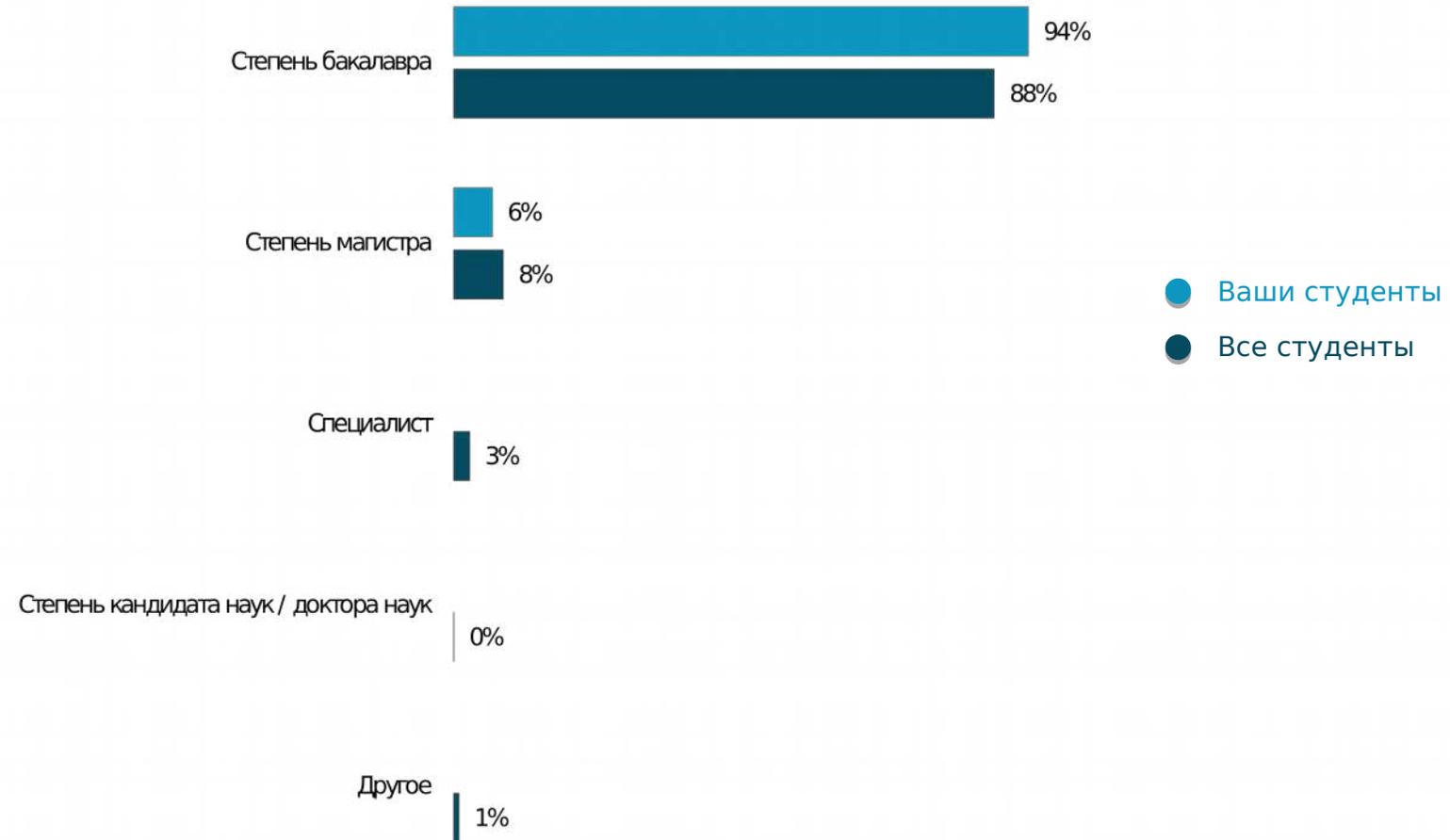
Образовательные услуги

Привлекательность vs Ассоциации атрибутов с Вашим университетом



- Какие из нижеперечисленных характеристик Вы ассоциируете со своим вузом? Выбор вариантов не ограничен.
- Что из этого для Вас важнее всего? (Не более 3-х вариантов)

Ученые степени



• Какую степень Вы получите, когда закончите обучение?

Направления обучения

Ваши студенты : Бизнес/Экономика/Торговля (1/1)

| Направление обучения | Ваши студенты | Направление обучения | Ваши студенты |
|--|---------------|----------------------------------|---------------|
| Финансы | 35% | Государственное управление | 1% |
| Бухгалтерское дело / аудит / налогообложение | 33% | Деловое администрирование | 1% |
| Маркетинг | 20% | Туризм | 1% |
| Менеджмент | 15% | Логистика | 1% |
| Экономика | 9% | Продажи | 1% |
| Международный бизнес | 6% | Эконометрика | 1% |
| Управление персоналом | 6% | Антикризисное управление | 0% |
| Коммуникации / Реклама / Связи с общественностью | 2% | Ресторанный и гостиничный бизнес | 0% |
| Мировая экономика | 2% | Управление инновациями | 0% |
| Информационный менеджмент | 2% | Управление качеством | 0% |
| Предпринимательская деятельность | 2% | Другое направление | 0% |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Ваши студенты : Гуманитарные науки (1/1)

| Направление обучения | Ваши студенты | Направление обучения | Ваши студенты |
|--|---------------|------------------------------|---------------|
| Международные отношения | 68% | Искусство | 5% |
| Журналистика | 30% | Лингвистика/иностраные языки | 5% |
| Коммуникации / Реклама / Связи с общественностью | 23% | Психология | 5% |
| Политология | 18% | Социальная работа | 5% |
| Социология | 16% | Педагогика/образование | 2% |
| История/философия | 7% | Другие гуманитарные науки | 7% |
| Дизайн | 5% | | |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Ваши студенты : Право (1/1)

| Направление обучения | Ваши студенты | Направление обучения | Ваши студенты |
|---------------------------------------|---------------|----------------------------------|---------------|
| Международное право | 66% | Финансовое право | 16% |
| Юриспруденция | 42% | Коммерческое право | 13% |
| Гражданское право | 39% | Международное коммерческое право | 8% |
| Налоговое право | 18% | Энергетическое право | 5% |
| Уголовное право | 18% | Медийное право | 3% |
| Государственное/конституционное право | 16% | Другие отрасли права | 5% |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Все студенты : Бизнес/Экономика/Торговля (1/1)

| Направление обучения | Все студенты | Направление обучения | Все студенты |
|--|--------------|----------------------------|--------------|
| Финансы | 19% | Управление персоналом | 4% |
| Менеджмент | 15% | Продажи | 3% |
| Бухгалтерское дело / аудит / налогообложение | 15% | Деловое администрирование | 2% |
| Экономика | 13% | Управление качеством | 2% |
| Маркетинг | 11% | Эконометрика | 2% |
| Туризм | 9% | Управление инновациями | 2% |
| Мировая экономика | 7% | Информационный менеджмент | 1% |
| Ресторанный и гостиничный бизнес | 7% | Таможенное дело | 1% |
| Логистика | 7% | экономическая безопасность | 1% |
| Предпринимательская деятельность | 6% | электронная торговля | 1% |
| Государственное управление | 6% | Антикризисное управление | 0% |
| Международный бизнес | 5% | Другое направление | 8% |
| Коммуникации / Реклама / Связи с общественностью | 5% | | |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Все студенты : Инженерное дело (1/1)

| Направление обучения | Все студенты | Направление обучения | Все студенты |
|---|--------------|---|--------------|
| Строительство | 16% | Технология производственных процессов | 3% |
| Электроэнергетика | 12% | Авиационная/аэрокосмическая промышленность | 3% |
| Архитектура | 12% | Химическая промышленность | 3% |
| Машиностроение | 10% | Материаловедение | 2% |
| Нефтегазовая промышленность | 8% | Электрическая/электротехническая промышленность | 2% |
| Геодезия | 6% | Промышленное проектирование | 2% |
| Автоматизационные системы | 6% | Безопасность жизнедеятельности | 2% |
| Горнодобывающая промышленность | 5% | Инженерная защита окружающей среды | 2% |
| Телекоммуникации | 5% | Биологическая промышленность/биотехнологии | 1% |
| Теплоэнергетика | 5% | Наноинженерия / наноэлектроника | 1% |
| Металлургия | 5% | Ядерная промышленность | 1% |
| Пищевая промышленность / пищевое производство | 3% | Другая отрасль | 9% |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Все студенты : Информационные технологии (1/1)

| Направление обучения | Все студенты | Направление обучения | Все студенты |
|---|--------------|---------------------------------------|--------------|
| Информационные системы | 39% | Искусственный интеллект | 3% |
| Вычислительная техника | 28% | Бизнес информатика | 3% |
| Разработка программного обеспечения | 14% | Анализ и проектирование бизнес-систем | 2% |
| Информационная/компьютерная безопасность | 11% | наука о данных/даталогия | 2% |
| Автоматизация и управление | 11% | Деловые компьютерные системы | 2% |
| Математическое и компьютерное моделирование | 7% | Прикладная информатика | 1% |
| Информационный менеджмент | 3% | Другая сфера IT | 7% |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Все студенты : Естественные науки (1/1)

| Направление обучения | Все студенты | Направление обучения | Все студенты |
|----------------------|--------------|---------------------------|--------------|
| Математические науки | 27% | География | 8% |
| Биология | 24% | Гидрология | 2% |
| Физика | 18% | Науки о человеке | 2% |
| Химия | 16% | Геология | 2% |
| Биотехнология | 15% | Метеорология | 2% |
| Экология | 13% | Другие естественные науки | 6% |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Все студенты : Гуманитарные науки (1/1)

| Направление обучения | Все студенты | Направление обучения | Все студенты |
|------------------------------|--------------|--|--------------|
| Лингвистика/иностраные языки | 24% | Дизайн | 5% |
| Педагогика/образование | 22% | Политология | 4% |
| Международные отношения | 17% | Социология | 3% |
| Филология | 12% | Коммуникации / Реклама / Связи с общественностью | 3% |
| Журналистика | 9% | Социальная работа | 2% |
| Психология | 9% | Теология | 0% |
| Искусство | 5% | Другие гуманитарные науки | 9% |
| История/философия | 5% | | |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

Все студенты : Право (1/1)

| Направление обучения | Все студенты | Направление обучения | Все студенты |
|---------------------------------------|--------------|----------------------------------|--------------|
| Юриспруденция | 62% | Налоговое право | 6% |
| Гражданское право | 27% | Международное коммерческое право | 4% |
| Международное право | 26% | Медийное право | 2% |
| Уголовное право | 23% | Энергетическое право | 1% |
| Государственное/конституционное право | 13% | Оценка собственности | 1% |
| Коммерческое право | 7% | Другие отрасли права | 3% |
| Финансовое право | 6% | | |



• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Направления обучения

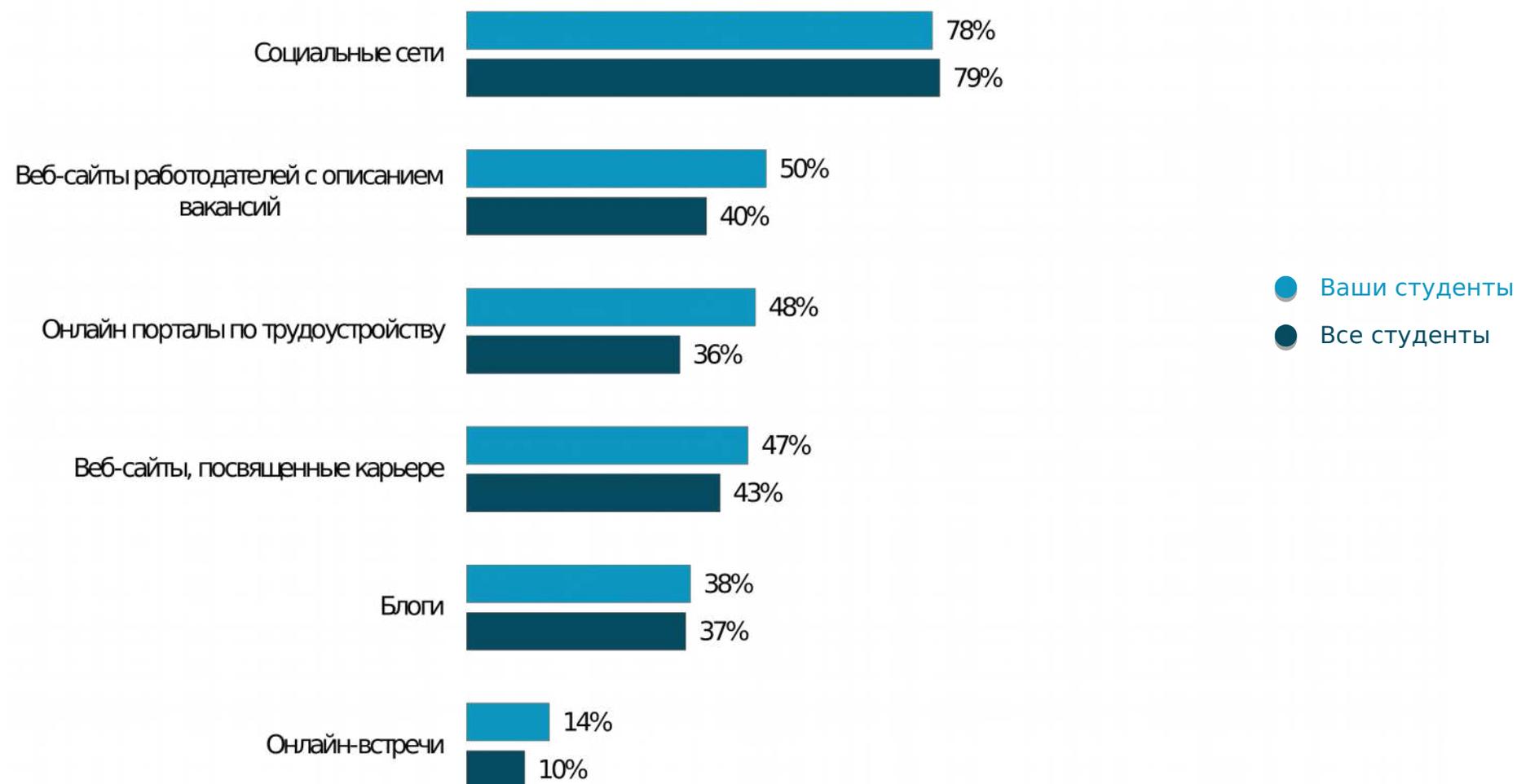
Все студенты : Медицина/Фармацевтика (1/1)

| Направление обучения | Все студенты | Направление обучения | Все студенты |
|----------------------|--------------|-------------------------|--------------|
| Лечебное дело | 45% | Ветеринария | 7% |
| Хирургия | 16% | Косметология | 6% |
| Фармацевтика | 13% | Сестринское дело | 1% |
| Стоматология | 11% | Физиотерапия | 1% |
| Здравоохранение | 10% | Прочие отрасли медицины | 9% |



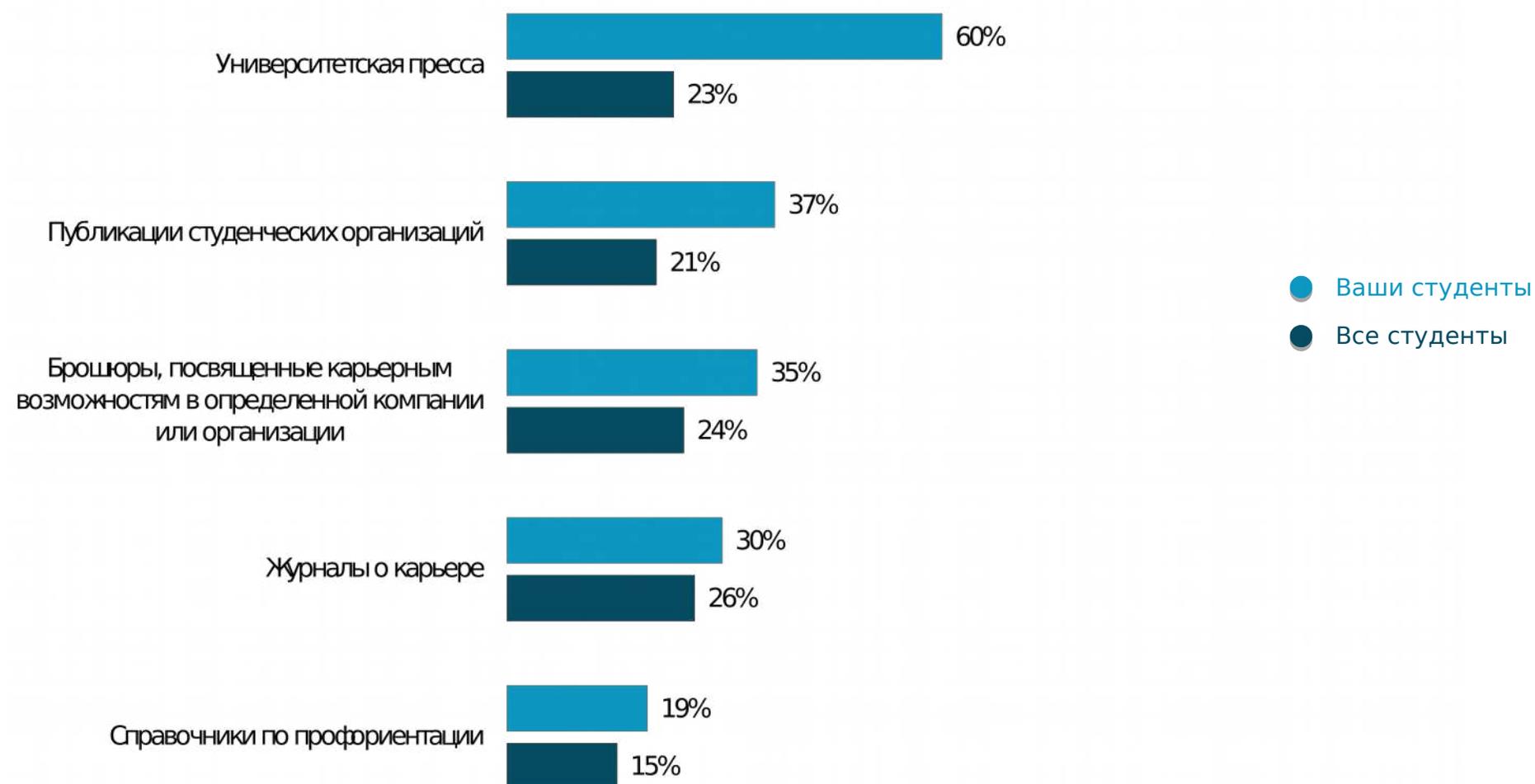
• Пожалуйста, выберите Вашу специализацию

Цифровые каналы связи для работодателей



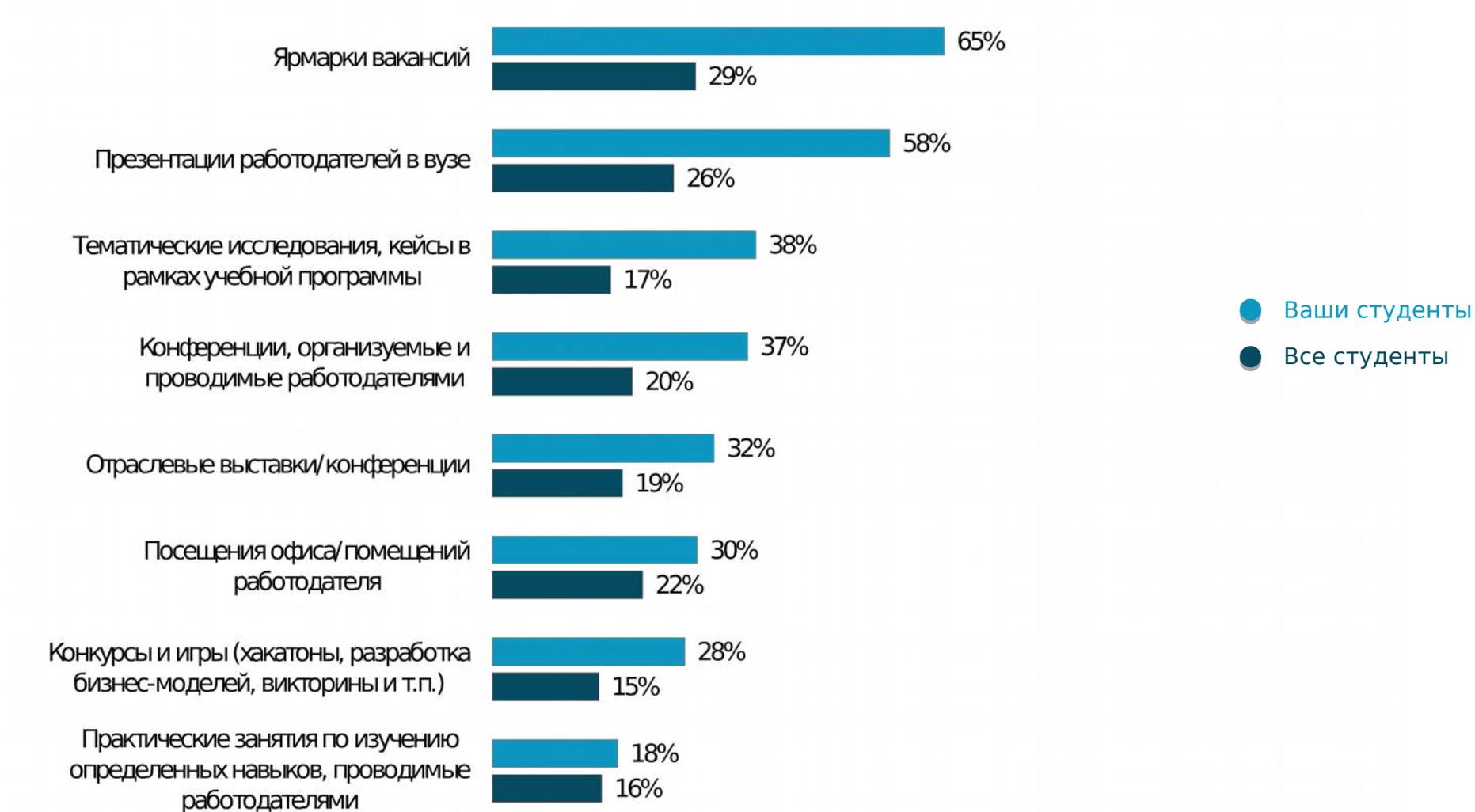
• Из каких источников Вы, как правило, получаете информацию о потенциальных работодателях?

Печатные каналы связи для работодателей



• Из каких источников Вы, как правило, получаете информацию о потенциальных работодателях?

Персональные каналы связи для работодателей



• Из каких источников Вы, как правило, получаете информацию о потенциальных работодателях?

Рейтинг работодателей, принятых во внимание | Топ 30

Все студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------------|--------------|--------------|---------|-----------------------------------|--------------|--------------|---------|
| Air Astana | 1 | 44,25% | → 0 | KPMG | 16 | 15,60% | ↓ -7 |
| Mercedes-Benz | 2 | 33,38% | → 0 | KazTransOil | 17 | 14,46% | ↓ -4 |
| BI Group | 3 | 30,31% | Новый - | ChocoFamily | 18 | 14,05% | ↑ 3 |
| KazMunaiGas Group | 4 | 27,64% | ↓ -1 | British American Tobacco | 19 | 13,71% | ↑ 11 |
| Microsoft | 5 | 26,44% | → 0 | L'Oréal Group | 20 | 13,45% | → 0 |
| Samsung | 6 | 24,81% | ↓ -2 | EY (Ernst & Young) | 21 | 13,08% | ↓ -2 |
| Samruk | 7 | 22,00% | ↓ -1 | Volkswagen | 22 | 12,92% | ↑ 6 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 8 | 19,92% | ↓ -1 | Deloitte | 23 | 12,80% | ↑ 3 |
| Kaspi Bank | 9 | 17,66% | ↓ -1 | Kazakhmys | 24 | 12,67% | ↓ -12 |
| Nestlé | 10 | 17,47% | → 0 | JTI (Japan Tobacco International) | 25 | 12,57% | ↑ 7 |
| Philip Morris International | 11 | 16,61% | → 0 | Procter & Gamble (P&G) | 26 | 11,47% | ↓ -12 |
| adidas | 12 | 15,81% | ↑ 4 | PwC | 27 | 11,38% | ↓ -9 |
| Tengizchevroil | 13 | 15,80% | ↑ 2 | Mars | 28 | 11,01% | ↓ -5 |
| Boston Consulting Group (BCG) | 14 | 15,68% | ↑ 3 | Chevron | 29 | 10,77% | ↓ -2 |
| Coca-Cola | 15 | 15,66% | ↑ 62 | Huawei | 30 | 10,61% | Новый - |



• Ниже приведён список потенциальных работодателей. Укажите, у каких работодателей Вы бы хотели работать.

Рейтинг работодателей, принятых во внимание | Топ 30

Все студенты | Инженерное дело

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------|--------------|--------------|---------|--|--------------|--------------|---------|
| BI Group | 1 | 39,51% | Новый - | Karachaganak Petroleum Operating (KPO) | 16 | 11,80% | ↓ -4 |
| KazMunaiGas Group | 2 | 35,96% | ↓ -1 | KazTransCom | 17 | 11,68% | ↑ 4 |
| Mercedes-Benz | 3 | 27,21% | ↑ 1 | Kazatomprom | 18 | 11,59% | → 0 |
| Tengizchevroil | 4 | 26,73% | ↓ -2 | Petrol Kazakhstan | 19 | 11,11% | ↓ -4 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 5 | 25,57% | ↓ -2 | Lukoil | 20 | 10,36% | ↑ 2 |
| Air Astana | 6 | 25,24% | ↓ -1 | Kazakhtelecom | 21 | 10,17% | ↓ -2 |
| KazTransOil | 7 | 22,00% | ↓ -1 | KazRosGas | 22 | 10,04% | ↓ -9 |
| Microsoft | 8 | 20,61% | ↑ 2 | Schlumberger | 23 | 9,55% | ↓ -3 |
| Kazakhmys | 9 | 19,61% | ↓ -1 | Huawei | 24 | 9,55% | Новый - |
| Samruk | 10 | 16,15% | ↓ -1 | Kaspi Bank | 25 | 9,36% | ↓ -1 |
| Chevron | 11 | 15,55% | ↓ -4 | Shell | 26 | 8,67% | ↓ -3 |
| Samsung | 12 | 15,19% | ↑ 2 | Schneider Electric | 27 | 8,14% | ↑ 2 |
| Volkswagen | 13 | 14,80% | ↑ 4 | IBM | 28 | 8,10% | ↑ 5 |
| Rosneft Oil Company | 14 | 13,18% | ↓ -3 | GE - General Electric | 29 | 7,68% | ↓ -1 |
| Kazakhstan Temir Zholy | 15 | 12,20% | ↑ 1 | Boston Consulting Group (BCG) | 30 | 7,56% | ↑ 8 |



• Ниже приведён список потенциальных работодателей. Укажите, у каких работодателей Вы бы хотели работать.

Рейтинг работодателей, принятых во внимание | Топ 30

Все студенты | Информационные технологии

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------|--------------|--------------|---------|-----------------------------|--------------|--------------|-------|
| Microsoft | 1 | 53,97% | → 0 | Volkswagen | 16 | 15,95% | → 0 |
| Samsung | 2 | 43,53% | → 0 | Tele2 | 17 | 15,12% | → 0 |
| Air Astana | 3 | 40,93% | → 0 | Sberbank | 18 | 14,98% | ↑ 1 |
| Kaspi Bank | 4 | 33,94% | ↑ 2 | Tengizchevroil | 19 | 14,96% | ↓ -7 |
| Mercedes-Benz | 5 | 31,82% | → 0 | Kaspersky Lab | 20 | 14,72% | ↓ -7 |
| BI Group | 6 | 30,29% | Новый - | KazTransOil | 21 | 14,64% | ↓ -6 |
| KazMunaiGas Group | 7 | 28,98% | ↓ -3 | adidas | 22 | 13,70% | ↓ -2 |
| Huawei | 8 | 26,88% | Новый - | Forte Bank | 23 | 13,47% | ↑ 5 |
| IBM | 9 | 22,19% | ↓ -2 | Kazakhmys | 24 | 12,78% | ↓ -1 |
| Kazakhtelecom | 10 | 20,03% | ↓ -2 | KazTransCom | 25 | 11,09% | ↓ -1 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 11 | 19,92% | ↓ -2 | Philips | 26 | 10,93% | ↑ 6 |
| Samruk | 12 | 19,24% | ↓ -1 | Philip Morris International | 27 | 10,74% | ↓ -1 |
| ChocoFamily | 13 | 19,17% | ↓ -3 | Home Credit | 28 | 10,69% | ↑ 5 |
| Halyk Bank | 14 | 17,19% | ↑ 4 | Hewlett Packard Enterprise | 29 | 10,49% | ↓ -2 |
| Beeline | 15 | 16,36% | ↓ -1 | ATF Bank | 30 | 10,45% | ↑ 11 |



• Ниже приведён список потенциальных работодателей. Укажите, у каких работодателей Вы бы хотели работать.

Рейтинг идеального работодателя | Топ 30

Все студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------------|--------------|--------------|---------|-----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Air Astana | 1 | 30,19% | → 0 | Nestlé | 16 | 6,14% | → 0 |
| Mercedes-Benz | 2 | 19,02% | → 0 | Deloitte | 17 | 6,05% | ↑ 4 |
| BI Group | 3 | 17,02% | Новый - | Coca-Cola | 18 | 5,97% | ↑ 43 |
| KazMunaiGas Group | 4 | 14,83% | ↓ -1 | PwC | 19 | 5,68% | ↓ -6 |
| Microsoft | 5 | 13,90% | ↑ 1 | Philip Morris International | 20 | 5,60% | ↓ -6 |
| Samruk | 6 | 11,54% | ↓ -1 | L'Oréal Group | 21 | 5,60% | ↑ 4 |
| Samsung | 7 | 11,46% | ↓ -3 | adidas | 22 | 5,23% | → 0 |
| Kaspi Bank | 8 | 9,23% | ↑ 1 | JTI (Japan Tobacco International) | 23 | 5,21% | ↑ 3 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 9 | 8,33% | ↓ -2 | McKinsey & Company | 24 | 4,87% | ↓ -5 |
| KPMG | 10 | 7,95% | ↓ -2 | Mars | 25 | 4,74% | ↓ -5 |
| Tengizchevroil | 11 | 7,76% | ↑ 1 | Procter & Gamble (P&G) | 26 | 4,31% | ↓ -8 |
| Boston Consulting Group (BCG) | 12 | 7,11% | ↑ 3 | British American Tobacco | 27 | 4,24% | ↑ 5 |
| Kazakhmys | 13 | 6,80% | ↓ -2 | KazTransOil | 28 | 4,19% | ↓ -1 |
| ChocoFamily | 14 | 6,39% | ↑ 10 | Volkswagen | 29 | 4,06% | → 0 |
| EY (Ernst & Young) | 15 | 6,32% | ↓ -5 | Chevron | 30 | 3,82% | ↓ -2 |



• А теперь выберите 5 идеальных работодателей, на которых Вам больше всего хочется работать.

Рейтинг идеального работодателя | Топ 30

Все студенты | Инженерное дело

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------|--------------|--------------|---------|--|--------------|--------------|---------|
| BI Group | 1 | 31,49% | Новый - | Karachaganak Petroleum Operating (KPO) | 16 | 5,14% | ↓ -6 |
| KazMunaiGas Group | 2 | 18,19% | ↓ -1 | Kazakhstan Temir Zholy | 17 | 4,63% | ↓ -6 |
| Mercedes-Benz | 3 | 17,72% | ↑ 1 | Kazatomprom | 18 | 4,21% | ↓ -2 |
| Tengizchevroil | 4 | 16,63% | ↓ -2 | Kaspi Bank | 19 | 3,91% | ↑ 1 |
| Air Astana | 5 | 14,47% | ↓ -2 | Schneider Electric | 20 | 3,40% | ↑ 1 |
| Microsoft | 6 | 12,46% | ↑ 3 | GE - General Electric | 21 | 3,35% | ↑ 2 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 7 | 10,37% | ↓ -2 | Rosneft Oil Company | 22 | 3,04% | ↓ -3 |
| Chevron | 8 | 7,83% | ↓ -2 | NCOC | 23 | 2,96% | ↓ -1 |
| Samsung | 9 | 7,80% | ↑ 5 | Huawei | 24 | 2,96% | Новый - |
| Kazakhmys | 10 | 7,15% | ↓ -2 | Kazakhtelecom | 25 | 2,93% | ↓ -10 |
| Schlumberger | 11 | 6,99% | ↑ 1 | IBM | 26 | 2,75% | ↓ -1 |
| Volkswagen | 12 | 6,61% | ↑ 5 | Boston Consulting Group (BCG) | 27 | 2,58% | ↑ 13 |
| Samruk | 13 | 6,17% | ↓ -6 | Bosch | 28 | 2,57% | ↑ 11 |
| Shell | 14 | 5,23% | ↑ 4 | Lukoil | 29 | 2,53% | ↑ 3 |
| KazTransOil | 15 | 5,19% | ↓ -2 | Siemens | 30 | 2,50% | ↑ 5 |



• А теперь выберите 5 идеальных работодателей, на которых Вам больше всего хочется работать.

Рейтинг идеального работодателя | Топ 30

Все студенты | Информационные технологии

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------|--------------|--------------|---------|-----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Microsoft | 1 | 41,21% | → 0 | Halyk Bank | 16 | 5,76% | ↓ -2 |
| Samsung | 2 | 25,07% | → 0 | Beeline | 17 | 5,37% | ↓ -2 |
| Air Astana | 3 | 20,24% | → 0 | Volkswagen | 18 | 4,82% | ↑ 5 |
| Kaspi Bank | 4 | 18,19% | ↑ 1 | Kazakhmys | 19 | 4,69% | ↑ 6 |
| Mercedes-Benz | 5 | 16,61% | ↑ 1 | KazTransOil | 20 | 3,82% | ↑ 4 |
| KazMunaiGas Group | 6 | 15,63% | ↓ -2 | Hewlett Packard Enterprise | 21 | 3,70% | ↓ -3 |
| BI Group | 7 | 14,86% | Новый - | Sberbank | 22 | 3,61% | ↓ -6 |
| Huawei | 8 | 13,00% | Новый - | Kazakhstan Temir Zholy | 23 | 3,21% | ↓ -2 |
| IBM | 9 | 12,94% | ↓ -2 | Tele2 | 24 | 3,19% | ↓ -4 |
| ChocoFamily | 10 | 12,14% | ↓ -2 | JTI (Japan Tobacco International) | 25 | 3,12% | ↓ -6 |
| Samruk | 11 | 10,55% | → 0 | Home Credit | 26 | 2,79% | ↑ 23 |
| Tengizchevroil | 12 | 7,44% | ↓ -3 | Chevron | 27 | 2,73% | ↓ -10 |
| Kazakhtelecom | 13 | 7,02% | ↓ -3 | KPMG | 28 | 2,65% | ↓ -1 |
| Kaspersky Lab | 14 | 6,97% | ↓ -2 | Boston Consulting Group (BCG) | 29 | 2,50% | → 0 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 15 | 6,51% | ↓ -2 | adidas | 30 | 2,47% | ↓ -8 |



• А теперь выберите 5 идеальных работодателей, на которых Вам больше всего хочется работать.

Рейтинг потенциальных претендентов | Топ 30

Все студенты | Бизнес/Экономика/Торговля

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------------------|--------------|--------------|---------|-----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Air Astana | 1 | 10,09% | → 0 | McKinsey & Company | 16 | 2,16% | ↑ 1 |
| BI Group | 2 | 5,81% | Новый - | Kazakhmys | 17 | 2,07% | ↓ -6 |
| KazMunaiGas Group | 3 | 4,09% | ↓ -1 | JTI (Japan Tobacco International) | 18 | 2,02% | ↑ 1 |
| Mercedes-Benz | 4 | 4,00% | ↓ -1 | Kaspi Bank | 19 | 1,87% | ↓ -4 |
| KPMG | 5 | 3,78% | ↓ -1 | Gazprom Neft Kazakhstan | 20 | 1,76% | ↓ -6 |
| Microsoft | 6 | 3,53% | ↑ 3 | ChocoFamily | 21 | 1,53% | ↑ 2 |
| Samruk | 7 | 3,41% | ↓ -2 | Coca-Cola | 22 | 1,44% | ↑ 31 |
| Deloitte | 8 | 3,14% | ↑ 2 | British American Tobacco | 23 | 1,42% | ↑ 11 |
| Tengizchevroil | 9 | 3,06% | ↑ 7 | Nestlé | 24 | 1,41% | ↓ -4 |
| PwC | 10 | 2,95% | ↓ -3 | L'Oréal Group | 25 | 1,41% | ↑ 5 |
| EY (Ernst & Young) | 11 | 2,95% | ↓ -5 | Chevron | 26 | 1,40% | ↓ -2 |
| Samsung | 12 | 2,74% | ↓ -4 | Procter & Gamble (P&G) | 27 | 1,31% | ↓ -6 |
| Mars | 13 | 2,42% | → 0 | Volkswagen | 28 | 1,10% | ↑ 20 |
| Boston Consulting Group (BCG) | 14 | 2,29% | ↓ -2 | KazTransOil | 29 | 1,08% | ↓ -1 |
| Philip Morris International | 15 | 2,18% | ↑ 3 | Halyk Bank | 30 | 1,07% | ↓ -5 |



• Подавали ли Вы или планируете подать заявку на работу в эти компании? – Да, уже подал/подала / Да, обязательно подам.

Рейтинг потенциальных претендентов | Топ 30

Все студенты | Инженерное дело

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|--|--------------|--------------|---------|-----------------------------------|--------------|--------------|---------|
| BI Group | 1 | 15,24% | Новый - | Kazakhstan Temir Zholy | 16 | 1,75% | ↓ -3 |
| Tengizchevroil | 2 | 10,61% | ↓ -1 | Kazakhtelecom | 17 | 1,63% | ↓ -6 |
| KazMunaiGas Group | 3 | 8,47% | ↓ -1 | NCOC | 18 | 1,59% | ↓ -2 |
| Air Astana | 4 | 5,73% | ↓ -1 | Kazatomprom | 19 | 1,45% | ↓ -7 |
| Mercedes-Benz | 5 | 4,72% | ↑ 5 | KazTransOil | 20 | 1,39% | ↓ -6 |
| Schlumberger | 6 | 4,59% | ↑ 3 | Schneider Electric | 21 | 1,29% | ↑ 2 |
| Chevron | 7 | 3,67% | ↓ -3 | GE - General Electric | 22 | 1,19% | ↑ 3 |
| Karachaganak Petroleum Operating (KPO) | 8 | 2,74% | → 0 | Kaspi Bank | 23 | 1,17% | ↑ 1 |
| Volkswagen | 9 | 2,22% | ↑ 9 | Rosneft Oil Company | 24 | 1,11% | ↓ -4 |
| Gazprom Neft Kazakhstan | 10 | 2,14% | ↓ -3 | JTI (Japan Tobacco International) | 25 | 1,09% | ↑ 18 |
| Samsung | 11 | 1,94% | ↑ 8 | Bosch | 26 | 0,96% | ↑ 19 |
| Microsoft | 12 | 1,92% | ↑ 3 | Lukoil | 27 | 0,91% | → 0 |
| Kazakhmys | 13 | 1,89% | ↓ -8 | KPMG | 28 | 0,84% | → 0 |
| Samruk | 14 | 1,85% | ↓ -8 | Petrol Kazakhstan | 29 | 0,82% | ↑ 1 |
| Shell | 15 | 1,82% | ↑ 2 | Huawei | 30 | 0,79% | Новый - |



• Подавали ли Вы или планируете подать заявку на работу в эти компании? – Да, уже подал/подала / Да, обязательно подам.

Рейтинг потенциальных претендентов | Топ 30

Все студенты | Информационные технологии

| Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд | Работодатель | Рейтинг 2020 | Процент 2020 | Тренд |
|-------------------|--------------|--------------|---------|-------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Microsoft | 1 | 13,99% | → 0 | Halyk Bank | 16 | 1,67% | → 0 |
| Samsung | 2 | 7,67% | ↑ 1 | Chevron | 17 | 1,51% | ↑ 1 |
| Kaspi Bank | 3 | 6,49% | ↑ 2 | Beeline | 18 | 1,45% | ↓ -5 |
| Air Astana | 4 | 6,23% | ↓ -2 | Sberbank | 19 | 1,38% | → 0 |
| ChocoFamily | 5 | 4,98% | ↑ 1 | KPMG | 20 | 1,35% | ↓ -5 |
| KazMunaiGas Group | 6 | 4,62% | ↓ -2 | Gazprom Neft Kazakhstan | 21 | 1,34% | ↓ -9 |
| Mercedes-Benz | 7 | 4,32% | ↑ 1 | KazTransOil | 22 | 0,96% | ↓ -2 |
| BI Group | 8 | 4,12% | Новый - | Boston Consulting Group (BCG) | 23 | 0,86% | ↑ 2 |
| Tengizchevroil | 9 | 3,83% | ↓ -2 | Home Credit | 24 | 0,84% | ↑ 15 |
| Samruk | 10 | 3,46% | ↑ 1 | Philip Morris International | 25 | 0,81% | ↓ -1 |
| Huawei | 11 | 2,77% | Новый - | Kazakhstan Temir Zholy | 26 | 0,76% | ↓ -5 |
| IBM | 12 | 2,70% | ↓ -3 | Hewlett Packard Enterprise | 27 | 0,72% | ↑ 1 |
| Kazakhtelecom | 13 | 2,49% | ↓ -3 | GE - General Electric | 28 | 0,70% | ↑ 13 |
| Kaspersky Lab | 14 | 2,01% | → 0 | Tele2 | 29 | 0,68% | ↓ -12 |
| Kazakhmys | 15 | 1,87% | ↑ 32 | McKinsey & Company | 30 | 0,66% | ↓ -4 |



• Подавали ли Вы или планируете подать заявку на работу в эти компании? – Да, уже подал/подала / Да, обязательно подам.

ИДЕАЛИСТ



ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на то, что идеалисты сосредоточены на совмещении карьеры со своими ценностями, их работа все же носит практический характер. Идеалисты не тратят время на то, чтобы жаловаться, вместо этого они придумывают реальные решения для достижения успеха. Независимо от того, работают ли они на крупные корпорации или небольшие семейные предприятия, вы можете быть уверены, что идеалисты используют практический подход для решения социальных и экологических проблем. Идеалисты хороши в разрешении нестандартных ситуаций, и соответственно, они легко справляются с инновационным решением бизнес-задач.

Идеалисты выбирают работодателей, которые отдельное внимание уделяют корпоративной ответственности и связи с общественностью. Прежде чем принимать предложение трудоустройства, они тщательно изучают культуру компании, так как они хотят быть уверены, что их рабочая среда основывается на трех принципах: сотрудничестве, признании и взаимном уважении. Идеалисты серьезно относятся к деловой этике. На них всегда можно

СИЛЬНЫЕ & СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Идеалисты тщательно выполняют свою работу. Некоторые из их сильных сторон:

Они поступают правильно, даже когда этого никто не видит:

Они хорошие лидеры и мотиваторы - у них есть естественная способность вдохновлять других добиваться целей.

Конечно, даже самые лучшие качества можно довести до крайности.:

Идеалисты серьезно относятся к своим философским убеждениям и личностным ценностям. Коллегам приходится туго, если у них возникают возражения в беседе с идеалистом.

Идеалисты иногда берут на себя больше, с чем могут справиться, доводя себя до переутомления.

ИСТОРИИ УСПЕХА

Идеалисты верят, что один человек в силах изменить мир, и они стремятся это сделать. Они известны тем, что оставили свой след в истории человечества:

Вокалист группы U2, Боно, пользуется своей известностью, чтобы бороться за социальную справедливость во всех уголках земного шара. В частности, он активно работает над тем, чтобы положить конец нищете, голоду и болезням, затрагивающим обедневшие общины.

Выпускник Harvard Law School, Аарон Бартли, обладал уникальными лидерскими качествами идеалиста еще задолго до того, как получил диплом юриста. Еще будучи студентом он стал соучредителем Harvard Living Wage Campaign. После окончания университета он стал соучредителем компании People United for Sustainable Housing (PUSH).

Мухаммед Юнус, социальный предприниматель и экономист из Бангладеш, был награжден Нобелевской премией мира в 2006 году за создание банка Grameen Bank, который впервые разработал концепции микрокредитования и микрофинансирования. Его банк давал кредиты предпринимателям, которые были слишком бедны, чтобы получать стандартные банковские кредиты, тем самым побуждая общество развиваться, начиная с низов. Он также является соучредителем Yunus Social Business Global

КАРЬЕРНЫЙ ПУТЬ

Поскольку идеалисты увлечены ведением проектов, они зачастую становятся лидерами еще до того, как начнут свою карьеру. Они планируют и руководят фандрайзинговыми кампаниями, обучают волонтеров или участвуют в крупных проектах для некоммерческих организаций, при этом подрабатывая в организациях, которые могут быть никак не связаны с их амбициями. Это часто приводит к их резкому карьерному росту вследствие того, что идеалисты внезапно совершают большой скачок вперед, когда находят работодателя, который ценит их исключительное лидерство.

ПРИВЫЧКИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Идеалисты делают все возможное, чтобы поступать правильно, поэтому они всегда приходят на работу вовремя, делают свою работу до конца и соблюдают дедлайны. Манера работы может быть следующей:

Сбалансированный подход к деятельности, направленной на благо людей; и деятельности, обусловленной лишь задачами.

Акцент делается на поиске решений и принятии мер, а не на ожидании, когда кто-то возьмет на себя ответственность.



Интернационалист

ВВЕДЕНИЕ

Желание путешествовать по миру, узнавать культуры и устанавливать новые контакты является основным критерием для интернационалистов при выборе карьеры. Эти люди хотят посетить каждый уголок земного шара, и если их работа будет постоянно держать их в движении, они будут непременно счастливы. Монотонная работа для интернационалиста мучительна. Они надеются когда-нибудь получить возможность возглавить команду или повлиять на проект, который окажет значительное влияние на бизнес.

У интернационалистов есть талант адаптироваться в любой ситуации, а также выстраивать отношения с новыми коллегами и деловыми партнерами. Любопытство движет интернационалистами. Они быстро усваивают международные обычаи и нормы. Именно поэтому распространение бизнеса в других странах или создание новых глобальных цепочек

СИЛЬНЫЕ & СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Интернационалисты руководствуются принципами при принятии решений.

- Отличительная черта интернационалистов – честность, а также они серьезно относятся к этическому кодексу.
- Так как интернационалисты трудолюбивые люди, если потребуется, они будут готовы задерживаться на работе ради удовлетворения организационных потребностей.

Разумеется, что у каждой работы есть рутинные обязанности, и для интернационалистов это может оказаться проблемой.

- Интернационалисты хотят исследовать новые территории и получать новый опыт, поэтому рутина может привести к незаинтересованности.
- Интернационалисты всегда выполняют работу до дедлайнов, но иногда они

ИСТОРИИ УСПЕХА

Интернационалисты часто фигурируют в международной прессе из-за их невероятных попыток узнавать неизведанное. Чаще всего интернационалисты первыми посещают новые экзотические места, такие как вершина горы Эверест. Неудивительно если они оставят след в истории своими достижениями во время их путешествий и исследований. Лишь немногие интернационалисты таким образом добились мировой известности.

Кассандра Де Пеколь мечтала посетить каждую страну мира, и 24 июля 2015 года она на это решилась. В течение примерно двух лет Де Пеколь путешествовала, чтобы лучше изучить другие культуры. Являясь представителем International Institute of Peace Through Tourism, она решила объединить свою страсть к путешествиям с карьерой. Она завершила свое путешествие в 2017 году, став первой женщиной, которая увидела все 196 стран.

Гарриет Чалмерс Адамс хотела увидеть мир в те времена, когда у женщин были ограниченные возможности для создания карьеры. У нее был врожденный талант к рассказам, и, дополнив его навыками фотографировать, она смогла получить должность военного корреспондента. Это позволило ей утолить свою жажду к приключениям и к тому же зарабатывать на этом деньги.

Карл Пей - предприниматель с международным опытом, который воспользовался этим и стал соучредителем мобильной компании OnePlus. Это был первый глобальный прямой поставщик мобильных телефонов потребителям. Он быстро стал популярным брендом во всем мире. Пей родился в Китае, а в шесть лет его семья переехала в Швецию. В раннем возрасте Пей

КАРЬЕРНЫЙ ПУТЬ

Вследствие того, что интернационалисты сосредоточены больше на опыте, чем на достижениях целей, их карьера зачастую выглядит сумбурно. Они, как правило, занимают такие должности, которые предполагают командировки. Интернационалисты довольны тем, что занимают одну и ту же позицию в течение длительного периода времени в том случае, если наслаждение и впечатления от работы не иссякают.

ПРИВЫЧКИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Лидерам нравится иметь интернационалистов в своей команде, так как они легко справляются с работой, которую нужно выполнить вне офиса. В конце концов, у многих сотрудников есть другие обязанности, которые могут перегружать командировки.

- У интернационалистов есть сильные навыки общения и сотрудничества, которые помогают им легко устанавливать контакты.
- Эти люди ориентированы на будущее. Они всегда следят за тем, как малейшее решение повлияет на будущие цели.
- Системное мышление позволяет интернационалистам устанавливать связи и прогнозировать влияние бизнес-решений в долгосрочной перспективе. Такая информация бесценна для занятых лидеров.

ОХОТНИК



ВВЕДЕНИЕ

Охотники руководствуются своей страстью к достижениям. Эти люди ожидают достойного вознаграждения и карьерного роста наряду с возможностью получения высокого дохода в будущем. Охотники могут быстро адаптироваться в новой компании, и им не составляет труда измениться, чтобы соответствовать требованиям организации.

Инновационные решения проблем компании, предложенные охотниками, необходимы любому бизнесу. В особенности им подходят должности, где они должны работать с клиентами или с продажами. Поскольку они сосредоточены на увеличении своего дохода, они особенно стремятся занимать позиции, зарплата которых зависит от достижений работника.

СИЛЬНЫЕ & СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Охотники энергично и амбициозно начинают работу в новой компании, принося ей огромную пользу.

- Они умеют работать в команде независимо от того, насколько давно знакомы со своими коллегами или нет.
- Они убедительны, способны прийти к соглашению с отдельными лицами и группами. Такая тактика делает возможным продвижение охотника к внутренним проектам компании, внешним продажам и в целом к совершенствованию собственных навыков.

Конечно, такие амбиции дорогого стоят, и охотники могут нанести ущерб своим лидерам.

- Охотники не настолько преданны своей компании, как дипломаты, и есть высокая вероятность того, что они часто будут принимать предложения трудоустройства в более выгодных для них компаниях. Деньги - их основной мотиватор.
- Идеально выполненная работа не является для них

ИСТОРИИ УСПЕХА

Охотники не уклоняются от тяжелой работы, надеясь, что их усилия будут хорошо вознаграждены. Эти люди стремятся достичь успеха, обходя любые препятствия на их пути:

Ярким представителем типа охотник является бизнесмен, предприниматель и бывший кандидат в президенты Росс Перо. Он начал с низов, однако его стремление и амбиции способствовали стремительному развитию его карьеры. Так, Перо отличился в компании IBM, достигнув квоты годовых продаж всего за две недели.

Главным интересом Росса МакЭвана могла бы стать его ферма в Новой Зеландии, однако с точки зрения карьеры он уже десятки лет охотится за большими и лучшими возможностями. В самом начале карьеры он упорно трудился, чтобы получить сильные базовые знания в области банковского дела и финансов, что сделало его одним из главных кандидатов на руководящие должности в более крупных финансовых предприятиях. В настоящее время МакЭван возглавляет Royal Bank of Scotland, который имеет филиалы в Великобритании, Европе, Азии и США.

Начало жизни сенатор Гарри Рид провел в городе-призраке Серчлайт в штате Невада. Население города насчитывало всего двести человек. В его доме даже не было сантехники. Однако Рид сосредоточился на своих целях получить власть и стать финансово обеспеченным человеком. Он

КАРЬЕРНЫЙ ПУТЬ

Когда дело доходит до карьерного роста, охотникам нужно все и сразу. Они не любят двигаться поэтапно. Эти амбициозные работники делают все возможное, чтобы пропустить некоторые ступеньки карьерной лестницы, так как их цель - сразу оказаться на руководящей должности независимо от того, заслужили ли они этого на их нынешних должностях или нет. Многие охотники ожидают, что они станут директорами на полпути своей карьеры. К счастью, их развитые навыки, инновационное мышление и сильная деловая этика делают эту цель достижимой.

ПРИВЫЧКИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Лидеры, как правило, рады тому, что в их команде есть охотник из-за его рабочей этики и энтузиазма - этим охотник выделяется на фоне своих коллег.

- Главным приоритетом охотников всегда будут соблюдение дедлайнов и потребностей клиентов.
- Лидеры охотников ожидают, что их работа будет выполнена вовремя, хотя вероятно, что их подчиненные будут делать работу поверхностно, чтобы завершить ее к дедлайну.
- Охотники свободно решают проблемы, предлагая творческие решения сложных задач.
- Финансовое вознаграждение - простой и эффективный метод мотивировать охотников на более продуктивную работу.

КАРЬЕРИС



ВВЕДЕНИЕ

Амбициозный карьерист - это не что иное как практик. Карьеристы не ожидают легкого повышения. Наоборот, эти трудоголики закатывают рукава и выкладываются по полной, что, как правило, ведет к повышению.

Карьеристы постепенно продвигаются вперед, делая все возможное, чтобы получить новые навыки. Они знают свою конечную цель и достигают лучших результатов. Как правило, успехи в должности менеджера в крупной компании, а также продуманные карьерные сценарии являются ключевыми в будущем карьеристов.

Проблемы, с которыми они могут столкнуться, поднимаясь вверх по карьерной лестнице, лишь подталкивают их двигаться дальше. Благодаря знаниям, полученным на каждом этапе, карьеристы спокойно преодолевают препятствия и движутся вперед.

СИЛЬНЫЕ & СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

У карьеристов есть сильные стороны:

- Они обладают замечательной способностью сотрудничать и адаптироваться к любым ситуациям, независимо от того какую должность они занимают.
- Эти люди хорошо работают в команде, предлагая свою помощь и поддержку в карьерном росте тем, кто готов учиться.

Благодаря этим качествам карьеристы добиваются лидерских позиций, поскольку они способны заслужить уважение своих лидеров, сверстников и подчиненных.

Тем не менее, стремление к достижению целей может сойти на нет, если карьеристы работают с вредными начальниками.

- Если окружающие не придают значения напряженной работе карьериста, то это может плохо отразиться на производительности и заинтересованности в дальнейшей работе такого человека.
- Карьеристы серьезно воспринимают конструктивную критику, а также они предъявляют к себе более высокие требования, чем к окружающим.

ИСТОРИИ УСПЕХА

Карьеристы часто добиваются высоких должностей в компаниях, где лишь недавно были новичками.

В 1971 году Джим Скиннер начал работать в McDonald's в качестве стажера. Он шаг за шагом получал более ответственные должности, пока в ноябре 2004 года он не был назван вице-президентом и генеральным директором McDonald's.

Урсула Бернс знала, что тяжелая работа сделает свое дело, но когда она начала работать стажером в Хегох, она и понятия не имела к чему это приведет. Она работала в должности ассистента, что помогло ей развить навыки необходимые для успешного ведения бизнеса. После пройденных многочисленных карьерных ступеней в 2009 году Бернс была назначена председателем и генеральным директором Хегох. Она стала первой афро-американской женщиной, которая возглавила компанию из списка Fortune 500.

Хотя истории простых офисных работников, добивающихся руководящих должностей кажутся сказкой, Ричард Грассо на самом деле испытал такую сказку на себе. Он начал свою карьеру в почтовом отделении New York Stock Exchange в 1968 году и спустя время доказал свою способность работать на управляющей должности. Шаг за шагом он поднимался по карьерной лестнице, и в 1995 году был назначен

КАРЬЕРНЫЙ ПУТЬ

Путь карьериста зачастую очень прост. Основная задача - найти работу с идеальным сочетанием стабильности и карьерного роста. Это означает, что они стараются оставаться на одном рабочем месте, а не менять их как перчатки.

Такое постоянство позволяет зарекомендовать себя как надежного и опытного человека. Сферы, в которых это качество сыграет в пользу карьериста: вооруженные силы, правоохранительные органы, финансовый сектор или медицина.

Карьеристы всегда стремятся сохранить свой профессиональный имидж, а также ведут себя в соответствии со своими ценностями и принципами. Они быстро поднимаются на руководящие должности, поскольку, как правило, обладают лидерскими качествами.

ПРИВЫЧКИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Карьеристов часто легко распознать из-за определенной манеры работать:

- Карьеристы упорно трудятся, чтобы гарантировать высокое качество своей работы. Они всегда работают добросовестно.
- Они знают свои обязанности и всегда следуют правилам.
- Карьеристы лояльны, и, если кто-то заслуживает их уважения, они будут стремиться помочь этому человеку достичь успеха.
- Карьеристы очень часто могут быть упрямыми: карьерист, который работает "по инструкции", может быть недостаточно гибким в работе с другими типами личности.
- Карьерист не боится высказывать свое мнение. Однако оно может быть не всегда оправдано или полезно.
- Если карьерист видит, что окружающие его люди работают без такого же энтузиазма, он может разочароваться в них, что может затруднить их дальнейшую совместную работу.

ДИПЛОМАТ



ВВЕДЕНИЕ

Частая смена работодателей стала модой в нынешней постоянно меняющейся бизнес-среде, но это одна из тенденций, которой дипломаты не будут придерживаться. Эти преданные сотрудники относятся к своим коллегам, как к семье, и они всегда готовы взять на себя дополнительные обязанности в интересах команды. Дипломаты счастливы, когда их коллеги довольны. Поскольку они ориентированы на создание прочных отношений, командная работа для них лучший тип работы. У дипломатов всегда найдутся бесприкрытые решения любых межличностных проблем.

СИЛЬНЫЕ & СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Оптимизм является одним из преимуществ дипломатов:

- Дипломаты часто оказывают влияние на сотрудников, а также помогают им проходить через различные организационные изменения.
- Руководители часто полагаются на дипломатов, потому что те готовы приложить большие усилия ради блага команды.

У дипломатов есть возможности для саморазвития, поэтому многие из них стараются преодолевать некоторые из стоящих перед ними преград:

- Они слишком много времени тратят на гармонизацию межличностных отношений на рабочем месте.
- Дипломатам с трудом удается достигнуть баланса между работой и личной жизнью, так как им сложно отказывать в просьбах сотрудников помочь, что в последствии приводит к потере личного времени.

ИСТОРИИ УСПЕХА

Некоторые из наиболее успешных людей в мире бизнеса поднялись по карьерной лестнице и неплохо заработали на своих навыках искусной межличностной коммуникации. Дипломаты работают в разных сферах деятельности. Например:

Бывший генеральный директор Evernote Фил Либин считал, что единственный способ стать счастливым на работе - работать в компании, в которой насчитывается не более 50 сотрудников. Однако, будучи дипломатом, он смог преобразовать рабочую атмосферу гигантской технологической компании в культуру взаимоотношений и сотрудничества между командами, которую можно наблюдать только в крошечных стартапах.

Тони Шей, генеральный директор Zappos, создал невероятную карьеру. После продажи своего стартапа в возрасте 24 лет, потому что он больше не получал удовольствия от своей работы, он написал бестселлер «Доставляя счастье» и создал собственную трениговую компанию. Тони Шей создал рабочую атмосферу, которая считается золотым стандартом для работы с коллегами.

Элеонора Рузвельт была не только первой леди США, но и выдающимся дипломатом. Она сыграла важную роль в создании Организации Объединенных Наций и присоединении к ней США. Впоследствии

КАРЬЕРНЫЙ ПУТЬ

Верность своему делу, коллегам и компании в целом определяет прямую траекторию карьеры дипломатов. Благодаря упорной работе и репутации, заработанной во время коллективной работы, они регулярно продвигаются на позиции, где требуется все больше и больше ответственности. Тем не менее, дипломаты не останутся на работе, которая угрожает их счастью и благополучию. Когда рабочая атмосфера меняется в худшую сторону, дипломаты двигаются дальше, а их длинный послужный список делает их идеальными кандидатами для работы в альтернативных организациях.

ПРИВЫЧКИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Дипломатов всегда легко определить - они первыми поприветствуют вас и начнут разговор, как только вы придете на работу. Их другие особенности:

- Направленность на разрешение проблем - дипломаты всегда найдут креативные способы преодоления препятствий.
- Сильные коммуникативные навыки - когда в команде возникают противоречия по поводу работы, дипломаты всегда могут разрешить этот спор.

ЛИДЕР



ВВЕДЕНИЕ

Хотя лидеры прекрасно владеют информацией о бизнес-процессах, их истинная сила - системное мышление. Они видят связь между конкретными задачами и основной целью компании. Кроме того, они могут правильно представить свое видение окружающим. С помощью этой способности они воодушевляют своих коллег двигаться дальше и достигать отличных результатов.

СИЛЬНЫЕ & СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Лидеры обычно обладают следующими сильными сторонами:

- Лидеры понимают ценность командной работы, и они знают как сплотить группу, чтобы успешно выполнить работу.
- Лидеры не боятся брать ответственность на себя. Вы можете рассчитывать на то, что руководители возьмут ответственность за конечные результаты.
- Они быстро определяют возможности для собственного роста. Еще до того как вы расскажете своему лидеру о проблеме, он либо уже будет о ней знать или же работать над ней.

Конечно, никто не идеален, и даже у лидеров есть своего рода проблемы.

- Сильное желание лидера быть хозяином своей собственной судьбы создает препятствие для работы в подчинении. Поскольку каждый кому-то отчитывается за проделанную работу - даже если это предприниматель, работающий с инвесторами и клиентами, лидеру невероятно сложно делиться контролем над ситуацией с кем-то другим.

ИСТОРИИ УСПЕХА

Существует много успешных лидеров, которые изменили мир. Приведем некоторые примеры одних из влиятельнейших людей в мире:

Индра Нуйи начинала свою карьеру скромно. Она была принята в Иельскую школу Менеджмента, и чтобы платить за учебу в колледже, ей приходилось работать в ночную смену. После работы в различных организациях, таких как Oracle Consulting Group и Motorola, она была назначена генеральным директором PepsiCo, второй по величине компании по производству продуктов питания и напитков в мире.

Билл Гейтс, соучредитель компании Microsoft, сделал свой бренд одним из самых известных в компьютерной индустрии. Он всегда хотел развивать компанию, таким образом, это стало частью организационной культуры. Он стал частью жизни многих людей во всем мире, а также возможности для карьерного роста и помощи финансами. Гейтс и его жена Melinda Gates Foundation.

Салил Шетти, буддийский генеральный секретарем Amnesty International в 2010 году, возглавил движение за права человека, чтобы положить конец гонимости прав человека во всем мире. Он занимал

руководящие должности в нескольких гуманитарных организациях, включая Millennium Campaign Организации Объединенных Наций и Action Aid. В свое

КАРЬЕРНЫЙ ПУТЬ

Большинство лидеров знают, кем они хотят быть, и как достичь этого. Они определяют свое видение и делают все возможное, чтобы добиться успеха на новых позициях, стремясь к тому, чтобы их повысили до управленческой должности. Они хотят работать больше, чем кто-либо, чтобы выделяться на фоне других, а также чтобы создать себе отличную репутацию.

ПРИВЫЧКИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Лидеры чувствуют себя в своей тарелке, когда они управляют группой, когда их команда достигает успеха, когда они узнают что-то новое. Их манера

лидеры предпочитают видеть результаты, принимая участие в командной работе. Они не боятся брать на себя ответственность, и они всегда готовы к работе.

- Они предпочитают работать с командой, а не индивидуально.

Они стремятся к тому, чтобы их команда была лучшей, и они всегда готовы к работе. Они предпочитают работать с командой, а не индивидуально.



ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

Б

ВВЕДЕНИЕ

Предприниматели - это люди, которые создают свои собственные компании с нуля. Они обычно работают в различных организациях, предлагая инновационные и креативные идеи для роста и расширения бизнеса. Они процветают там, где у них есть возможность заниматься многообещающими проектами. Как сотрудники, предприниматели быстро учатся, им необходимо развиваться, чтобы оставаться заинтересованными в работе.

СИЛЬНЫЕ & СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

Растущие организации часто обязаны своим успехам предпринимателям, так как это сотрудники, которые придумывают, как выигрывать на фоне конкурентов.

- У предпринимателей очень развита деловая этика, и на них всегда можно рассчитывать, если необходимо общаться с сотрудниками различных уровней.
- Такие сотрудники стремятся к совершенству, и они придают большее значение качеству своей работы, чем соблюдению дедлайнов.

Управление предпринимателями может быть сложным, и руководители должны понимать, когда с ними нужно быть жесткими, а когда нужно проявлять гибкость.

- Трудно убедить предпринимателей заниматься своими обязанностями, если у них зародилась новая идея.
- Когда возникают новые проекты и возможности для развития, предприниматели склонны брать на себя больше, с чем они могут на самом деле справиться.

ИСТОРИИ УСПЕХА

Грандиозные достижения в области культуры и технологий обычно не исходят из корпоративного мира. Они являются результатом деятельности креативных людей, которые готовы рискнуть, чтобы узнать,йдут ли их идеи по пути успеха или провала. Эти замечательные люди - предприниматели инновационные мыслители, которые не согласны на статус-кво:

Предприниматель Джоан Роулинг не просто изменила мир - она создала совершенно новый в своей невероятно популярной серии книг о Гарри Поттере. Роулинг построила империю, основанную на нескольких предложениях, которые она написала на салфетке в кофейне.

Стив Джобс знал, что компьютеры могут изменить мир, но только если они будут доступны и интуитивно понятны обычным пользователям. Создание компьютеров Apple запустило процесс технологических инноваций, в результате чего мощные компьютеры, а затем и качественные мобильные технологии стали обязательным атрибутом для людей во всем мире.

Гарольд Шульц ушел из Starbucks в 1985 году из-за его разочарования тем, что владельцы кофейни не принимали его идеи. Ему удалось собрать 400 000 долларов разными способами, в том числе ему помог врач, который был впечатлен его стремлением повернуть задуманную им авантюру. Шульц открыл свою собственную кофейню. Она была такой, какой ее видел Шульц. Через два года после открытия

КАРЬЕРНЫЙ ПУТЬ

Карьерный путь предпринимателя - извилистая дорога с многообещающими взлетами и сокрушительными падениями. Предприниматели рискуют, создают новые компании или инновационные продукты в более крупных организациях. Несмотря на то, что предприниматели являются лидерами от природы, им не нужны власть и престиж. Постепенно развивая себя и свои навыки, они предлагают окружающим бросить вызов существующему порядку и усовершенствовать способы выполнения работы.

ПРИВЫЧКИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Предпринимателей легко обнаружить. Они те, кто спрашивают: «Что, если мы сделаем это по-другому?»

- Предприниматели сфокусированы на решении проблем, и на них можно рассчитывать, если возникла проблема, которую никто не может решить.
- Предприниматели готовы взяться за любую проблему; как сотрудники, они прекрасно дополняют команды, работающие над проектами.
- И хотя предпринимателям необходима хорошая зарплата, которая позволила бы им жить в комфорте, их основным приоритетом является развитие своих навыков. Признание их труда в виде предложения интересных новых заданий подбадривает этих сотрудников.



UNIVERSUM

Спасибо!