

Гладкова Людмила Анатольевна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Российский
государственный аграрный университет –
МСХА им. К.А. Тимирязева», г. Москва,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0003-3905-5300
e-mail: gla13@mail.ru

МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОГО САМОМАРКЕТИНГА

Аннотация. Целью статьи является разработка теоретической модели эффективного самомаркетинга с выделением конкретных блоков, факторов и результатов карьерного развития. Сегодня системная модель процесса самомаркетинга в рамках существующих концепций отсутствует, что ограничивает возможности разработки научно обоснованных предложений его эффективной технологии. Формирование модели складывается из трех этапов: I этап – «Ориентация на себя», учитывает индивидуально-психологические особенности личности, что относится к сфере субъекта труда и реализуется с помощью самоанализа, планирования карьерной стратегии и самоорганизации; II этап – «Ориентация на карьерные условия», учитывает требования сферы профессиональной деятельности и реализуется посредством анализа условий карьерной среды и карьерного пространства; III этап – «Самопредъявления себя в карьерном пространстве», с учетом требований профессиональной сферы и собственной идентичности, предполагает управление индивидуальным имиджем, а также самопрезентацию субъекта труда. Результат самомаркетинга предлагается оценивать на основе сочетания объективного и субъективного критериев: степень достижения поставленных целей профессиональной деятельности и переживание удовлетворенности ее результатами.

Ключевые слова: этапы самомаркетинга, управление карьерой, модель, сфера субъекта труда, сфера профессиональной деятельности, самопредъявление, самоанализ, самоорганизация, карьерная стратегия, индивидуально-психологические особенности личности, эффективность

Для цитирования: Гладкова Л.А. Модель эффективного самомаркетинга//Вестник университета. 2021. № 12. С. 93–100.

EFFECTIVE SELF-MARKETING MODEL

Abstract. The purpose of the article is to develop a theoretical model of effective self-marketing with the allocation of specific blocks, factors and results of career development. Currently, there is no system model of the self-marketing process within the framework of existing concepts, which limits the possibilities of developing scientifically based proposals for its effective technology. The formation of the model consists of three stages. Stage I – “Self-orientation”, takes into account the individual psychological characteristics of the individual, which relates to the sphere of the subject of labor and is implemented through introspection, career strategy planning and self-organisation. Stage II – “Orientation to career conditions”, takes into account the requirements of the sphere of professional activity and is implemented by analysing the conditions of the career environment and career space. Stage III – “Self-expression in the career space”, taking into account the requirements of the professional sphere and one’s own identity, involves managing an individual image, and self-presentation of the subject of labor. It is proposed to evaluate the result of self-marketing on the basis of a combination of objective and subjective criteria: the degree of achievement of the set goals of professional activity and the experience of satisfaction with its results.

Keywords: self-marketing stages, career management, model, labor subject sphere, professional activity sphere, self-promotion, self-analysis, self-organisation, career strategy, personality’s individual psychological characteristics, efficiency

For citation: Gladkova L.A. (2021) Effective self-marketing model. *Vestnik universiteta*, no. 12, pp. 93–100. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-12-93-100

Lyudmila A. Gladkova
Cand. Sci. (Econ.), Russian Timiryazev State
Agrarian University, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-3905-5300
e-mail: gla13@mail.ru



Введение

Успешное карьерное развитие для любого человека, имеющего профессиональные амбиции, является на сегодня яркой демонстрацией реализации себя в обществе. С ним сопряжен не только определенный социальный статус, но и различные возможности, связанные как с монетарной, так и административной составляющей.

Достижение успеха является абсолютно естественным желанием каждого человека, ступившего на профессиональный путь. Возможность получить повышение в должности, а следовательно, в зарплате, властных полномочиях и других возможных преференциях, активно мотивирует здоровые амбиции карьериста. Но зачастую, ожидания и реальность часто не совпадают. Карьерный взлет может так и не случиться, несмотря на усердие и преданность организации долгие годы. Для того, чтобы определить причины неудач в развитии карьеры стоит обратиться к исследованиям, определяющим условия успешного продвижения в профессиональной сфере и факторы, влияющие на его скорость [2].

Литературный обзор

Первые западные исследования управленческой карьеры в рамках статистического подхода определяли количественные, временные показатели и профессионально-должностных требований в конкретной организации. К количественным относились учет внешних условий рынка труда с механическими законами перемещения, обобщения на базе статистических данных, разработка в компаниях схем должностного продвижения. Временные включали в себя: скорость и темп должностного роста, время достижения определенного должностного уровня, управленческий возраст – «коэффициент успеха» [12].

В рамках организационного подхода рассматривались связи между типом организации и типом карьеры, влияние на особенности карьеры таких факторов внутренней среды компании, как технологии и структура управления [6].

Как показывают лонгитюдные исследования карьерного развития за последние тридцать лет, проводимые в том числе и в России, первостепенное значение приобретают личностные факторы: уникальные способности, интеллект, коммуникативность и другие индивидуально-психологические особенности. С их помощью оцениваются условия и возможности успешного карьерного развития. При этом речь не идет об условиях одной организации. На сегодняшний день межорганизационное карьерное развитие считается наиболее эффективной формой. Именно оно позволяет человеку наиболее полно реализовать себя в профессиональной среде [4].

Западный подход ставит ответственным за успешную карьеру самого человека: «Хорошая работа, плохая работа, работа мечты, не востребованность – все в ваших руках. Люди склонны во всем обвинять других, экономику, начальника, не понимающего нас, но правда в том, что работа становится хорошей только тогда, когда мы сами начинаем меняться к лучшему» [9].

Подобный подход совсем не определяет карьериста как личность, наделенную лучшими человеческими качествами, а как грамотного тактика и стратега, сумевшего учесть все существующие условия. Карьера – это война. Искусство ведения карьерной войны заключается не только в том, чтобы остаться порядочным человеком, но еще и в том, чтобы при этом победить [1].

Большинство счастливых и успешных людей добиваются счастья и успеха в результате упорной работы, постепенно продвигаясь к цели. Из этого следует, успешная карьера – это умение выгодно продать свои личные и профессиональные способности, с учетом условий, которые диктуются внешней средой, и быть готовым к постоянной трансформации этих условий, при этом неизменно двигаясь к поставленной цели. Подобное представление о карьерном развитии формирует понятие «самомаркетинг».

Самомаркетинг направлен на целенаправленное использование собранных данных для разработки целостного имиджа соискателя, представляемого в документах, одновременно является технологией, включает в себя тактики и стратегии [13].

Исходя из этого утверждения самомаркетинг представляет собой достаточно емкое понятие, имеющее первостепенное значение в индивидуальном карьерном развитии личности и является актуальным полем исследования в этом направлении.

Теория и методы

Разработка модели эффективного самомаркетинга составляет основу методологии, связанной с изучением вопросов управления карьерой и профессионально-должностным продвижением персонала. Цель статьи – разработка теоретической модели эффективного самомаркетинга с выделением конкретных блоков, факторов и результатов карьерного развития. Объект исследования настоящей статьи – личность, заинтересованная в длительном успешном карьерном продвижении. Предмет исследования – инструменты и методы эффективного самомаркетинга.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- формирование этапа (блока) самомаркетинга, ориентированного на индивидуальные и психологические особенности оптанта;
- формирование этапа (блока) самомаркетинга, ориентированного на самопредъявление;
- формирование этапа (блока) самомаркетинга, ориентированного на условия сферы профессиональной деятельности;
- формирование конечной теоретической модели эффективного самомаркетинга.

Информационной базой исследования служат научные и публицистические труды зарубежных и российских ученых, посвященные управлению карьеры и самомаркетинга, где проводилось изучение отдельных элементов, входящих в рассматриваемую в статье модель. Вместе с тем системная модель процесса самомаркетинга сегодня не разработана, в связи с чем, представляется перспективным дополнение существующей технологии на основе прогностических возможностей такой модели.

В основе работы лежат: метод моделирования, анализ, сравнение и экстраполяция, монографический метод.

Научная значимость заключается в разработке системной модели процесса самомаркетинга с учетом российских особенностей карьерного развития. Практическая значимость представляет собой возможность использования полученных результатов в управлении карьерой персонала, а также собственной карьерой заинтересованными лицами.

Постановка проблемы

Развитие карьеры лежит в русле проблемы профессионального самоопределения. Поэтому целесообразно искать первичные основания эффективной модели самомаркетинга в рамках профессионального самоопределения.

Сущность профессионального самоопределения лежит в поиске и нахождении личностного смысла в выбираемой, осваиваемой и уже выполняемой профессиональной деятельности, а также в самом процессе самоопределения [7]. Исходя из этого, успешное решение проблемы профессионального самоопределения тесно связано с процессом и результатом самопознания, пониманием себя, своих индивидуально-психологических особенностей. В то же время необходимо соотносить результаты самопознания с профессиональной деятельностью и условиями, в которых она осуществляется.

Анализ результатов

Первый этап (блок) модели самомаркетинга должен быть основан на принятии, оценке и развитии индивидуально-психологических особенностей личности. Методами реализации выступает анализ, планирование карьерной стратегии, организация своего профессионального развития, жизни, времени (рис. 1). Но поскольку каждый человек должен уметь это делать самостоятельно, этот этап можно назвать, как «этап ориентации на себя», а к формулировке методов добавить местоимение «само».

Таким образом, самоанализ позволяет личности оценить свои возможности и принять верное решение при наличии проблемы профессионального самоопределения. Потенциально проблема профессионального самоопределения присутствует в жизни зрелого человека на протяжении всей трудовой деятельности и может актуализироваться в связи с изменением внешних или внутренних условий его жизни (изменение социально-экономических условий в стране, увольнение, стремление к самоактуализации, изменение ценностных ориентаций и т. п.).

Самоанализ предполагает интроспективное, рефлексивное исследование с тем, чтобы соотнести свои собственные мотивы с теми целями, которые диктует деятельность своему исполнителю [8]. Такой анализ,



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. I Этап (блок) самомаркетинга «Ориентация на себя»

успешного карьерного развития. Изначально определяется жизненная стратегия (генеральная цель), затем формируются конкретные цели и задачи с четким обозначением сроков, условий в рамках идеального сценария представлений о будущей жизни, основанной на ценностях, принципах без учета условий внешней агрессивной среды. Цели делятся на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные, что определяется временем реализации в зависимости от скорости их достижения. Разработка нескольких альтернативных сценариев позволяет учесть воздействия на объект агрессивной среды и соотнесение с конкретными направлениями карьерного развития.

В соответствии с целями формируются задачи, структурированные по полю применения (организационные, экономические, правовые, психологические и т. д.). Заключительным этапом идет определение основных проблем в различных сценариях, их причин и способы их сглаживания или устранения.

Самоорганизацию разумно разделить по направлениям, определяющим внутреннюю мотивацию двигаться в направлении определенной карьерной стратегии развития посредством: саморегулирования, самоактивизации, саморазвития.

Саморегулирование предполагает управление личными ресурсами: физиологическое и психическое здоровье, интеллект, образованность, опыт и время.

Физиологическое и психологическое здоровье зависит от многих факторов: наследственности, образа жизни, окружения, условий жизни. Некоторые из перечисленных факторов сложно поддаются регулированию или коррекции, например наследственность, но возможно их влияние компенсировать, зная свои особенности с помощью мобильных факторов, таких как образ жизни (создание взаимосвязанных между собой направлений деятельности личности для наиболее эффективного оперативного самоуправления), рационального распределения ресурсов; создание комфортных условий для трудовой деятельности и эффективного восстановления [11].

Образованность и интеллект часто принимают за разные стороны одной медали. Эти понятия безусловно связаны между собой, но однозначно поставить знак равенства между ними невозможно. С одной стороны, интеллект связан с умением анализировать информацию, выстраивать логические цепочки, делать выводы. Образование – информация, знания, навыки, безусловно способствующие развитию интеллекта. Интеллект трансформирует полученные знания в позитивный опыт и уникальные варианты решений. Таким образом, например, появляются новые открытия, изобретения.

С другой стороны, образование, может не влиять на развитие интеллекта, если у индивида не выстраивается четкая цепочка взаимосвязей: знания – опыт – польза – новое решение. И наоборот, зачастую опыт приводит к определенным логическим выводам, но при отсутствии необходимых знаний, не формируется

призванный дать искренний, максимально честный ответ на вопрос: «почему, зачем я стремлюсь заниматься именно этим делом?», позволяет уберечь в дальнейшем человека от ошибки выбора, профессионального выгорания в исполняемой трудовой деятельности и определять направление развития карьеры в случае активизации проблемы профессионального самоопределения.

Планирование карьерной стратегии следует разделить на следующие блоки: целеполагание, анализ внутренней и внешней карьерной среды, определение проблем и принятие решений по их устранению.

Постановка целей предполагает определение профессионального призвания и основных жизненных целей в рамках

в новое решение, гипотезу, и т. д. Использование опыта (собственного или чужого) демонстрирует логическую состоятельность человеческого мозга. Рациональное распоряжение временным ресурсом с учетом опыта, образованности и интеллекта дает огромное преимущество человеку с обладающему такой возможностью, в отличие от того, кто к этому не готов [11].

Таким образом, саморегулирование в разрезе эффективного карьерного развития должно совмещать в себе эффективное управление внутренними человеческими ресурсами с требованиями внешней среды, четко определять тенденции отклонений и подстраиваться под новый вектор развития.

Процесс самоактивизации можно представить как побуждение индивида к реализации запланированных целей посредством четкого исполнения поставленных задач при всех учтенных условиях, в противном случае – выбор альтернативного варианта. Главным регулятором в этой фазе самоорганизации выступает система мотивации, где разумно заранее определить некую мотивационную зависимость, при которой установлена четкая связь между целями и потребностями, как материального, так и морального характера.

Успешное карьерное саморазвитие предполагает не интеллектуальное развитие человека во всех сферах и областях, что безусловно важно для соотнесения человека с определенной социальной группой в обществе, а профессиональное и психологическое развитие индивида с учетом потребностей карьерного пространства.

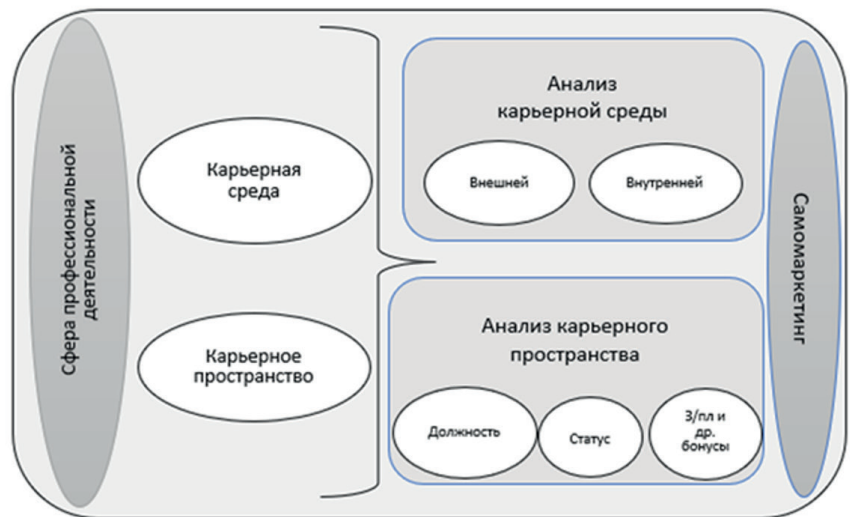
Самоконтроль, важен в системе саморазвития, так же, как и контроль в системе управления. Значение его трудно переоценить, поскольку самоконтроль позволяет определить правильность направления карьерного развития в соответствии с установками и вероятный угол возможного отклонения.

Первый этап (блок) самомаркетинга ограничивается сферой личности или сферой субъекта труда, тогда как второй этап (блок) должен учитывать противоположную сторону, то есть условия профессиональной сферы. К ним следует отнести условия карьерной среды и карьерного пространства (рис. 2).

Карьерную среду следует рассматривать как совокупность внешних и внутренних факторов, влияющих на выбор профессии, а в дальнейшем на карьерное развитие. К внешним факторам стоит отнести: политическую, законодательную, экономическую, социокультурную ситуации в стране и в мире; к внутренним – условия получения профессии, повышения квалификации, актуальность, спрос и предложения на рынке труда в рамках профессии, профессиональные требования к кандидатам в соотношении с должностью, имиджевую составляющую и коммуникативные навыки.

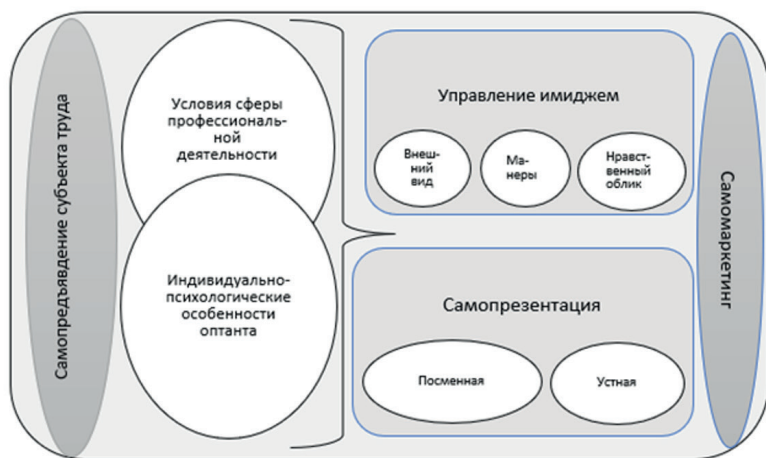
Анализ карьерной среды должен складываться из совокупности внешних и внутренних факторов и быть оперативным для того, чтобы оптант мог быстро реагировать на изменения. Оперативность особенно важна при формировании агрессивной карьерной среды, в периоды экономических, политических кризисов, эпидемий и войн.

Анализ карьерного пространства включает в себя изучение особенностей организационной, должностной, профессиональной и монетарной составляющих в определенной профессиональной нише. Анализ проводится с целью выявления возможностей своего карьерного развития, профессионального совершенствования и заработной платы, которая, как правило, должна находиться в прямой зависимости от должностного и статусного роста. Каждый из этих карьерных векторов, будучи в той или иной мере формализован, содержит совокупность карьерных позиций, последовательность которых и составляет карьеру. Должностной вектор образуется должностными ступенями, профессиональный – квалификационными разрядами, статусный – статусными рангами, монетарный – уровнями вознаграждения [5].



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. II Этап (блок) самомаркетинга «Ориентация на карьерные условия»



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 3. III Этап (блок) самомаркетинга «Самопредъявление»

При анализе карьерной среды и карьерного пространства в России следует уделить особое внимание экономическому неравенству регионов, что формирует для опанта совершенно индивидуальный подход к анализу влияния различных факторов карьерного развития в каждом отдельном случае.

Одним из самых важных этапов является третий этап (блок) самомаркетинга – самопредъявления себя в карьерном пространстве с учетом требований профессиональной сферы и собственной идентичности. Этот процесс предполагает управление индивидуальным имиджем, а также самопрезентацию (рис. 3).

Эффективность управления имиджем напрямую связана с требованиями карьерной

среды, особенностей личности, религиозных, национальных и культурных традиций и прочих особенностей. В имиджевом разрезе стоит рассматривать комплекс составляющих: внешний вид, манеру поведения, манеру и культуру речи, нравственный облик. Все эти составляющие легко формируются при наличии хорошего воспитания либо привлечения специалистов-имиджмейкеров (при достаточном финансовом обеспечении). При отсутствии и того и другого, на первое место выходит самостоятельный сбор и изучение информации в этом направлении: Интернет, посещение выставок, обзор журналов, чтение книг, общение с людьми, работающими в данной сфере, публичные выступления, написания статей и пр.

Самопрезентация является самым важным элементом технологии самомаркетинга, поскольку именно посредством самопрезентации человек демонстрирует все, что он делает в рамках карьерного продвижения [10].

Способы самопрезентации можно разделить по двум направлениям: формальную письменную и формальную устную. Есть еще третий способ – неформальный, который будет иметь значение только при успехе первых двух.

Если говорить о формальной письменной презентации, то речь идет о сборе и анализе личностных и профессиональных достижений, это дипломы, сертификаты, свидетельства, грамоты, благодарности, записи в трудовой книжке, отмеченные в резюме. На сегодняшний день достаточно просто формировать письменную презентацию, поскольку формированию портфолио ребенка обучают еще в школе. Портфолио играет роль при поступлении в вуз, формировании рейтинга сотрудников (например, в педагогической и медицинской научной среде).

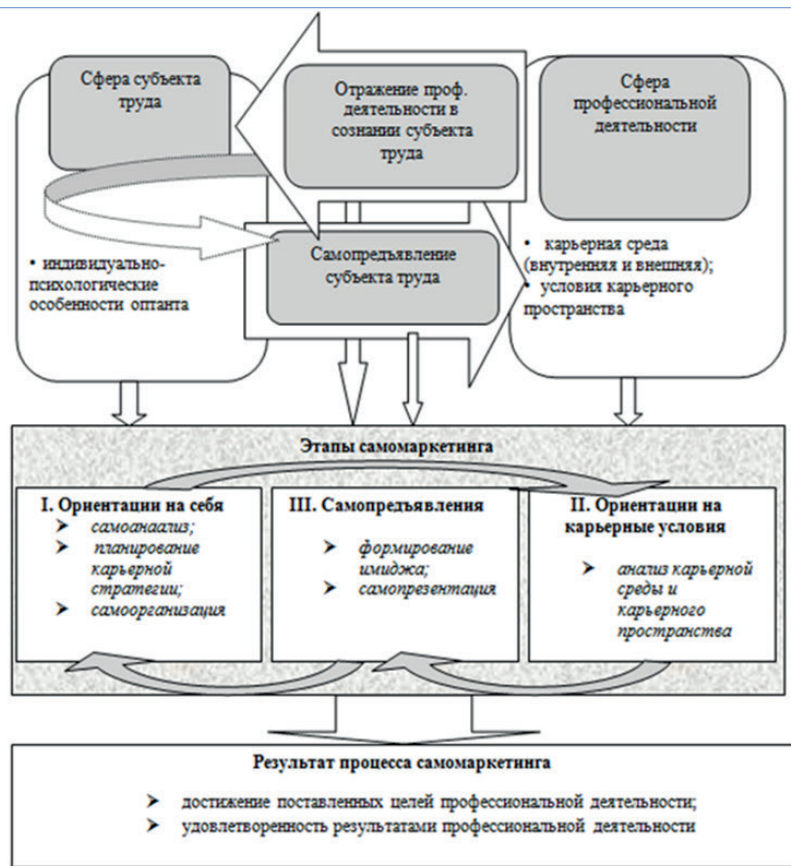
Важная роль отводится резюме, существуют строгие требования к его написанию: четкая структура, краткость, информативность, достоверность, позитивность.

Суть формальной устной презентации в способности человека своим поведением подтвердить данные, представленные в формальной письменной презентации, если существуют такие установленные требования, как при приеме на работу: 1 этап – резюме, 2 этап – собеседование.

Собеседование является самым важным этапом самопрезентации. При этом данная ситуация имплицитно содержит в себе полярные аспекты. С одной стороны, собеседование содержит для кандидата некоторую долю неопределенности (в требованиях; ожиданиях интервьюера; порядке собеседования и т. д.), а также всегда связано с процедурой оценивания, что обуславливает восприятие данной ситуации как стрессовой, в которой сложно проявить свои сильные стороны. С другой стороны, собеседование, как и любая другая форма непосредственной встречи, позволяет максимально полно продемонстрировать свою компетентность и личностные качества.

Основные результаты

В результате объединения этапов, рассмотренных выше, выстраивается модель самомаркетинга с опорой на объективные аспекты, справедливые в отношении любого человека, вовлеченного в трудовую деятельность. К ним относятся: сфера субъекта труда, сфера профессиональной деятельности, а также процессы,



Составлено автором по материалам исследования

Рис.4. Модель эффективного самореклинга

связывающие эти сферы в виде отражения профессиональной деятельности в сознании субъекта труда, а также его самопредъявление в карьерном пространстве [4] (рис. 4).

Как показывает анализ работ зарубежных авторов по рассматриваемой проблематике, самореклинг выступает как четко отлаженная система, управления имиджем и саморазвитием [3]. При этом, существующая концепция не позволяет учесть все факторы внутренней и внешней карьерной среды во взаимосвязи с психологическими особенностями личности. Существующая на сегодняшний день технология самореклинга не имеет системного основания, позволяющего прогнозировать условия, при которых она перестает быть эффективной.

Эффективность разработанной модели самореклинга предлагается оценивать на основе сочетания объективного и субъективного критериев: степень достижения поставленных целей профессиональной деятельности и уровня удовлетворенности ее результатами.

Заклучение

Предлагаемая модель позволяет преодолеть существующие противоречия. Модель позволяет выделить два основных исхода реализации самореклинга: «успешный» и «неуспешный» в зависимости от того, достигаются ли субъектом труда поставленные индивидуальные профессиональные цели и удовлетворен ли он собственной профессиональной деятельностью.

Неэффективность технологии самореклинга («неуспешный» тип) может быть обусловлена различными причинами, которые можно охарактеризовать как сбой. В соответствии с предлагаемой моделью может быть спрогнозировано четыре причины возникновения сбоя технологии самореклинга: проблема самоанализа, проблема анализа карьерной среды, проблема управления самопрезентацией, тотальный сбой, связанный с совокупностью факторов.

Учитывая вышеизложенное, представляются перспективными следующие направления дальнейшего изучения данной проблематики:

- эмпирическое изучение основных типов нарушения процесса самореклинга, приводящих к снижению эффективности профессиональной деятельности;
- эмпирическое изучение представленности сбоев различного типа в разных профессиональных и должностных выборках.

Библиографический список

1. Вайн, С. Успех – не случайность: Законы карьерного роста. – М.: Альпина Диджитал, 2017. – 210 с.
2. Гладкова, Л. А., Морозова, С. И. Управление карьерой персонала: учебное пособие; 2-е изд., доп. и пер. – М.: Мегapolis; 2020. – 141 с.
3. Джирард, Д., Кейсмор, Р. Продай себя дорого / пер. с англ. Борич С. Э. – М.: Попури, 2020. – 400 с.
4. Еремин, В. И., Гладкова, Л. А., Безгина, Е. С. Кадровая политика в системе местного самоуправления: ее роль и проблематика реализации // Бизнес. Образование. Право. – 2021. – № 3 (56). – С. 19–24. <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2021.56.307>

5. Кибанов, А. Я., Каштанова, Е. В. Управление персоналом: теория и практика. Управление деловой карьерой, служебно-профессиональным продвижением и кадровым резервом: учебное пособие. – М.: Проспект, 2014. – 64 с.
6. Молл, Е. Г. Управление карьерой менеджера. – Москва [и др.]: Питер, 2003 (СПб.: ГПП Печатный Двор). – 351 с.
7. Пряжников, Н. С. Методы активизации профессионального и личностного самоопределения: учебно-методическое пособие. – 2-е изд., стер. – М.: Из-во Московского психолого-социального института; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2003. – 400 с. (Серия «Библиотека школьного психолога»).
8. Хорни, К. Самоанализ / пер. с англ. В. В. Старовойтова. – М.: «Канон+»; РООИ «Реабилитация», 2013. – 288 с [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyberia.ru/book/samoanalis.pdf> (дата обращения: 16.10.2021).
9. Acuff, J. *Do over: Rescue Monday, reinvent your work, and never get stuck*. – New York: Portfolio/Penguin, 2015. – 288 p.
10. Beckwith, H., Clifford, Ch. *You, Inc.: The art of selling yourself* (Warner Business). – Grand Central Publishing, 2011. – 336 p.
11. Dispenza, J. *Evolve your brain: The science of changing your mind*. – Kindle Edition: Health Communications Inc EB, 2010. – 510 p.
12. Nail, J. *To achieve or not: the manager's choice* // SCRIBD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.scribd.com/document/155655863/To-Achieve-or-Not-The-Manager-s-Choice-pdf> (дата обращения: 16.10.2021).
13. Reulein, D. *Selbstmarketing für Bewerber Wie Sie Ihr berufliches Profil schärfen und sich erfolgreich bewerben* [Самомаркетинг для абитуриентов Как повысить свой профессиональный уровень и успешно подать заявку на участие в конкурсе]. – München: Springer Gabler. – 2015. – 57 p.

References

1. Vayn S. *Success is not an accident: The laws of career growth*, Alpina Digital, 2017, 210 p. (In Russian).
2. Gladkova L. A., Morozova S. I. *Personnel career management: tutorial*, 2nd ed., Moscow, Megapolis, 2020, 141 p. (In Russian).
3. Girard J., Casemore R. *Sell yourself*, trans. from Eng. S. E. Borich, Moscow, Popuri, 2021, 400 p. (In Russian).
4. Eremin V. I., Gladkova L. A., Bezgina E. S. Human resources policy in the local government body: its role and the implementation problem, *Business. Education. Law*, 2021, no. 3 (56), pp. 19–24. (In Russian). <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2021.56.307>
5. Kibanov A. Ya., Kashtanova E. V. *Human resources management: theory and practice. Management of business career, service and professional promotion and personnel reserve: training manual*, Moscow, Prospekt, 2014, 64 p. (In Russian).
6. Moll E. G. *Manager career management*, Moscow [et al.], Piter, 2003, (St. Petersburg, GPP Pechatnyi Dvor), 351 p. (In Russian).
7. Pryazhnikov N. S. *Methods of activating professional and personal self-determination: educational and methodological manual*, 2nd ed., ster., Moscow, Moscow Psychological and Social Institute Publishing House, Voronezh, NPO “MODEK” Publ. House, 2003, 400 p. (In Russian).
8. Horney K. *Self-analysis*, translated from English by V. V. Starovoirov, Moscow, “Kanon+”, ROOI “Reabilitatsiya”, 288 p. Available at: <http://psyberia.ru/book/samoanalis.pdf> (accessed 16.10.2021). (In Russian).
9. Acuff J. *Do over: Rescue Monday, reinvent your work, and never get stuck*, New York, Portfolio/Penguin, 2015, 288 p.
10. Beckwith H., Clifford Ch. *You, Inc.: The Art of Selling Yourself* (Warner Business), Grand Central Publishing, 2011, 336 p.
11. Dispenza J. *Evolve your brain: The science of changing your mind*, Kindle Edition, Health Communications Inc EB, 2010, 510 p.
12. Nail J. *To achieve or not: the manager's choice*, SCRIBD. Available at: <https://ru.scribd.com/document/155655863/To-Achieve-or-Not-The-Manager-s-Choice-pdf> (accessed 16.10.2021).
13. Reulein D. *Self-marketing for applicants How to raise your professional profile and apply successfully* [*Selbstmarketing für Bewerber Wie Sie Ihr berufliches Profil schärfen und sich erfolgreich bewerben*], München, Springer Gabler, 2015, 57 p. (In German).