

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Ведущие эксперты по управлению "Персонал" – 71052, 71055, 72035

Главная тема: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД



ИЛОН МАСК



УОРРЕН БАФФЕТТ



ДЖЕК МА



ОЛЕГ ТИНЬКОВ



МИХАИЛ ФРИДМАН



ИГОРЬ РЫБАКОВ



РАДИСЛАВ ГАНДАПАС



ГЛЕБ АРХАНГЕЛЬСКИЙ



ПАВЕЛ ДУРОВ



АЛИШЕР УСМАНОВ



КАРЕН ШАХНАЗАРОВ



АНДРЕЙ МАКАРЕВИЧ



МАРИНА МЕЛИЯ



ВАЛЕРИЯ ДВОРЦЕВАЯ



МИХАИЛ БОГДАНОВ



ЖАННА ЗАВЬЯЛОВА



МАРК ЦУКЕРБЕРГ



ТАТЬЯНА БАКАЛЬЧУК



ДЖЕФФ БЕЗОС



ЛАРРИ ПЕЙДЖ



Партнёры УП

**КОЛОНКА РЕДАКТОРА**

Персональный бренд — важная тема бизнеса.

Почему-то по ней мало книг, учебных фильмов...

Эксперты **УП** делятся своими знаниями по важности бренда предпринимателя.

Чаще мы видим, что специально личным брендом бизнесмены не занимаются. Он растёт естественным путем.

Но у некоторых, типа Илона Маска или ранее Форда, Хонда и др., личный бренд может дать бизнесу и 50% успеха.

Довгань вообще из личного бренда делал деньги как из воздуха.

Особенно важен личный бренд у консультантов, учёных, врачей, юристов, шоу-бизнеса.

Удачи!

Александр Гончаров

Номер готовили:



Алена
Верещагина



Александр
Гончаров



Надежда
Гончарова



Оксана
Дегнер



Александр
Жильцов



Дмитрий
Жирнов



Павел
Кочетков



Анастасия
Насонова



Андрей
Лавринович



Наталья
Миронова



Анастасия
Репина



Наталья
Риль



Ольга
Сагун



Ольга
Филиппова



Анна
Чернова



Андрей
Чепайкин



Елена
Чечикова



Александр
Чечиков



Карина
Шипелик

Содержание

- 5
↓
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД
Развитие личного бренда не является обязательным для всех
Игорь Жуковский, бизнес-тренер
- 17
↓
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД
Бренд – он не цель, он инструмент
Святослав Альбирио, АльбириоМКГ
- 21
↓
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД
Персональный бренд (ПБ) – путь к успеху и эффективности
Габдулла Хамитов, Бизнес-тренер
- 28
↓
АНОНС КОНФЕРЕНЦИИ
Human – большая конференция про подбор персонала в новых реалиях
- 29
↓
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД
Наставник очень желателен тем, кто решил сделать свой персональный бренд ярким и узнаваемым
Алевтина Попова, Английская школа ФАН
- 32
↓
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД
Деревья в лесу похожи и все тянутся к свету
Татьяна Клец, Бизнес-психолог
- 33
↓
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД В МЕДИЦИНЕ
Управление медицинским коллективом – это гораздо сложнее и ответственнее, чем в бизнесе
Николай Киселёв
- 37
↓
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД
Растущие персональные бренды
- 47
↓
ТРУДОВОЕ ПРАВО
Дзен-споры
Александра Шишкина
- 55
↓
ИССЛЕДОВАНИЕ
Количество вакансий в IT в России выросло на 10% за год
SuperJob
- 57
↓
ДИСКУССИЯ
Эти конференции не стоят таких денег?
- 59
↓
ТЕХНОЛОГИИ
Гуманоидные роботы уже идут
Анастасия Насонова

Материалы, опубликованные на данном цвете, печатаются на правах рекламы.

www.top-personal.ru

Подписано в печать 18.10.2023 г.
Формат 60x90 1/8. Печать офсетная.
Тираж 10 000 экз. Печ. л. 8.
Заказ №

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного электронного оригинал-макета в ООО «Белый ветер»
г. Москва, ул. Щипок, 28

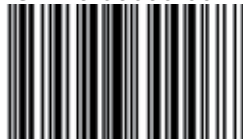
Приглашаем директоров компаний поделиться опытом управления: 7447273@bk.ru

Издательство не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Издательство не всегда разделяет мнения и взгляды авторов. Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Цена свободная

© ООО «Журнал «Управление персоналом», 1996
© ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2006

ISBN 5-95630-007-7



9 785956 300077 >

№30
(714)

Издается с 1996 г. 2023 г.

Объединенная редакция

ИД ПЕРСОНАЛОМ

Издание зарегистрировано Комитетом Российской Федерации по печати Свидетельство о регистрации выдано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций ПИ № 77-15375 от 12 мая 2003 г.

Официальный адрес
ТР@TOP-PERSONAL.RU



Подписные индексы
ГК «Урал-Пресс»: 29431, 29622

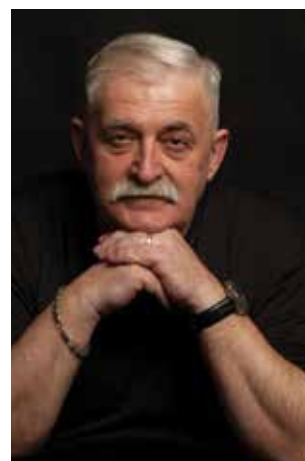
РУБРИКА: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

Развитие личного бренда не является обязательным для всех

Фамилия моя слишком известна, чтобы я ее называл.

*А когда он умер, я думаю — назову я тебя лучше Васей,
чтоб люди не завидовали.*

*«Ширли-мырли» — российская фарсовая кинокомедия,
Владимир Меньшов — 1995 г.*



Игорь
Жуковский
бизнес-тренер

УТ Почему многие уже успешные бизнесмены и топ-специалисты не считают нужным заняться целенаправленным формированием персонального бренда?


В мире бизнеса множество успешных предпринимателей и топ-специалистов достигли значительных результатов несмотря на то, что они не активно развивали свой личный бренд.

Это может быть объяснено несколькими причинами, которые имеют свои особенности и важность.


РУБРИКА: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

Бренд – он не цель, он инструмент

Персональный бренд, пожалуй, сейчас единственный способ отбить себе место под солнцем.

 Почему многие уже успешные бизнесмены и топ-специалисты не считают нужным заняться целенаправленным формированием персонального бренда?

*П*отому что привыкли работать по старинке. Персональный бренд нужен, чтобы заявить «это я», чтобы люди знали, с кем имеют дело, успешные бизнесмены уже это заявили, поступками, сделками, поэтому им целенаправленно формировать бренд нет смысла. Он и так формируется. Персональный бренд — это еще один эвфемизм для слова репутация. У успешных бизнесменов она и так целенаправленно формируется. Потому они и успешные. И топ-специалисты потому и топ, что уже имеют бренд. Персональный бренд целенаправленно имеет смысл формировать, когда ты никто. Это и есть создание вот этой репутации.

 Когда вы начали формировать свой ПБ, как вы оценивали возможный успех, срок, ваши личные трудозатраты?

— Срок не всегда зависит от нас, время сейчас такое, что если ты один или мелочь не уровня Газпрома, то тебе придется этот бренд формировать, возможно, несколько раз. Формировать личный бренд универсально, так сказать, сквозно, независимо от платформы и ниши очень дорого и трудозатратно. Обычно это делается нишево, а значит на какой-то платформе, но платформы сейчас очень нестабильны. И надо понимать, что умрет/изменится платформа, все, что вы строили, потеряется на 90 и больше процентов. Поэтому это еще серьезная задача



Святослав
Альбирео
АльбиреоМКГ

РУБРИКА: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

Персональный бренд (ПБ) — путь к успеху и эффективности

ЛАУРЕАТ ПРЕМИИ КАПИТАНЫ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА 2023
В НОМИНАЦИИ ЛУЧШИЕ БИЗНЕС-ТРЕНЕРЫ И КОНСУЛЬТАНТЫ

УТ Почему многие уже успешные бизнесмены и топ-специалисты не считают нужным заняться целенаправленным формированием персонального бренда?

Д а, соглашусь с Вами. Если в части необходимости уметь выступать публично «лёд тронулся», многие первые лица заказывают персональные тренинги, то к предложениям о формировании бренда относятся иронично.

В чем причина? Отвечу, опираясь только свой четвертьвековой тренерский опыт работы и общения с предпринимателями, руководителями компаний. Компании разные, как по географии от Читы до Ладоги, Сочи до Н. Уренгоя, так и по численности — от десятка до нескольких тысяч человек.

Большинство из тех, с кем пришлось общаться, были сосредоточены на развитии своего бизнеса и достижении финансовых результатов. Они не видят прямой связи между этим и персональным брендом. Успех их компании, продукции — вот главный фокус их внимания, поэтому и не уделяют внимания своему ПБ.

Во-вторых, у них всегда дефицит времени! Поэтому и приоритеты другие. Занятые «расшивкой» узких мест, того, что «срочно и важно», руководством компании, проектами, переговорами руководители не имеют достаточного времени для целенаправленного формирования ПБ (а урывками, эпизодически — считают несерьёзным).

Третья причина и, на мой взгляд, основная, (похоже, есть это и у меня — Г.Х.) — низкая осознанность важности персонального бренда — люди просто не осознают, что



Габдулла Хамитов
Бизнес-тренер

РУБРИКА: АНОНС КОНФЕРЕНЦИИ

Human – большая конференция про подбор персонала в новых реалиях

15 НОЯБРЯ 2023, МОСКВА, Пространство Весна



ЛЯ КОГО

Экспертная площадка для HR-специалистов и руководителей, ориентированных на рост, развитие и индивидуальный подход в HR

Подбор персонала как искусство

Ни для кого не секрет, что HR руководителям и специалистам сейчас непросто, нужны новые результативные источники подбора персонала, технологии как повысить доходимость и конверсию из откликов в собеседование и в выход на должность, и постоянно стоит вопрос, где брать персонал в условиях дефицита.

Миссия HUMAN - забота об HR

Чтобы эффективно управлять процессами подбора, адаптации, мотивации, формирования «человечного» HR-бренда и создания кадрового резерва, необходимо восполнять ресурсы, внутри себя и в окружающих, находить новые источники информации и энергии.

НАШИ СПИКЕРЫ

Людмила Макарова (Директор по управлению талантами, Ростелеком-Солар), Катерина Егорова (Руководитель подбора и адаптации персонала ПРОГРЕСС), Яна Николенко (Начальник отдела по работе с IT-персоналом и работе с IT-HR-брендом SM Lab), Андрей Подрыванов (Руководитель центра управления проектами развития Велестрой), Юлия Корочкина (HRD ТЕХНОНИКОЛЬ), Чингис Бурлыков (HR Lead Вкусвилл), Екатерина Шанаева (Директор по персоналу «Кенгуру»), Юлия Фуртат (Директор по найму талантов и бренду работодателя РОЛЬФ), Ирина Сережкина (HRD Ниармедик), Екатерина Недельчо (Руководитель Единого центра по подбору персонала АШАН Ритейл Россия), Владислав Шаргин (Руководитель подбора и адаптации персонала Самокат), Анна Девицкая (Заместитель Генерального директора по персоналу ARMAN).

РУБРИКА: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

Наставник очень желателен тем, кто решил сделать свой персональный бренд ярким и узнаваемым

УТ Почему многие уже успешные бизнесмены и топ-специалисты не считают нужным заняться целенаправленным формированием персонального бренда?

Уасто топ менеджмент компании не известен широкой аудитории, поэтому их личный бренд развивать особенного смысла нет. К тому же, сотрудник с прокачанным ЛБ компании менее интересен, чем тот, кто не выделяется ничем кроме своих профессиональных качеств. Такие сотрудник требуют к себе особого отношения и тянут одеяло на себя, что не способствует командной работе.



Алевтина Попова
Английская
школа ФАН

УТ Когда вы начали формировать свой ПБ, как вы оценивали возможный успех, срок, ваши личные трудозатраты?

— В моем случае все получило довольно стихийно. Я много лет руковожу Английской школой, и была хорошо известна в узких кругах, как хороший специалист. Однако, когда я приняла решение написать книгу об обучении английскому «От YESли бы к YESтественно. Как выучить английские времена с помощью мемов», стало очевидно, что узкие круги нудно расширять. Тем более, что издавалась книга с помощью краудфандинговой кампании. Я понимала, что самый большой ресурс, который потребуется для создания личного бренда, – мое время. Сейчас ничего не изменилось. Все новые достижения совершаются моими руками.

РУБРИКА: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

Деревья в лесу похожи и все тянутся к свету

Есть несколько возможных причин, почему некоторые успешные бизнесмены и специалисты не считают нужным формировать персональный бренд:

1. Удовлетворенность текущим состоянием. Если человек уже достиг высокого уровня успеха и признания в своей области, ему может показаться, что персональный бренд не является приоритетным или не принесет ему значительных преимуществ.

2. Недостаток времени и ресурсов. Создание и поддержка персонального бренда требует значительных усилий, времени и ресурсов. Успешным людям может не хватать свободного времени, чтобы активно заниматься его развитием.

3. Предпочтение анонимности. Некоторые люди предпочитают сохранять свою личную жизнь и работу вне публичного внимания. Они могут считать, что формирование персонального бренда привлечет слишком много внимания и нарушит их комфорт и приватность.

4. Различные приоритеты. У каждого человека свои цели и приоритеты. Некоторые могут сосредоточиться на развитии своего бизнеса или достижении новых профессиональных высот, в то время как формирование персонального бренда может не входить в их текущие цели. Важно отметить, что это лишь некоторые возможные причины, и каждый человек имеет свои собственные мотивации и решения относительно формирования персонального бренда.



Татьяна Клец
Бизнес-психолог

*Татьяна Клец, Бизнес-психолог, Корпоративный Психотерапевт

РУБРИКА: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД В МЕДИЦИНЕ

Управление медицинским коллективом – это гораздо сложнее и ответственнее, чем в бизнесе

ГБУЗ НО «НОКБ им Н.А. Семашко»

Сложнейшие операции по трансплантации органов, спасение онкобольных на поздних стадиях болезни, организация успешной работы большого коллектива врачей и медперсонала – таков выбор одного из лучших врачей и хирургов Нижнего Новгорода Николая Киселёва.

Персональный бренд, увы, сознательно и целенаправленно Николай не создаёт.

Но 5000 сложнейших операций днем и ночью, ответственность и отзывчивость, постоянный профессиональный рост и саморазвитие создали Кисилеву бренд и известность.



**Николай
Киселёв**
ГБУЗ НО
«НОКБ им Н.А.
Семашко»

Эксклюзивное интервью для  Эксклюзивное интервью для  Эксклюзивное интервью для 

О чём Вы мечтали в школе в плане профессии?

Меня всегда интересовали международные отношения. Я представлял, что буду учиться как раз на международном праве, изучать правовые акты. А потом как-то в один момент всё переменялось: я подал документы в медицинскую академию. Мне кажется, что это был неосознанный выбор, возможно, это была некая интересная игра разума, максимализм вопреки.


Я подавал документы на стоматологический факультет и на лечебный: на стоматологический не хотел идти, а лечебное дело, однозначно, планировал связать с хирургией. Но окончательный выбор не был определён, постоянно метался. Вскоре мне стала интересна методология – специальность, требующая понимания, мышления, подходов. Я начал зарабатывать, совмещая практику с учёбой: сначала санитаром (это затянулось на 5 лет), после года 3-4 работал медбратом. В то время в университете была великолепная программа обмена опытом по различным клиникам Европы. В рамках этой программы, это было примерно в 2008-2009 году, я впервые увидел пересадку органов. Холодный орган после пересадки стал тёплым и забился в человеке – на меня произвело неизгладимое впечатление ощущение «новой, другой жизни».

Насколько Вы погружаетесь в сложные вопросы в работе, не мешает ли это Вам в жизни?

— Если говорить про сложные случаи, то они требуют погружения и на работе, и по дороге домой. Я долго готовлюсь к операции, изучаю анализы пациента, историю его болезни, то есть сначала выступаю в роли аналитика. После продумываю операцию – нельзя прийти к человеку неподготовленным, особенно если от меня зависит его жизнь.

 **В вашем отделении я заметил такую синхронизацию, сплоченность. Это результат чего?**

— Это работа коллектива. Возможность выбора хороших специалистов, чтобы они могли реализоваться, у нас была, и мы ей воспользовались. Сейчас у меня работает 54 человека. Мы одна команда, работающая как часовой механизм. Конечно, часть любого механизма может дать сбой: бывает, работник ведёт себя «некомандно», однако уволить такого сотрудника в медицинском коллективе почти невозможно, приходится работать и с ним. Главная цель – всё продумать до мелочей, работать синхронизированно, ведь трансплантации – это сложная зона, очень много нюансов, поэтому важен медрегламент, особенно в послеоперационных действиях. А ещё у меня 56 больных – это тоже в некотором смысле персонал.

 **Как сложилось Ваше лидерство? Оно развивалось в процессе работы само по себе или осознанно?**

— Скорее, в процессе работы. Одно из главных лидерских качеств – способность принимать решения и отвечать за них. Наверное, у меня такой склад характера, потому что специально я никогда не задавался целью развивать это, но читал много книг на тему лидерства.

 **Какими бы Вы хотели видеть в будущем врачей-хирургов?**

— Я бы хотел, чтобы у них было больше времени на жизнь, потому что именно она расширяет личность, делает её более гуманной, а этого зачастую не хватает в нашей профессии. Нам необходимо наличие свободного времени, которое можно потратить не на механическое заполнение бумаг, а на лечение пациентов, только так мы достигнем высот. Важно сохранить ощущение, что наша профессия – это всё-таки искусство, а врачи в ней творцы, художники, как в своё время были великие композиторы, великие скульпторы.

Эксклюзивное интервью для  Эксклюзивное интервью для  Эксклюзивное интервью для 

Справка:

Киселев Николай Михайлович- хирург- онколог, гепатопанкреатобилиарный хирург, кандидат медицинских наук, доцент кафедры факультетской хирургии и трансплантологии ФГБОУ ВПО «ПИМУ», с 2020 года заведует 2 онкологическим отделением абдоминальной онкологии и рентгенохирургических методов диагностики и лечения ГБУЗ НО «НОКОД».

В 2012 году Николай Михайлович с отличием закончил НижГМА по специальности «Лечебное дело», в 2014 ординатуру по специальности «Общая хирургия», в 2016 ординатуру по специальности «Онкология». С 2014 по 2020 годы работал врачом хирургом онкологического отделения в Приволжском окружном медицинском центре ФМБА России.

За время работы Николай Михайлович проходил курсы повышения квалификации по специальностям: «Хирургическая гепатология», «Энтеральное и парентеральное питание (нутриционная поддержка)», «Педагогика и психология высшей школы», не однократно проходил стажировку по специальности хирургия в Университетской клинике г. Эссен (Германия). В 2020 году доктор защитил кандидатскую диссертацию, владеет английским и немецким языками и является автором публикаций в научных журналах и изданиях.

Диссертация:

тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 14.01.17, кандидат наук Киселев Николай Михайлович «Разработка стратегии хирургического лечения пациентов с альвеококкозом печени»

Статьи:

ЛЕЙОМИОСАРКОМА ПИЩЕВОДА. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ, КЛИНИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

Эксклюзивное интервью для 

Эксклюзивное интервью для 

Эксклюзивное интервью для 

Эксклюзивное интервью для 

РУБРИКА: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

Растущие персональные бренды

Источник: Forbes <https://forbes-ru.turbopages.org/forbes.ru/s/svoi-biznes/488373-10-samyh-perspektivnyh-rossijskih-predprinimatelej-molozhe-30-let-2023>

Влад Аюкаев

30-летний Влад Аюкаев — основатель венчурной студии Pintar Ventura Group.



Дмитрий Данилов

25-летний Дмитрий Данилов — основатель платформы для подготовки к ОГЭ и ЕГЭ «Умскул».





РУБРИКА:

Дзен-споры

Согласно данным открытых источников из сети Интернет, ежедневная аудитория контентной платформы «Дзен» составляет около двадцати двух миллионов человек. Владельцем платформы на сегодня является компания VK. Дзен была создана в 2017 году как интернет-площадка, позволяющая авторам публиковать свои познавательные и развлекательные материалы, за которые предусмотрена монетизация.



Александра Шишкина

Согласно данным свободной энциклопедии Википедия, в «Дзене» существуют ограничения показов материалов, нарушающих российское законодательство и правила сервиса. Например, могут быть ограничены в показах статьи, в которых присутствуют детальные описания трагических происшествий, шокирующий или откровенный контент, оскорбления и т. п.

В собственных правилах под отказ в рекламе подпадали: материалы с предвыборной агитацией, сайты депутатов, политических деятелей или их приёмных, опросы общественного мнения относительно выборов и референдумов и публикации, построенные на «обвинении, очернении и разоблачении».

В марте 2022 года сервис оставил пользователей без ленты рекомендованного контента и закрыл доступ для пользователей, проживающих за пределами России.


Согласно тем же открытым данным из Интернета, по итогам 2022 года стало известно, что число активных авторов на платформе составило более 100 тысяч в неделю — это вдвое выше показателей 2021 года.

Несомненно, такая активная и открытая платформа не может не вызвать шквал судебных споров относительно как авторских прав, так и оспаривания фактов.

РУБРИКА: АНОНС КОНФЕРЕНЦИИ

Конференция по развитию коммуникативных навыков врача «Врач Говорит!»

28-29 ОКТЯБРЯ 2023

 ервая конференция по развитию коммуникативных навыков врача «Врач Говорит!» — это уникальная возможность для врачей всех специальностей и управленцев клиник расширить свои знания и навыки в области коммуникации врач-пациент, которые являются основой успешного врачебного дела.

СПИКЕРЫ

СЕРГЕЙ ФЕДОСОВ (ВРАЧ, СООСНОВАТЕЛЬ ПРОДОКТОРОВ, СЕО МЕДРОКЕТ), АНГЕЛИНА ШАМ (ЭКСПЕРТ ПО БИЗНЕС-ПСИХОЛОГИИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ СИЛЬНЫХ НЕПОБЕДИМЫХ КОМАНД), АЛЬБИНА АРЕС (ГЛАВНЫЙ ВРАЧ, СПЕЦИАЛИСТ КОММУНИКАЦИЙ), АНЕТА МАКАРОВА (ВРАЧ, ВЛАДЕЛЕЦ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ КЛИНИК), РОМАН ЧУРИН (ВЛАДЕЛЕЦ СТОМАТОЛОГИИ MIA CLINIC В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ), МИХАИЛ САФРАН (ИЗРАИЛЬ, ЭКСПЕРТ ПАЦИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ), АЛЕКСЕЙ ОБЖЕРИН (НЕРАВНОДУШНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ МАРКЕТИНГУ), ИРИНА АЛЫШЕВА (ПРАКТИКУЮЩИЙ ВРАЧ, ЭКСПЕРТ ПО КОММУНИКАЦИИ, БИЗНЕС-ТРЕНЕР), НАТАЛЬЯ ЧЕКУРОВА (БИЗНЕС-ТРЕНЕР КЛИНИКИ «СКАНДИНАВИЯ», ЭКСПЕРТ ПО КОММУНИКАЦИЯМ), НАТАЛЬЯ КОРОЛЕВА (ПРЕПОДАВАТЕЛЬ СЗГМУ ИМ. И.И. МЕЧНИКОВА, ЭКСПЕРТ ПО ПАЦИЕНТО-ОРИЕНТИРОВАННОСТИ), ЛЮДМИЛА СОБОЛЕВА (ВРАЧ, ЭКСПЕРТ ПО МЕДИЦИНСКОЙ КОММУНИКАЦИИ), МАРИЯ КРАСАВИНА (ВРАЧ, ЭКСПЕРТ В УПРАВЛЕНИИ КЛИНИКОЙ), ЮЛИЯ КЛОУДА (ОСНОВАТЕЛЬ «STARTSMILE», ЭКСПЕРТ ПО ЛИЧНОМУ БРЕНДУ ВРАЧА), ДМИТРИЙ МАКЕЕВ (ТРЕНЕР ПО ОРАТОРСКОМУ ИСКУССТВУ И ЭФФЕКТИВНЫМ КОММУНИКАЦИЯМ), ДМИТРИЙ ЛАПТЕВ (ОСНОВАТЕЛЬ «ЗАВОТА 2.0» — СЕРВИСА ЗАБОТЫ О ПАЦИЕНТАХ), ВАСИЛИЙ ГЛОТОВ (ОСНОВАТЕЛЬ АГЕНТСТВА №1 МЕДИЦИНСКОГО МАРКЕТИНГА «СИНЕРГИУМ»), ВИКТОР ЧИСТИЛИН (ВРАЧ, МАРКЕТОЛОГ, АВТОР ОБУЧАЮЩИХ ПРОГРАММ), ЮЛИЯ ДОБРИВСКАЯ (ВРАЧ, ЭКСПЕРТ ПО КОММУНИКАЦИЯМ В МЕДИЦИНЕ), ЕЛЕНА КРИВОРУЧКО (ЮРИСТ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ).

РУБРИКА: ИССЛЕДОВАНИЕ

Количество вакансий в ИТ в России выросло на 10% за год

Аналитики онлайн-рекрутинговой платформы SuperJob выяснили, как за год изменилось число вакансий для ИТ-специалистов, как выросли зарплаты программистов, а также в каких ИТ-специализациях наблюдается наибольший дефицит.

По данным Исследовательского центра SuperJob (Россия, все округа. 26.09.2023), за год вакансий в ИТ стало больше на 10% (данные в целом по РФ). Наиболее высокий спрос на ИТ-специалистов SuperJob фиксирует в следующих сегментах ИТ-сферы (в порядке убывания количества вакансий):

- разработка, программирование;
- внедрение и сопровождение ПО;
- инжиниринг;
- информационная безопасность;
- аналитика.

Динамика зарплатных предложений работодателей в Москве

Сфера деятельности	2023		2022	2021
	сентябрь к январю	за год	за год	за год
Информационные технологии	+5,2%	+7,9%	+19,1%	+26,3%
Строительство	+4,4%	+6,6%	+15,4%	+18,3%
Маркетинг, реклама, PR	+4,2%	+6,2%	+11,3%	+13,4%
Кадры	+4%	+5,9%	+14,1%	+16,1%
Банки	+3,8%	+6%	+12,4%	+13,4%

РУБРИКА: ДИСКУССИЯ

Эти конференции не стоят таких денег?

О рекламе одной из конференций по Управлению персоналом

В редакцию пришло письмо с мнением о рекламе в нашем журнале программы одной из дорогих конференций по управлению персоналом уважаемого эксперта (hrd крупной сырьевой фирмы)

Публикация без купюр

Внимательно посмотрел всю рекламу и сильно усомнился в том стоит ли туда вкладывать деньги скорее всего нет, не стал бы, даже имея свободные деньги.

Общее впечатление, что просто ребята научились, скорее наблатыкались как зарабатывать деньги на посредничестве / организации тусовок

Если покупать, то надо брать билет за 120тр ведь там есть видеозаписи и их можно потом пересматривать.

А охватить в один день 7-12 крупных тем нереально, тем более что они заявляют и о других «активностях» (типа воркшоп и др.) в течение ОДНОГО дня.

Для активного и внимательного усвоения информации это ничто!

Значит акцент на тусовке, установлении контактов и только + видеозаписи на будущий анализ.

Подкупает разнообразие представленных спикеров (если действительно все будут) и по направлениям специализации в HR, и по различиям в видах бизнесов/деятельностей.

РУБРИКА: ТЕХНОЛОГИИ

Гуманоидные роботы уже идут

Роботы, знающие 16 языков, сегодня уже встречают гостей отелей, узнавая их по радужной оболочке глаза, и могут ответить на любые вопросы сервиса.

Роботы попроще «трудятся» на заводах (пока это не всегда рентабельно, правда, но...)

Завтра роботы начнут помогать нам там, где мы и не думаем.

Улон Маск: «Если задуматься, нашу компанию уже сейчас можно назвать крупнейшим в мире производителем роботов, потому что наши машины напоминают полуразумных роботов на колесах. Разработанные нами технологии давно было логично облечь в человекоподобную форму».

Маску больше недостаточно создания технологий, которые меняют поведение людей, он решил идти дальше. Теперь он хочет изменить способ, которым мы взаимодействуем со своим окружением, и гуманоидный робот действует как символ новой эры.



Анастасия Насонова

Гуманоидный робот Маска, также известный как Tesla Bot.

«Я думаю, что Tesla предлагает то, чего нет у других, — у нас есть реальный искусственный интеллект, — сказал глава Tesla. — Я не думаю, что есть кто-то, даже близкий к Tesla по использованию искусственного интеллекта в мире».