**Новые профессии. Продолжение.**

**МЕНЕДЖЕР ПО ПЕРСОНАЛУ (HR-менеджер)**

Должность менеджера по персоналу, или HR-менеджера (human resources, в переводе с английского означает "человеческие ресурсы") существует практически во всех компаниях, где численность персонала превышает 50 человек. Цель менеджера по персоналу - построить работу так, чтобы коллектив мог эффективно решать стоящие перед ним задачи. Вместе с руководством фирмы HR-менеджер должен сформулировать цели и задачи компании, довести их до сотрудников и проводить мероприятия, которые способствовали бы укреплению внутренней культуры и корпоративного духа компании. Для достижения высоких результатов HR-менеджер использует экономические, организационные и социально-психологические методы воздействия на сотрудников организации. Обязанности HR-менеджера:

— участвует в разработке кадровой политики в сотрудничестве с руководством компании

— занимается поиском и подбором персонала

— осуществляет оценку персонала

— организует обучение, тренинги сотрудников

— разрабатывает мотивационные системы

— занимается созданием корпоративной культуры

— решает вопросы оплаты труда и предоставления льгот сотрудникам

— администрирует процесс работы с персоналом

Высшее юридическое образование обязательно для этой работы. Кроме того, HR-менеджер должен быть информированным о целях и задачах фирмы, знать ее политику фирмы, приверженность, направление деятельности, владеть техникой переговоров на любом уровне, а также отлично знать Трудовой кодекс.

**МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ**

Специфика должности этого специалиста в компании заключается в разработке и проведении рекламных кампаний фирмы. В зависимости от аудитории, на которую рассчитана целевая рекламная или PR-акция, он разрабатывает стратегию и тактику стимулирующих и имиджевых рекламных акций. Основные направления деятельности PR-менеджера:

- разработка экономически обоснованных медиапланов (сюда входят действия по определению целей и задач рекламы, стратегии и тактики рекламных кампаний, отбору необходимых СМИ, составлению текущих и перспективных планов);

- осуществление имиджевой рекламы, направленной на создание благоприятного образа фирмы, марки или услуги, совместно с другими специалистами (бренд-менеджерами, криэйторами, копирайтерами, медиа-байерами, дизайнерами и т. д.);

- оценка эффективности рекламных кампаний во время и после их проведения;

- контроль выхода рекламных сообщений в СМИ, по прямой печатной рассыпке, в местах реализации продукции и услуг фирмы и по другим каналам распространения рекламы;

- планирование и организация размещения наружной рекламы, контроль состояния рекламных объектов;

- организация презентаций и выставок и участие в этих мероприятиях (определение их цепей и задач, составление смет расходов, подготовка пресс-релизов, визитных карточек участников и другой полиграфии, подведение итогов и составление отчетов руководству).

Для данного специалиста немаловажно знакомство с внешним маркетингом фирмы. Одно из проявлений этого - так называемый direct market (мероприятия по стимулированию сбыта) и direct mail (организация прямых почтовых рассылок). Это также действия по созданию баз данных, подготовке рекламных материалов для рассылки, расчету стоимости почтовых рассылок, определению их эффективности.

**МЕНЕДЖЕР ПО PR** (менеджер по связям с общественностью) занимается организацией связей предприятия с общественностью и СМИ; формированием и поддержанием необходимого благоприятного имиджа компании; поддержкой продвижения продукции на рынке. Основные направления деятельности:

- анализ внешней среды, направленный на изучение отношения к деятельности фирмы (в частности, к ее продукции и услугам):

- ответы на запросы средств массовой информации и других сторонних организаций о деятельности фирмы;

- организация пресс-конференций, интервью руководителей фирмы с представителями СМИ;

- взаимодействие с властными структурами: с республиканским, областным и местными органами;

- взаимодействие с местным населением предполагает поддержание позитивных связей с местным сообществом (различные мероприятия на местном уровне, спонсорство, решение экологических проблем);

- подготовка пресс-релизов о деятельности фирмы и информационных материалов для СМИ;

- разработка и проведение PR-кампаний, направленных на формирование благоприятного имиджа фирмы, определение бюджета PR-кампаний.

Зачастую PR-менеджер привлекается к взаимодействию с финансовым сообществом (государственными финансовыми органами, а также с инвесторами, фондовыми брокерами и финансовой прессой). Кроме того, деятельность PR-менеджера затрагивает корпоративные отношения внутри компании, а, следовательно, предполагает улучшение социально-психологического климата коллектива, работу с мотивацией сотрудников к выполнению своей работы наилучшим образом, консультации по имиджу для руководителей компании.

**ИВЕНТ-МЕНЕДЖЕР.** Понятие event (ивент), что означает «событие», уже давно прижилось в профессиональной среде. Ивент-менеджеры занимаются обучением сотрудников и организацией рекламных акций, проведением корпоративных мероприятий и т. п. Одно из определений гласит, что ивент-менеджер — это менеджер по организации специальных мероприятий.

Такие специалисты востребованы в первую очередь еvent-агентствами (фирмы по проведению праздников и мероприятий). Они могут работать также в качестве внутреннего (штатного) ивентера. Обычно в них нуждаются достаточно крупные компании, где такой сотрудник числится в отделе кадров или в PR службе. Кроме того, находят себе работу и ивентеры-фрилансеры, то есть работающие внештатно. Как правило, они обладают хорошими организаторскими способностями, у них прочно налажены связи с представителями всех задействованных в процессе реализации проекта структур: сотрудниками кейтеринговых компаний, обеспечивающих питание (это могут быть, например, выездные рестораны); владельцами площадок — мест, где проводят мероприятия (будь то банкетный зал, пансионат или теплоход).

Если смотреть со стороны, то часто возникает недоумение — зачем компании свой ивент-менеджер? Неужели, чтобы провести две корпоративные вечеринки на Новый год и день рождения фирмы, так необходим специальный работник? Но в обязанности внутреннего ивентера входит не только это. Чаще всего на его плечи ложится организация обучения персонала и проведение семинаров, рекламных и PR-акций.

Такая работа кажется со стороны несложной и интересной, но на самом деле на ивентере лежит огромная ответственность. Ему нужно заранее спланировать каждое мероприятие, потому что от момента возникновения идеи до момента ее воплощения проходит много времени. Да и сам процесс реализации замысла состоит из множества этапов, и от каждого из них зависит конечный результат. Сначала надо убедить руководство в необходимости того или иного мероприятия или акции, ведь каждое событие требует определенных затрат, поэтому его окупаемость должна быть очевидной. Далее следует согласовать бюджет, убедиться в том, что все организации, которые намечено подключить к осуществлению проекта, готовы выполнить требования качественно и в срок. Затем уже ивент-менеджер приступает к ежедневным обязанностям по подготовке мероприятия, контролирует деятельность персонала на каждом участке работы, сроки выполнения поставленных задач, расход средств... И здесь не обходится без сюрпризов, часто неприятных, а значит, всегда надо иметь в запасе какую-то страховку, дополнительный вариант на всякий пожарный. И самое главное, что, если в итоге все-таки не удастся избежать накладок, все знают, кого винить в промахе. И в то же время, если мероприятия прошло как по маслу, не было никаких нестыковок и все остались довольны, ивентера редко благодарят. Поэтому такую деятельность вряд ли можно считать легкой. Однако есть люди, кому она по душе. Им нравится дарить праздник другим, пусть даже ценой собственных неимоверных усилий.

**ОФИС-МЕНЕДЖЕР**. Должность «офис-менеджер» появилась сравнительно недавно, лет десять-двенадцать назад. В условиях рыночных отношений руководитель стремится к концентрации управленческих и исполнительских функций, или, иными словами, к совмещению нескольких должностей. Поэтому ему нужен не просто технический специалист для обработки корреспонденции и дежурства на телефоне, а специалист, который бы занимался кадровой и управленческой деятельностью. Соответственно и заработная плата у такого специалиста должна быть больше. Словом, обязанности офис-менеджера шире, чем обязанности секретаря, так как в них входят функции по управлению и обработке информационной части документов. Офис-менеджер участвует в определении миссии организации, разрабатывает и планирует вопросы стратегического развития. в обязанности офис-менеджера может входить:

• установление рынков сбыта и потенциальных клиентов;

• совершенствование качества оказываемых услуг;

• координация и контроль договорной деятельности.

В зависимости от специфики деятельности организации на офис-менеджера могут возлагаться и обязанности по определению возможных источников обеспечения фирмы необходимыми кадрами, осуществлению представительских функций. Он также организует, координирует и контролирует вопросы внутренней среды жизнедеятельности организации:

• участвует в подготовке, оформлении и издании организационно-распорядительных документов;

• разрабатывает организационную структуру, программы развития персонала, перспективные и текущие планы внедрения информационных технологий;

• участвует в разработке бизнес-планов;

• организует и проводит совещания, переговоры, презентации, рекламные кампании;

• осуществляет функции подбора, оценки, учета, стимулирования, повышения квалификации персонала.

В зависимости от масштаба деятельности организации офис-менеджер выполняет функции управления персоналом и другие обязанности, полностью или частично. Если частично, то в организации создаются специализированные подразделения: отдел кадров, служба по связям с общественностью, отдел договоров и претензионной работы, служба защиты информации и др.

Офис-менеджер может выполнять обязанности заведующего канцелярией или общего отдела. В этом случае он:

• руководит работой служб документации, документационного и информационного обеспечения деятельности организации (учет, контроль исполнения, поиск, справочная работа, экспертиза ценности документов, их оперативное и архивное хранение, аналитическая работа с информацией для принятия решений);

• организует внедрение автоматизированных информационных систем, принимает участие в проектировании и актуализации баз и банков данных; принимает меры по упорядочению состава документов и оптимизации документопотоков;

• изучает, обобщает и реализует в деятельности организации передовой отечественный и зарубежный опыт по вопросам организации процессов управления, документационного обеспечения и управления персоналом;

• разрабатывает нормативно-методические документы по вопросам информационного и документационного обеспечения; организует и контролирует работу по защите информации;

• обеспечивает, совместно с другими руководителями подразделений, приобретение, ввод в эксплуатацию, эффективное функционирование и сохранность оргтехники и средств вычислительной техники.

На эту должность обычно принимаются лица, имеющие профессиональное высшее образований и стаж работы в должности документоведа первой категории не менее трех лет.

**МЕНЕДЖЕР ПО ТУРИЗМУ.** В его обязанности входят контакты с туристическими агентствами, маркетинг рынка, в ходе которого он находит наиболее выгодные по оплате, срокам и качеству работы фирмы; взаимодействие с авиакомпаниями для приобретения авиабилетов; контакты со страховым агентом; с принимающей стороной. Он проводит беседы с клиентами, бронирует для них авиабилеты, отель, оформляет страховку и все необходимые документы. Менеджер по туризму должен знать массу информации о стране, в которую направляет людей, поэтому он периодически ездит в обучающие туры, в ходе которых изучает достопримечательности страны и ее отели. В туризме довольно часто возникают форс-мажорные обстоятельства: может не вылететь самолет, начаться война, туристов может не выпустить особо строгая таможня, авиакомпания может разместить родителей и их маленького ребенка в разных самолетах и тому подобное. Поэтому менеджеру необходимо иметь высокую устойчивость к стрессам и уметь оперативно разрешать чрезвычайные ситуации прямо на рабочем месте.

**РИСК-МЕНЕДЖЕР** – сотрудник страховой компании, в чьи обязанности входит определение вероятности наступления страхового случая непосредственно при анализе состояния страхуемого объекта.

Для этого риск-менеджер должен оценить соблюдение требований безопасности при эксплуатации, физическое состояние объекта и наличие внешних угроз. Как правило, такая процедура применяется при страховании объектов, формализовать характеристики которых достаточно сложно. В соответствии с заключением риск-менеджера, соответствующие службы компании принимают решение о размере страховой премии и условиях договора страхования. Как правило, риск-менеджеры входят в штаты страховых компаний, уделяющих большое внимание страхованию имущества. В особо сложных случаях неправильная оценка рисков может вызвать серьезные проблемы для компании. В последние годы, в связи с развитием страхования различных видов имущества, таких компаний стало абсолютное большинство.

В настоящее время подготовкой специалистов для выполнения этих функций в учебных заведениях никто не занимается. Как правило, страховые компании сами набирают и готовят для себя риск-менеджеров, отдавая предпочтение специалистам, имеющим диплом в сфере специализации и соответствующий опыт работы с объектами, подлежащими страхованию.

**МЕРЧЕНДАЙЗЕР**

Мерчендайзинг - это комплекс мероприятий, производимых в торговом зале с целью увеличения продаж в целом и стимулирования покупательского спроса в отношении того или иного товара, торговой марки, упаковки и т. д. Эта система направлена на то, чтобы максимально упростить покупателю выбор, сэкономить время, необходимое для поиска нужных вещей и продуктов, а в конечном итоге - сделать его пребывание в магазине приятным.

Сегодня мерчендайзеры делятся на тех, кто работает на определенную фирму-производителя или специализированное агентство, и тех, кого нанимает дирекция конкретного магазина. Мерчендайзинг – это искусство торговать. От того насколько грамотно оформлен торговый зал (расставлено торговое оборудование), правильно и красиво выложен на полках товар, проведена рекламная поддержка товара на местах продаж, а также имеется ли в наличии полный ассортимент товаров, зависит прибыль магазина. Здесь перечислены четыре основные инструменты мерчендайзинга (оформление торгового зала, выкладка товаров, рекламная поддержка и поддержание запасов), которыми должен владеть мерчендайзер магазина.

Мерчендайзер, работающий на производителя, обязан поддерживать положительный имидж фирмы-нанимателя, обеспечивать выгодное расположение ее продукции на полках, отслеживать запасы товара на складах. Он снабжает магазины рекламой, дарит продавцам сувениры от имени компании. В обязанности такого специалиста входит также корректировка розничных цен: он следит за конкурентоспособностью продукта, консультирует продавцов по поводу оптимального размера торговых надбавок. Мерчендайзер хотя бы раз в неделю объезжает все закрепленные за ним магазины, фиксируя положение дел в каждом из них в специальном протоколе. По результатам поездок он еженедельно представляет в отдел маркетинга отчет, в котором отражено изменение ситуации на рынке продаж данного вида продукции: наличие или отсутствие спроса, цены, устанавливаемые конкурентами на подобные товары, и т. п.

Многие эксперты в области бизнеса рассматривают работу так называемым полевым мерчендайзером как лучший тренинг для молодого человека, стремящегося сделать предпринимательскую карьеру. Эта должность представляет собой одну из стартовых ступеней в мире профессионального маркетинга. Часто именно с нее начинают свой путь преуспевающие маркетологи.

**МАКЕТЧИК** - специалист по изготовлению макетов, размещению компонентов на рекламных макетах, монтажу объектов наружной рекламы.

**МАТРИЦОР** - работает в редакциях и рекламных агентствах по изготовлению матриц.

**МОДЕРАТОР** проводит маркетинговые исследования на базе метода фокус-групп. Фокус-группа - это группа (6-15 человек) с определенными характеристиками, обеспечивающими репрезентативность, осуществляющая качественный анализ предмета обсуждения под руководством специально подготовленного ведущего (модератора). Преимущество проведения фокус-групп реализует основную предпосылку маркетинга: если вы хотите понимать своего потребителя, вы должны к нему прислушиваться. Очень многое можно извлечь из внимательного отношения к потребителю, описывающему товар на собственном опыте, рассказывающего о своих покупках, а также о своем восприятии достоинств и недостатков товаров, пользуясь личным языком. Такого рода информация может указать на потенциальные затруднения и перспективы, а также на возможные стратегии маркетинговых программ, которые иначе бы ускользнули от внимания руководства.

**ОЦЕНЩИК НЕДВИЖИМОСТИ** – производит оценку объектов собственности для купли-продажи квартир, дач, земельных участков, страхования имущества, получения кредита, уплаты налогов; оценку и переоценку недвижимости, машин и оборудования; переоценку основных фондов предприятий. Проводит экспертизу, составляет заключение об оценке.

**ПЕЙДЖМЕЙКЕР** - специалист-художник, работающий в издательствах или рекламном бизнесе; трансформирует рекламные идеи в привлекательные сообщения, разрабатывает художественную концепцию рекламной программы; иллюстрирует художественные и рекламные тексты. Ему необходимы художественные способности, знание компьютерных арт-программ, гибкое мышление, хорошее цветоразличение.

**ПАСТИЖЕР** - осуществляет изготовление изделий на заказ из натуральных волос.

**ПЛАСТИФИКАТОР** - специалист по разработке пластических композиций для моделей в рекламном, фото- бизнесе, боди-арт и т.п.

**ПРОКУРИСТ** - доверенный представитель торгового предприятия, имеющий широкий объем полномочий на совершение всякого рода сделок при сохранении права собственника предприятия на контроль за их исполнением.

**ПРОМОУТЕР** - (англ. promoter- прожектер, содействующий, продвигающий) - представитель компании по сбыту: поддерживает имидж фирмы, отвечает за продвижение проектов фирмы, занимается прямой рекламой товаров фирмы, работает с сетью магазинов, содействует продажам товара. В обязанности такого специалиста входит работа с прохожими и посетителями магазинов: он предлагает им определенный товар. Лучший вариант для промоутера — работа на выставке или презентации. Промоутер может работать как от агентства, так и напрямую от фирмы. Труд промоутера, как правило, оплачивается по завершении рекламной компании.

**ПСИХОЛОГ ПО ПОТРЕБЛЕНИЮ** - занимается анализом человеческого поведения и мотивации, связанных с покупательскими привычками и стереотипами, проводит обследование и психологическое тестирование с целью определения реакции потребителя на новые продукты и услуги, оказывает содействие в подготовке эффективных рекламных сообщений и слоганов; может работать совместно с маркетологом, треб. спец. курсы.

**РЕКРУТЕР** – сотрудник кадрового агентства. Появление этой профессии связано с активным развитием в стране кадрового бизнеса вообще и рынка кадровых агентств, в частности. Рекрутер - это человек, подыскивающий для организации или компании по ее заказу того или иного работника. Зачастую кадровым агентствам приходится заниматься поиском специалистов, обладающих редкими знаниями, специфическими квалификациями, имеющих профессиональный опыт в какой-то узко специализированной сфере. Такой вид поиска называется хэд-хантингом (в переводе с английского -- охотник за головами). В данном случае используется весь инструментарий охоты за ценным сотрудником - от поиска информации об интересующем человеке по самым разным каналам до звонков и встреч с ним под различными предлогами. Как рассказала мне представитель одного из минских кадровых агентств, иногда случаются истории с почти детективным сюжетом. Под предлогом просьбы о консультации и ссылаясь на общих, иногда мнимых знакомых, необходимо заставить потенциального кандидата встретиться на нейтральной территории, в парке или кафе. Сделать это достаточно непросто, так как такой человек не заинтересован в поиске новой работы и не собирается ничего менять. В процессе беседы нужно найти такие аргументы, чтобы заинтересовать его новыми перспективами и убедить в пользу нового предложения. Кстати, в московских агентствах нередки случаи, когда за тем или иным человеком порой приходится летать по всему миру - в Египет, Англию, Канаду.

Основные требования, предъявляемые к рекрутерам - обучаемость, активность, коммуникабельность, презентабельность. Как показывает практика, большинство из них - молодые люди до 30 лет, многие имеют психологическое или педагогическое образование, что является очень важным при работе с клиентом.

**РЕСЕПШИОНИСТ** (Reception) – это сотрудник, работающий на первичном приеме клиентов по телефону и лично. Ресепшионист встречает, приветствует клиентов, адресует их к соответствующим сотрудникам компании; занимается регистрацией посетителей и телефонных звонков; сортировкой корреспонденции. Также ресепшионист разъясняет посетителям, каким образом можно получить информацию по интересующим их вопросам.

**ТОВАРОВЕД** на предприятиях и в организациях торговли и общественного питания изучает спрос на товары, составляет проекты договоров с поставщиками, следит за поставкой товаров в нужном ассортименте, соответствующего качества и в договорные сроки.

Должен знать: основы товароведения, организацию торговли и общественного питания, ассортимент товаров, правила приемки, хранения и реализации товаров, методы изучения покупательского спроса, оперативный учет и отчетность.

Профессионально важные качества: аналитическое мышление; большой объем долговременной памяти; эмоциональная устойчивость.

**СИСТЕМНЫЙ АДМИНИСТРАТОР** (Сисадмин), обеспечивает бесперебойное функционирование всех компьютеров организации. К нему обращаются, когда что-то ломается или зависает. Именно он следит за тем, чтобы весь высокотехнологичный парк машин со всеми базами данных, необходимыми для жизнедеятельности компании, работал как часы. В обязанности таких сотрудников может входить все, что хоть сколько-нибудь связано с информационными технологиями: настройка оборудования, закупка компьютерной техники, установка и поддержание работы серверов, разработка web-сайта, администрирование баз данных и почтовых серверов и многое другое.

В действительности сисадмин-универсал, который и сеть протягивает, и сервисы настраивает, и программы пишет, и с web-сайтом работает, — большая редкость. Как правило, в больших компаниях есть технические отделы, в которых трудятся несколько специалистов. Каждый из них отвечает за определенный участок. Например, двое занимаются организацией сети в фирме, несколько человек работают с почтой, web-сервером, базой данных и прочими сервисами, а еще двое или трое помогают пользователям, решая проблемы с OS Windows. В не столь крупных организациях со всеми вопросами информационного и технологического обеспечения управляются один-два специалиста. Вот в этом случае Сисадмин (именно с большой буквы) должен уметь выполнять любую работу, то есть не только знать, но и уметь разбираться в высоких технологиях и во всем, что с ними связано.

**SEO-ОПТИМИЗАТОР**. В последнее время на job-сайтах и в СМИ стала все чаще появляться вакансия SEO или SEO-оптимизатор. А по-русски - специалист по продвижению сайтов. Появление этой специальности связано с несколькими факторами. Во-первых, интернет-реклама стала более привлекательна и выгодна для компаний-рекламодателей. Во-вторых, рост количества интернет-пользователей и провайдеров в нашей республике. Соответственно, появляется все больше специализированных компаний, предлагающих услуги по продвижению сайтов, а крупные компании нанимают собственного SEO в штат. SEO - это специалист, который занимается оптимизацией и продвижением веб-сайта в поисковых системах, проводит комплексный интернет-маркетинг. Продвижение, или раскрутка, интернет-сайта направлена на увеличение посещаемости сайта, перевода его на первые позиции в рейтингах поисковых систем. В конечном итоге это приводит к притоку новых клиентов, увеличению объема продаж. Поскольку сама специальность появилась лишь несколько лет назад, то большинство SEO - это бывшие системные администраторы, часто, впрочем, совмещающие и ту, и другую функцию.

**СИСТЕМНЫЙ АНАЛИТИК (ПОСТАНОВЩИК ЗАДАЧ**) - это специалист, предметом деятельности которого является построение автоматизированных систем управления корпоративными бизнес-процессами.

Основные области задач: процессы принятия решений; процессы внутрикорпоративного взаимодействия и контроля; документационное обеспечение управления; объединение ресурсов разнородных информационных систем и консолидированное информационное обслуживание. В его обязанности входит анализ существующей информационной системы, формализация требований, оптимизация системы под текущие задачи бизнеса, постановка задач программистам, участие во внедрении нового программного обеспечения.

В зону ответственности системного аналитика входит предпроектное обследование, анализ и описание корпоративных бизнес-процессов; движение требований, формирование технических заданий; моделирование автоматизируемых бизнес-процессов (технологическое, информационное и функциональное моделирование); разработка проектной, сопроводительной и эксплуатационной документации; оперативное взаимодействие с заказчиками, с группами программной реализации и инженерами по внедрению и сопровождению информационных систем. В результате системный аналитик должен стать носителем проектной технологии в кратчайшие сроки и активно развивать ее в процессе своей деятельности.

Должности системных аналитиков, как правило, входят в специальные консалтинговые структуры и штат предприятий, производящих или использующих сложное оборудование (или услуги, в том числе системы управления производством).

Для занятия этой должности претенденту необходим опыт анализа и моделирования бизнес-процессов крупных торговых и производственных компаний, формализации требований, написания технических заданий на разработку информационных систем, знание технологий разработки 1C, Delphi, Oracle, средств описания бизнес-процессов.

Хорошие специалисты такого профиля встречаются достаточно редко и всегда востребованы. Плюсы: интересная работа, широкий круг общения, достаточно высокий статус, высокая оплата труда. Минусы: сложная процедура подготовки, нерегламентированный рабочий день, работа с большими объемами информации.

**ТЕХНИК-ПРОГРАММИСТ** – выполняет работу по обеспечению механизированной и автоматизированной обработки поступающей в вычислительный (информационно-вычислительный) центр (ВЦ, ИВЦ) информации, разработки технологии решения экономических и других задач производственного и научно-исследовательского характера. Принимает участие в проектировании систем обработки данных и систем математического обеспечения машины. Выполняет подготовленные операции, связанные с осуществлением вычислительного процесса, ведет наблюдение за работой машин. Составляет простые схемы технологического процесса обработки информации, алгоритмы решения задач, схемы коммуникации, макеты, рабочие инструкции и необходимые пояснения к ним. Разрабатывает программы решения простых задач, проводит их отладку и экспериментальную проверку отдельных этапов работ. Выполняет работу по подготовке технических данных в вычислительную машину, по накоплению и систематизации показателей нормативного и справочного фонда, по разработке форм исходящих документов, по внесению необходимых изменений и своевременному корректированию рабочих программ. Участвует в выполнении различных операций технологического процесса обработки информации (прием и контроль входной информации, подготовка исходных данных, обработка информации, выпуск исходящей документации и передача ее заказчику). Ведет учет использования машинного времени, объемов выполненных работ.

**РИЭЛТОР** (агент по недвижимости). Активно развиваться эта профессия в Беларуси начала после того, как в конце 80 - начале 90-х появилась возможность для физических и юридических лиц проводить операции с недвижимостью (купля-продажа). По оценкам специалистов, в крупных белорусских городах на сегодняшний день приватизировано около 70% жилого фонда. О бурном развитии этого сегмента рынка говорит и тот факт, что сегодня в республике насчитывается более двухсот агентств недвижимости. Неудивительно, что специалисты по оказанию данного вида услуг пользуется все большим спросом.

В задачу риэлтора входит юридически грамотное оформление сделки, ее полное технологическое сопровождение. Работодатели считают, что наиболее способны к этой профессии женщины от 22 до 45 лет. У них выше чувство ответственности, более высокая способность к обучению. В работу агента по недвижимости неплохо включаются люди, имеющие опыт в коммерческой деятельности, в области сетевого маркетинга и продаж, поскольку обладают таким ценным качеством, как чувство клиента. В риэлторы весьма успешно переквалифицируются бывшие работники социальной сферы, страховые агенты, учителя, психологи, которых в последнее время подготовлено чересчур много. Их главный козырь - умение общаться, убеждать.

**СПЕЦИАЛИСТ ПО КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ** – специалист, отвечающий за разработку системы внутрикорпоративных ценностей и воплощение их в повседневную деятельность сотрудников. В его должностные обязанности входит выяснение представлений руководства и сотрудников о цели и задачах предприятия, его месте в деловой и общественной жизни, на основе чего разрабатываются возможные варианты сплочения коллектива для достижения общей цели. Предполагается, что таким образом достаточно серьезно повышается эффективность деятельности данного предприятия или организации. Для достижения этого результата разрабатывается стратегия корпоративных мероприятий, которая может включать в себя специальные поездки, конференции, семинары, тренинги и т.п. Кроме того, специалист по корпоративной культуре должен организовать и контроль исполнения внедрения корпоративной культуры в среде сотрудников, по мере необходимости корректировать эту деятельность, отслеживать эффективность реализации проекта, готовить аналитические справки и статистические отчеты по достижению цели, разрабатывать корпоративные мероприятия и т.д.

В связи с этим чаще всего эта должность входит в штатные расписания крупных предприятий и организаций с большим количеством высококвалифицированного персонала и горизонтальной системой управления. Существуют также и фирмы, специализирующиеся на предоставлении таких услуг. Отдельные подразделения по разработке и внедрению корпоративной культуры могут включать в себя крупные PR -агентства и консалтинговые фирмы. Однако даже в этом случае на предприятии должен быть сотрудник, в чьи обязанности входил бы мониторинг ситуации в этой сфере. В ряде случаев эти функции выполняют сотрудники служб персонала.

**СОМЕЛЬЕ** - слово французское, адекватного перевода на русский нет, потому что ни в одном другом языке мира такого понятия просто не существует. Однако объяснить, что оно означает, можно. Вот как определяет его Жорж Пертюизе, президент Союза сомелье Франции: «Сомелье - это человек, ответственный за напитки в ресторане, дающий советы по выбору вин и напитков, сервирующий их или следящий за их подачей клиенту вплоть до момента, когда тот покидает зал».

**СОЦИАЛЬНЫЙ РАБОТНИК** – оказывает материально-бытовую помощь и морально-правовую поддержку инвалидам, одиноким престарелым людям, многодетным матерям, детям-сиротам, лицам, страдающим тяжкими недугами, алкоголикам и наркоманам, бедствующим гражданам, находящимся в состоянии психической депрессии в связи с экологическими катастрофами, межнациональными конфликтами и войнами, потерей близких, семьи, жилья и т.п. Выявляет граждан, нуждающихся в такой помощи, определяет характер и объем необходимой помощи.

**СТИЛИСТ.** Сама эта профессия намного старше своего определения. Художники театра и кино, например, тоже создают полностью весь образ персонажа — от макияжа до костюма — и способны перевоплотить актера из одной личности в другую посредством трех основных составляющих: одежды, прически и макияжа. В соответствии с теми же тремя китами красоты сегодня выделяют и три специализации профессии стилиста, которые могут существовать и как абсолютно самостоятельные виды деятельности:

• дизайн одежды;

• парикмахерское искусство;

• визаж.

Во многих учебных заведениях уже имеется курс «Стилист» или «Стилист-имиджмейкер». Подобное образование получают либо комплексно, по всем трем направлениям профессии, либо поэтапно, развернуто по каждому из них. Так как специальность эта у нас достаточно новая, развивающаяся, пока сложно сказать однозначно, каким путем лучше идти к намеченной цели. Специфика данной деятельности — в огромном объеме знаний, умений, мастерства, которые сегодня постоянно меняются, совершенствуются в силу появления новых технологий и визуальных решений. За всеми новинками нужно постараться уследить. Во многом, поэтому абитуриенты часто решают получать образование поэтапно по каждой из трех основных направлений профессии.

**Визажист-стилист** — специальность, пришедшая из мира театра и кино и призванная осуществлять коррекцию имиджа клиента средствами косметологии, то есть грамотно скрывать недостатки и подчеркивать достоинства его лица.

**Парикмахер-стилист** отличается от обычного парикмахера тем, что способен создать эксклюзивную прическу, отвечающую последним тенденциям моды, опираясь на широкие знания в области техники стрижки, окрашивания и укладки. Он не станет пытать клиента, что именно сделать с его шевелюрой. Навыки в области диагностики структуры волос, внешности человека позволяют мастеру предлагать индивидуальные стилистические решения, подчеркивающие направление моды и общий стиль клиента: манеру одеваться, держать себя в обществе, специфику его должности и многое другое.

**Дизайнер одежды** — профессия, включающая в себя три направления: шитье, вязание и рукоделие. Эта специальность дает необходимое стилисту представление о типах фигуры, знания по истории костюма, модные тенденции в моделях одежды, тканях, аксессуарах. Специальность дизайнера одежды, или, как еще говорят, художника одежды часто становится у начинающего стилиста первой.

**ТОРГОВЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ.** Газетные полосы пестрят объявлениями: «Требуются торговые представители» (в иных объявлениях - «менеджеры по продажам»). Работа торгового представителя (или агента) на первый взгляд кажется простой: не требуется специального образования, только работай ногами и головой, улыбайся, будь настойчив - и добьешься успеха предлагая товары фирмы. В реальности круг его обязанностей гораздо шире. Торговый представитель:

— осуществляет продажи продукции компании на определенной территории или отдельным клиентам;

— обеспечивает выполнение плана продаж посредством увеличения объема продаж существующим клиентам и поиска новых клиентов;

— поддерживает регулярные контакты с определенным кругом клиентов;

— в рамках своих полномочий обсуждает условия контрактов и контролирует их исполнение;

— осуществляет контроль за выкладкой товаров в местах продаж

— собирает и передает руководству информацию об отношении продавцов и конечных потребителей к товарам своей фирмы и товарам конкурирующих фирм.

На современном рынке труда можно выделить должности торгового представителя и торгового агента. Фактически они выполняют одинаковые функции, но агент занимается непосредственно продажами, а представитель - контролем выполнения плана, допродажами и установкой необходимого оборудования в рекламных целях в точках продаж. Во многих компаниях торговый представитель подчиняется супервайзеру либо непосредственно начальнику отдела продаж, что зависит от размера компании.

Одним из объективных требований, предъявляемых к сотрудникам, является презентабельный внешний вид, т.к. в процессе общения клиентов с торговым представителем складывается мнение обо всей организации. Важна для представителя и техника ведения переговоров. Часто требуется наличие водительских прав и личного автомобиля, а также опыт вождения.

Для успешного выполнения своих функций торговым представителям необходимы такие качества, как коммуникабельность, желание работать в команде и зарабатывать, ответственность и пунктуальность, амбиции по поводу карьерного роста.

**СУПЕРВАЙЗЕР** (Supervisor) – специалист по контролю за деятельностью различных объектов: как производственных, так и торговых. Супервайзером называется руководитель торговых представителей. Главная задача супервайзера - это координация работы. Супервайзер доводит до сведения подчиненных сотрудников поставленные перед ними задачи, распределяет участки работ между ними, например, распределение маршрутов по торговым точкам.

Также обязанностью супервайзера является разработка системы мотивации подчиненных - поощрений и взысканий.

**ФЛОРИСТ** — профессия не только творческих, но и образованных людей, которым не обойтись без элементарных сведений по агрономии и ботанике. Ведь важно знать не только название цветка (представьте на мгновение выражение лица покупателя, которому вы по незнанию подсунули вместо анютиных глазок астры или анемону взамен амариллиса), но и где он растет, в каких условиях, на каких почвах и как за ним ухаживать. Не лишним будет также иметь представление о некоторых нюансах биологии растений. Не все цветы уживаются друг с другом.

Например, в одной вазе с ландышами многие растения вянут. Лилии и нарциссы лучше вообще ставить отдельно от других цветов. А вот тюльпаны объединяют с нарциссами в один букет только после того, как последние простояли в воде в течение суток. Грош цена специалисту, который не разбирается в удобрениях и ядохимикатах (хотя бы в их названиях). Да, много нужно знать, чтобы покупатели могли обратиться за советом к вам как профессионалу.

Что ни говорите, а мода на цветы вечна. И диктовала ее всегда старушка Европа. Специалист в области фитодизайна должен не только быть в курсе последних тенденций и новинок сезона, но и идти на шаг впереди. Помните, еще не так давно дарили охапки цветов и одиночные розы на длинных стеблях, а теперь преподносят скромные маленькие букетики в причудливо оформленных корзинах.

А какую только упаковку ни предлагают сегодня в цветочных магазинах — загляденье! А широкий ассортимент аксессуаров, включающих в себя буквально все: от искусственных бабочек, жучков‑букашек, которые придадут живость любой композиции, до красивых, искусно сплетенных корзин! И во всем этом надо не только разбираться, но и уметь применять.

Для начала вам необходимо выбрать подходящие курсы, прекрасно, если удастся сочетать учебу с работой. Не помешает и знание ПК: тотальная компьютеризация затронула и сферу цветочного бизнеса. У вас не будет отбоя от работодателей, если помимо фитопремудростей удастся изучить основы компьютерной графики, которую используют для подготовки ландшафтных дизайнеров.

Определитесь, кем именно вы хотите стать: фито– (аранжировщик, флорист-дизайнер) или ландшафтным дизайнером. В любом случае необходимо изучить основы агрономии (почвоведение, агрохимию), основы элементов и принципов дизайна и аранжировки, правила составления букетов, характеристику стилей, научиться выбирать растительный материал, узнать, что такое зимний сад и икебана.

Фитодизайнер работает с растениями и сухим материалом (сухоцветы, ветки, листья, перья птиц, мох и т. д.). Он создает композиции и украшает ими офисы и дома.

**ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИТИК.** Финансовая аналитика ― одно из самых молодых направлений в экономике. Финансовые аналитики анализируют деятельность компании и, владея полной информацией о ее финансовом положении, оценивают целесообразность тех или иных расходов в данный момент. Финансовый анализ состоит из трех этапов:

Сбор информации – изучаются все возможные источники: документы бухгалтерии, результаты маркетинговых исследований, финансовые отчеты, открытые аналогичные документы других компаний схожего профиля и типа деятельности.

Анализ - специалист синтезирует и обобщает информацию, отделяя важное от малозначительного, сопоставляет факты, цифры, события. В общем, формирует свое видение ситуации.

Подготовка и составление итогового отчета - на основании сделанных заключений и выводов аналитик дает прогнозы относительно будущего развития компании, советы по дальнейшему инвестированию и финансовой политике.

Основных вариантов трудоустройства у финансового аналитика два: штатная работа в крупной компании; сотрудничество с фирмой, оказывающей консалтинговые и финансовые услуги. Минимальные требования работодателей к финансовому аналитику:

-высшее финансовое или экономическое образование;

-опыт работы в финансовой сфере не менее двух лет;

-математический склад ума;

-желание учиться.

**ХОЗЯЙКА УСАДЬБЫ** - выращивает сельскохозяйственную продукцию (растения, животных) на собственной или арендованной земле, технике, недвижимости. Следит за состоянием животных и выращиваемых растений, ухаживает за ними, проводит мероприятия по повышению их продуктивности. Занимается селекцией, сбором, переработкой, хранением и реализацией продукции. Заботятся об увеличении урожайности, сохранении поголовья, заготовке кормов, борется с вредителями сельскохозяйственных культур, оказывает ветеринарную помощь.

**ЭКОЛОГ** - контролирует выполнение законов, инструкций, правил и норм по охране окружающей среды. Проводит исследовательские работы по очистке промышленных сточных вод, предотвращению загрязнения окружающей среды и выбросов вредных веществ в атмосферу, ликвидации технологических отходов. Анализирует работу природоохранных объектов и состояние окружающей среды.

**ЭКОНОМИСТ** - готовит данные для планирования производственной и финансовой деятельности, проводит экономический анализ и определяет экономическую эффективность работ, исследований и разработок. Обобщает статистические материалы, составляет экономические обоснования, разрабатывает бизнес-планы и периодическую отчетность.

**ЭПИДЕМИОЛОГ-КАРТОГРАФ** – в своей работе использует новейшие достижения технического прогресса: фотографии поверхности Земли, мощные компьютеры, огромные базы данных, для того, чтобы предсказать направление распространения новых эпидемий по миру и составить подробнейшую карту, которая поможет врачам-эпидемиологам принять своевременные меры в потенциальном очаге заболевания.

Эта новая сегодня профессия на самом деле была известна раньше. Еще в 18 веке медики пытались наносить на карты зоны, в которых бушевала эпидемия. Однако такие карты не помогали предсказывать, где именно болезнь возникнет через некоторое время. Эпидемиолог-картограф использует данные, полученные со спутников НАСА для того, чтобы выстроить четкую картину изменений в атмосфере местности, являющейся потенциальной зоной очередного очага заболевания - дожди и засухи, смена времен года, температура воздуха и т.д. Он сопоставляет эти данные с уровнем роста эпидемии и отчетами из больниц, и создает карту заболевания, а так же предсказывает очаги его распространения.

**Десять профессий будущего:**

1) специалист по информационным технологиям;

2) эколог;

3) менеджер по подбору персонала;

4) биотехнолог;

5) ландшафтный дизайнер;

6) психоаналитик;

7) логистик;

8) аудитор;

9) бренд-менеджер;

10) имиджмейкер.

**Приложение 1**

**Тест «СТОИТ ЛИ ВАМ ВЫБРАТЬ ПРОФЕССИЮ ЛОГИСТИКА?»**

1. Если бы Вы имели возможность выбирать профессию, кем бы вы предпочли быть?

А) капитаном торгового судна;

Б) космонавтом — исследователем;

В) профессиональным спортсменом;

2. Какая игра Вам нравиться больше?

А) покер; Б) бильярд; В) мозаика;

3. Если Вам предстоит поездка, то вы:

А) оповещаете об этом своих близких;

Б) ничего им не говорите;

В) вскользь упоминаете, что поедете куда-то;

4. Если Вы замечаете, что с рабочего места исчезает нужная Вам вещь, то вы:

А) ищете её;

Б) думайте что её кто-то украл;

В) сразу находите способ обойтись без неё и забываете о досадном недоразумении.

5. В условиях экономического кризиса необходимо:

А) найти способ извлечь выгоду;

Б) постараться защитить себя от возможных социальных последствий;

В) посмотреть, как будут развиваться события.

6. Если Вы принимали участие в разговоре, то:

А) можете воспроизвести все реплики;

Б) можете передать только основные мысли беседы;

В) можете сформулировать лишь свою точку зрения.

7. Продолжите ряд чисел: 35, 7, 42, 6, 48...

А) 5;

Б) 51;

В) 8.

8. Продолжите ряд: о, н, Р, й, К, е...

А) Г;

Б) Д;

В) д.

9. Знаете ли Вы чего хотите от жизни, каковы Ваши цели на ближайшее время?

А) я точно знаю к чему стремлюсь;

Б) жизнь прекрасна, удивительна, она интересна именно своей неожиданностью;

В) я точно знаю что будет завтра, а дальше не загадываю.

10. Можете ли Вы в конце дня точно сказать, сколько времени и где вы потратили зря?

А) время деньги; я веду точный счёт того и другого;

Б) главное знать, почему потеряно время, и не повторять прошлых ошибок;

В) нам не дано предугадать.

Посчитайте баллы:

1. А) 10 Б) 5 В) З

2. А) 5 Б) 10 В) З

3. А) 10 Б) 3 В) 5

4. А) 5 Б) 3 В) 10

5. А) 10 Б) 3 В) 5

6. А) 10 Б) 5 В) 3

7. А) 10 Б) 5 В) З

8. А) З Б) 5 В) 10

9. А) 10 Б) З В) 5

10. А) 10 Б) 5 В) З

80-100 баллов. Ваша судьба стать первоклассным менеджером по логистике. На ваших складах всегда будет нужное количество товаров, информационные потоки будут двигаться только так, как вы спланируете, а транспортные проблемы будут решаться в два счёта. Ваши способности, логическое мышление, организованность и интуиция позволят достичь небывалых высот в области самосовершенствования. Таможня даёт «добро»!

45-79 баллов. Вам следует начать с освоения какой — либо конкретной области логистики, попробуйте анализировать движение товара. Возможно, Вам будет интересно изучить правила оформления документов для растаможивания груз. Ваши педантичность и аккуратность могли бы стать залогом успеха в области логистики. Если вы ещё не решили, чем заняться, попробуйте получить практические навыки или образование в этой области.

0-44 баллов. Движение и хранение грузов? Боже, как это скучно! Должно быть, Вам ближе романтика дальних странствий, чем моделирование перемещений торб, груженых какими-то товарами. Складирование что может проще? Где положил, там и взял. Короче, в жизни есть масса более интересных проблем, которые ждут своего решения. Дерзайте! Должно быть, они ждут именно Вас.

**Приложение 2**

**ТЕСТ «ВЫЙДЕТ ЛИ ИЗ ВАС ХОРОШИЙ МЕНЕДЖЕР?»**

Представьте себя в роли менеджера и выделите предложение, которое ближе всего соответствует вашей реакции на приведенные ниже ситуации.

1. Если на работе надо выполнить неприятные функции, то я:

а) сделаю это сам;

б) поручу это в качестве наказания тому, кто отлынивал от работы;

в) буду долго колебаться, прежде чем просить подчиненного сделать это;

г) попрошу кого-нибудь сделать это.

2. Если мой начальник покритикует меня, то я:

а) расстроюсь;

б) покажу начальнику, в чем он не прав;

в) попытаюсь извлечь уроки из критики;

г) извинюсь за свой проступок.

3. Если работник не справляется со своими обязанностями, то я:

а) предоставлю ему или ей полную возможность совершить крупную ошибку;

б) прежде чем уволить работника, сделаю все, что в моих силах, чтобы помочь ему начать работать нормально;

в) буду откладывать увольнение этого работника как можно дольше;

г) избавлюсь от этого работника как можно быстрее, если он оказался неспособным.

4. Если мне повысили зарплату не настолько, насколько я ожидал, то я:

а) совершенно определенно выскажу начальнику все, что думаю по этому поводу;

б) промолчу;

в) ничего не скажу, но найду другие способы показать начальнику мою неудовлетворенность;

г) спрошу начальника, почему мне не повысили зарплату на большую сумму.

5. Если подчиненный продолжает игнорировать мои указания после третьего предупреждения, то я:

а) попробую поручить ему или ей другую работу;

б) буду продолжать настаивать на своем, пока работа не будет выполнена правильно;

в) скажу ему или ей, что если в следующий раз работа не будет выполнена правильно, то другого раза уже не будет;

г) попытаюсь каким-то иным образом объяснить, чего я добиваюсь.

6. Если начальник отвергнет мое хорошее предложение, то я:

а) спрошу почему;

б) уйду и расстроюсь;

в) попробую снова высказать его позже;

г) подумаю о том, как изменить форму предложения, чтобы добиться успеха.

7. Если коллега покритикует меня, то я:

а) отвечу ему двойной дозой критики;

б) стану избегать его в будущем;

в) попробую разобраться, была ли критика обоснованной;

г) буду переживать по поводу того, что этот коллега меня не любит.

8. Если кто-то пошутит так, что я не пойму шутку, то я:

а) рассмеюсь вместе со всеми;

б) скажу, что это была неумная шутка;

в) скажу, что я не понял шутки;

г) почувствую себя глупцом.

9. Если кто-то указывает на мои ошибки, то я:

а) порой их отрицаю;

б) чувствую себя провинившимся;

в) осознаю, что всем людям свойственно ошибаться;

г) начинаю испытывать неприязнь к этому человеку.

10. Если кто-то, работающий на меня, провалит дело, то я:

а) вспылю;

б) ни за что не скажу ему или ей об этом;

в) обсужу с этим человеком, как правильно выполнить задание, и буду надеяться, что в следующий раз он или она поступит верно;

г) больше не поручу подобную работу этому человеку.

11.Если бы мне пришлось говорить с самым высшим руководителем, то я:

а) не смог бы смотреть ему в глаза;

б) чувствовал бы себя неловко;

в) слегка бы нервничал;

г) был бы рад встрече.

12. Если подчиненный попросит меня оказать ему любезность, то я:

а) иной раз выполню просьбу, в другой раз — нет;

б) почувствую себя неловко, если не окажу любезность;

в) никогда не стану оказывать никаких любезностей, с тем, чтобы не создавать прецедент;

г) всегда пойду навстречу.

Вас интересует результат? Поставьте по баллу за каждый правильно выбранный ответ, которые предложены ниже.

1. - А 5. - Г 9. - В

2. - В 6. - А 10. - В

3. - Б 7. - В 11. - Г

4. - Г 8. - В 12. – А

Ваш потенциал менеджера измеряется следующим образом:

10 - 12 — отлично, 8 - 9 — хорошо, 6 – 7 — удовлетворительно,

меньше 6 — плохо.