|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Новые профессии**  **Новые профессии** – термин, обозначающий совокупность профессий, появление которых на рынке труда связано, главным образом, с переходом России к смешанной экономике с соответствующей рыночной инфраструктурой. В числе других причин - внедрение новых технологий, существенное обновление функций работников в рамках должностей, формально сохраняющих прежние наименования. К ним относятся такие, как мерчендайзер, девелопер, коучер, копирайтер, супервайзер, промоутер, андеррайтер, трейдер и др.  Многие из новых названий еще не вошли в словари и не стали фактом литературного языка. Пока они скорее относятся к профессиональным жаргонам. Порой они известны только специалистам в данной области. Употребление таких слов отпугивает непосвященных, что, впрочем, и требуется. Но современному человеку, претендующему на общепризнанную широту кругозора, не помешает разбираться в данной терминологии, поэтому ниже мы приводим расшифрованный список некоторых новых профессий.  АКВИЗИТОР Сотрудник или агент транспортных или страховых предприятий, в обязанности которого входит привлечение новых грузов или страхований.  АНАЛИТИК – производит сбор, систематизацию, интерпретацию и анализ конъюнктурной информации, составление обзоров и прогнозов в различных сферах трудовой деятельности.  АНДЕРРАЙТЕР – (в буквальном переводе с нем. – "подписчик"): 1) гарант, поручитель, берущий на себя обязательство разместить определенное количество вновь выпущенных акций, облигаций и ценных бумаг путем их покупки для последующей распродажи инвесторам; 2) в страховании - лицо, уполномоченное страховой компанией принимать все виды риска. Андеррайтер отвечает за формирование страхового портфеля. Двое или больше андеррайтеров часто образуют биддинг-синдикат с целью представить предложение на гарантию размещения нового выпуска муниципальных ценных бумаг.  АУДИТОР Лицо, уполномоченное финансовым органом или приглашенное предприятием, фирмой провести проверку его отчетности и финансового положения. Дает оценку степени риска и эффективности предполагаемых операций.  БАЙЕР – специалисты, которые занимаются отбором и закупкой дизайнерских коллекций для бутиков и розничных магазинов. Их роль в индустрии моды велика – именно они отбирают наиболее удачные и коммерческие идеи дизайнеров, определяя ту моду, которая выходит на улицы. В основе их работы – прогноз предпочтений покупателей, при этом подходы к подбору коллекций зависят от позиционирования бутика или магазина и ориентации на те или иные группы покупателей.  БАРМЕН – работник бара, занимающийся обслугой клиентов бара. В обязанности входит: поддержание чистоты и порядка в баре, соблюдение очередности отпуска продукции, контроль за соблюдение чистоты посуды, четкое соблюдение рецептуры входящих в коктейль ингредиентов, сервисное обслуживание посетителей алкогольными и безалкогольными напитками, сверка наличия алкогольных и безалкогольных напитков в баре с накладными, прием и хранение товара, знание ассортимента в баре, измерение количества проданного товара, подсчет денежных средств, поступивших в кассу. Качества, обеспечивающие успешность выполнения профессиональной деятельности: хорошие знания правил подачи напитков, умение общаться с барными аксессуарами и инструментами, хорошее развитие моторики рук, обоняния и долговременной памяти, умение быстро переключаться с одного вида деятельности на другой, быстрота реакции, коммуникативные способности, аккуратность, вежливость, обязательность, презентабельная внешность, хорошие манеры, терпеливость, чистоплотность и др.  БЛОГЕР - Человек, который получает деньги за размещение скрытой рекламы в собственном блоге (авторский интернет-дневник на свободную тему) вперемешку с личными записями. Пиар в блогосфере приносит компаниям результаты постольку, поскольку позволяет выйти за рамки глупой прямолинейной рекламы и пленить наивного потребителя в режиме дружеского разговора. Для такой работы надо уметь писать и быть в теме.  БРЕЙДЕР – это парикмахер, специализирующийся на заплетании кос. И поскольку такие прически приобрели большую популярность, люди, умеющие их делать, становятся все более востребованными.  БРЭНД-МЕНЕДЖЕР Менеджер, занимающийся продвижением определенной торговой марки. По-английски brand — «клеймо», «сорт». «Брендом» называется «всемирно известная торговая марка». Выпускать «бренд» – мечта каждой фирмы. Суть работы бренд-менеджера состоит в том, чтобы обеспечить процветание, а в идеале – лидерство «бренда» на рынке. Представьте себе: вы зашли в магазин и сразу начинаете искать товар определенной фирмы. Вы не успели перепробовать всего остального, но твердо убеждены, что именно это устроит вас больше всего. Это яркий пример хорошей работы... бренд-менеджера! А если вы, встретив незнакомого человека с тем же товаром в руках, сочли его единомышленником, то можно считать на этой фирме работают самые высококлассные профессионалы. Потому что «бренд» – не просто знакомая наклейка с названием выпускающей фирмы. Это культ. Во всяком случае, таковым его стараются сделать те, кто выпускает товары. Закрепить популярность того или иного фирменного знака можно, связав его в сознании людей с принадлежностью к особой социальной группе. Не правда ли Salamander или Mercedes стали символами качества и благосостояния?! Для этого создававшие их бренд-менеджеры трудились не одно десятилетие. А вот они – обязанности Приблизительный список обязанностей, которые предстоит выполнять бренд-менеджеру, таков: 1. Разработка концепции и продвижения, корректировка уже существующих «брендов», а также участие в разработке нового. Бренд-менеджер внимательно следит за изменениями пристрастий покупателей – как и почему снизился уровень продаж того или иного товара, какие тенденции дизайна, технических характеристик и т.п. становятся актуальны. Новинки появляются каждый год, причем требуют этого не покупатели – они, скорее, бывают удивлены находками конструкторов. Конкуренция фирм в предугадывании и формировании вкуса потребителя – суть состязания изобретательных бренд-менеджеров. 2. Ведение переговоров с поставщиками и дилерами, определение политики продаж. Бренд-менеджер решает, как и где продавать товар, чтобы о нем сложилось мнение как о продукции лучшего качества, доступной достаточно широкому кругу покупателей. 3. Контроль и анализ реализации продукции, формирование склада, заказ товара с учетом прогноза продаж. Если бренд-менеджер работает, например, в сфере модной одежды, он формирует коллекцию сезона. 4. Организация маркетинговых мероприятий, анализ рынка. 5. Финансовое планирование. Бренд-менеджеры определяют объем затрат, необходимых на «раскрутку» товара. 6. Разработка ценовой политики. Известно, что колебания цен на рынке происходят постоянно. Бренд-менеджеры определяют, когда объявлять распродажи со скидками или повышать цены, поскольку именно они находятся в «гуще событий» и могут гибко реагировать на изменение покупательского спроса. 7. Медиа-планирование. Часто на бренд-менеджере лежат обязанности менеджера по связям с общественностью. 8. Планирование и проведение рекламных кампаний. Бренд-менеджер выбирает рекламное агентство, ставит перед ним задачи, а затем одобряет или отклоняет их работу. 9. Проведение семинаров для менеджеров по продажам и продавцов салонов. 10. Отслеживание ассортимента и анализ спроса товаров у конкурентов. Очень часто первыми среди покупателей новинок бывают именно бренд-менеджеры конкурирующих фирм.  БРОКЕР Посредник при заключении сделок, анализирует рынок (товаров, услуг, ценных бумаг), находит потенциальных покупателей и продавцов, организует их взаимодействие, содействует проведению переговоров. Действует по поручению и за счет клиентов, получая от них вознаграждение (обычно в виде процента от суммы сделки).  БРОКЕР-ТРЕЙДЕР - член срочной биржи, который проводит операции, как за свой счет, так и по поручению клиентов.  БУКМЕКЕР Принимает денежные ставки при игре на скачках и бегах.  Web-ДИЗАЙНЕР Оформление сайтов, создание идеи и разработка макета сервера, создание стиля исполнения макета сервера, обеспечение наилучшего восприятия web-документов на экране монитора с учетом времени загрузки документов, пропускной способности канала передачи данных, размера графических файлов документа, качества цветной палитры, определение правил компоновки web-страниц, выбор формата, фона, количества и качества элементов оформления; создание стилевых образцов web-документов, работа с узлом Internet; написание программной части и кода страницы; управление гипертекстовыми документами; установка и работа со средствами подготовки и проверки web-страниц; создание интерактивных web-предложений; обновление, модернизация web-документов. Профессионально-важные качества: развитый эстетический и художественный вкус, высокий уровень развития образного мышления, высокий уровень развития памяти, высокий уровень развития распределения, объема, концентрации и переключения внимания, логическое мышление, аналитической мышление, развитая моторика пальцев, креативность, внимательность, терпеливость, усидчивость, тщательность и систематичность в работе, аккуратность, ответственность.  Web-МАСТЕР – специалист, создающий в сети Интернет страницу, часто поддерживает ее после окончания работ. Иногда совмещает обязанности с дизайнером или программистом.  ВАЛЬВЕОЛОГ – специалист, занимающийся вопросами сохранения здоровья человека (Вальвеология – наука о том, "как быть здоровым"); работает в области охраны труда, эргономики и психогигиены.    ДВОРЕЦКИЙ (батлер, мажордом, хаусхолд-менеджер, помощник по хозяйству) Задача дворецкого – следить за порядком в доме. Он подбирает обслуживающий персонал (горничных, поваров, слесарей, электриков, сантехников) и следит за их работой; отвечает на телефонные звонки, встречает-провожает гостей. В общем, требуется тактично-надежный менеджер.  ДЕВЕЛОПЕР – это одна из специализаций профессионала по операциям с недвижимостью (риэлтера). Деятельность девелопера заключается в следующем: он заказывает проект, покупает или берет в аренду участок земли, “привязывает” проект к участку, согласовывает подведение всех коммуникаций, строит объект – например, большое офисное здание. Затем он может сдать в аренду или отдельные офисы, или здание целиком. А может продать принадлежащую ему недвижимость. Главное – окупить все затраты и получить прибыль. Иностранный девелопер имеет возможность приобрести площадку, уже готовую для возведения недвижимости. Как финансировать строительство – использовать свои средства, привлекать инвесторов, брать кредиты в банках – тоже решать девелоперу. Необходимо прежде всего финансовое образование: важно верно оценить дисконтные потоки, просчитать будущий проект по затратам и многое другое. Не обойтись и без знания рынка недвижимости, цен, спроса и предложений, умения грамотно провести рекламную кампанию. В случае необходимости, девелопер должен быть готов своевременно и оперативно принять решение о перепрофилировании своего объекта для получения большей доходности. Кроме экономических, девелопер должен разбираться и в юридических вопросах. Иначе невозможно, например, просчитать возврат инвестиций. А чтобы выбрать метод возведения объекта, нужно знать строительные технологии. Так можно ли сказать, что девелопер – это вакансия? Видимо, некоторые податели объявлений называют девелопером управляющего проектом. Управляющий – это действительно наемный работник. А девелопер – работодатель, он сам нанимает персонал для работы над своей идеей и несет все риски.  ДЕКЛАРАНТ – специалист фирмы по работе на таможне: отслеживает оформление документации и движение грузов, требуется знание ВЭД, таможенного законодательства, ПК, умение работать в стрессовых ситуациях  ДЕЛАТЕЛЬ РЫНКА – участник финансового рынка, который постоянно котирует цены продавца и покупателя и вступает в сделки по одному или нескольким финансовым инструментам за свой счет  ДЖОББЕР – специалист-посредник на фондовой бирже. Основные задачи – покупка и продажа акций (в отличие от брокера, за свой счет). Важно владеть экономическими знаниями, не бояться рисковать.  ДИЛЕР Занимается куплей-продажей ценных бумаг, валют, различных товаров. Действует от своего имени и за свой счет. Прибыль дилера формируется из разницы цен (курсов) продавца и покупателя, а также за счет изменения цен (курсов) во времени  ДИСТРИБЬЮТОР Проводит анализ локального рынка (покупательной способности населения в своем регионе, его социального и возрастного состава), занимается микро-маркетингом, работает с конкретными людьми: рекламирует товар, используя знание психологии личных продаж. Несет материальную ответственность за товар, полученный на реализацию, ведет материальную и финансовую отчетность.  ЕВРОДИЗАЙНЕР ИНТЕРЬЕРА – Дизайнер, занимается отделкой жилых и офисных помещений по европейским стандартам качества, проводит эксклюзивные проекты, необходимы портфолио (каталог собственных работ), знание новейших европейских разработок.  ЗЕМЛЕУСТРОИТЕЛЬ Организация эффективного использования земель, их охрана, контроль за соблюдением земельного законодательства; составляет экспликации, производит съемку и др., составляет проекты межхозяйственного и внутрихозяйственного землеустройства с экономическим обоснованием, ведет земельно-учетную документацию, проводит мероприятия по землеустройству, обеспечивает безопасное проведение работ. Должен знать: Основные направления развития вопросов землепользования и землеустройства, руководящие материалы в области землепользования, технологию проведения землеустроительных работ, устройство геодезических и аэрофотографических инструментов и приборов, способы освоения и улучшения земель, системы противоэрозийных мероприятий, законодательство об охране природы. Профессионально важные качества: внимательность; аккуратность; хорошее зрение. Медицинские противопоказания: нарушение функций опорно-двигательного аппарата; плохое зрение; сердечно-сосудистые заболевания; поздняя стадия гипертонии.  IT-СПЕЦИАЛИСТ Занимается информационными технологиями, компьютерным обеспечением. Как правило, не программист, а специалист по оборудованию и телекоммуникациям.  ИМИДЖМЕЙКЕР Специалист, формирующий образ какого-либо лица (явления, предмета) для оказания им эмоционально-психологического воздействия при достижении политических, популяризаторских, рекламных и др. целей.  ИНДЕНТ-АГЕНТ – агент по сбыту, ведет за границей на комиссионной основе операции по продаже товаров, поступающих от иностранного поставщика  ИНЖЕНЕР-РЕЗИДЕНТ – специалист инженерно-консультационной фирмы, откомандированный для надзора за осуществлением оговоренного контрактом объема инжиниринговых услуг на месте реализации проекта и для непосредственного участия в работах.  ИПОТЕЧНЫЙ БРОКЕР. Задачей является подбор банка с оптимальной для клиента ставкой ипотечного кредита.  КОМИССИОНЕР Посредник в сделках, физическое или юридическое лицо, совершает за определенное вознаграждение сделки в пользу и за счет поручителя (комитента), но от своего имени.  КОММИВОЯЖЕР – (от франц. commis voyageur "путешествующий в коммерческих целях"); в Европе – устаревш., ныне употребляемое как "Комми": разъездной агент торговой фирмы, предлагающий покупателям товары по имеющимся у него образцам, каталогам.  КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖЕР – инициирует и поддерживает дискуссию на нужную тему на форумах, в блогах, комментаторских (обсуждения статей). Исследует мнение аудитории и ненавязчиво продвигает продукты или услуги компании. От соискателя требуется хорошее представление о том, как работает интернет и как ведут себя его пользователи.  КОНСИГНАТОР– агент по продаже партий товара за границей со своего склада и от своего имени за вознаграждение.  КОНФЕКЦИОНЕР Продавец, торгующий конфекцией (готовым платьем и бельем).  КОПИРАЙТЕР составитель рекламных и презентационных текстов. Задача заключается в том, чтобы кратко и доходчиво сформулировать идеи заказчика о достоинствах и преимуществах предлагаемых товаров и услуг.  КОРОБЕЙНИК – (устар. и вновь появившееся на рынке труда) лицо, осуществляющее продажу продуктов или товаров народного потребления, и идущий в поисках покупателя в места вероятного скопления людей.  КОУЧЕР – специалист, раскрывающий потенциал сотрудников компании. С помощью коучера современные руководители увеличивают производительность труда и эффективность работы сотрудников, способствуют развитию и координации потенциала работников в нужном для компании направлении. Коучер также приводит в действие мотивационную программу, составленную менеджером по персоналу или руководителями отделов. Основные требования – специальное образование, коммуникативные навыки, глубокие знания психологии.  КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР от create — создавать (англ.). Креативный директор руководит коллективом дизайнеров и (или) копирайтеров. В его обязанности входит координация работы рекламного отдела, разработка концепции рекламных проектов, разработка фирменного стиля компании, контроль за осуществлением рекламной деятельности с творческой стороны. Он также следит за творческим процессом исходя из требований заказчика. Обычно специалисты такого уровня имеют либо высшее художественное, либо высшее филологическое образование. Многие креативные директора «вырастали» из художников-дизайнеров. Если криейтор в основном художник, ему желательно знать издательско-полиграфический процесс «от и до», имея связи в этой сфере (типографии, СМИ, рекламные агентства и пр.).  Разумеется, формальное перечисление выполняемых обязанностей дает слабое представление о работе криейтора. Он должен быть генератором идей. Впоследствии психологи в области рекламы объяснят, почему один текст или рисунок или рекламный ролик привлек покупателя, а другой нет, но это будет потом. Угадать, создать нечто оригинальное и привлекающее внимание определенной группы людей – вот задача криейтора, в какой бы области он ни работал.  ЛАЙФ-КОУЧ ("Тренер жизни", он же профессиональный советчик на все случаи жизни) Раньше говорили: "Не учите меня жить, лучше помогите материально". Теперь, наоборот, многие просят: научите меня жить, а я за это заплачу. Коучинг – это вид психологического консультирования, сочетающий элементы психотерапии и тренерства. Задача коуча – создать для клиента комфортную атмосферу и не просто подсказать эффективные способы достижения целей, но и поддержать в этом клиента.  ЛОББИСТ В последнее время стали появляться объявления крупных отечественных и зарубежных компаний о вакансии “лоббист”. Кто же может стать ее соискателем? Лоббист – посредник между финансовыми, политическими или профессиональными группами и госчиновниками, депутатами. Используя налаженные деловые контакты, он влияет на принятие решений в пользу интересов “своей” группы. Поле деятельности лоббиста велико – от Государственной Думы до органов местной власти, районной управы. В нашей стране этот вид деятельности находится на этапе становления. В США же, например, сегодня только в Конгрессе действуют 15 тысяч лоббистов, объединенных в специализированные конторы и агентства, устанавливающие свои правила игры с властью. Среди лоббистов существует узкая специализация. Лоббистов рынка недвижимости, например, можно подразделить на тех, кто лоббирует интересы риэлтеров и интересы строителей. Есть “стальное” лобби (металлурги), автолоббисты (автомобилестроители). Лоббисту необходимы серьезные знания в экономике, юриспруденции. Он должен хорошо разбираться в специфике рынка, на котором действуют его клиенты. Но, только “научившись” лоббированию, стать лоббистом нельзя. Чтобы заниматься этим делом, нужно иметь налаженные связи, опыт, авторитет и безупречную репутацию.  ЛОГИСТИК Сегодня многие работодатели и соискатели вакансий воспринимают логистика только как специалиста, отвечающего за транспортировку грузов, их хранение на складе. И это неудивительно: в его обязанности чаще всего входит организация, контроль и оптимизация перевозок железнодорожным или морским транспортом. На самом же деле это лишь первая ступень профессионального мастерства. Высококлассный логистик разрабатывает схемы товародвижения, в которые входит поставка сырья, производство, транспортировка и продажа продукции. Он анализирует все возм затратах, оптимизирует их. Это и является основной задачей специалиста. Логистик также отвечает за скоординированность, слаженность работы всех задействованных подразделений. При этом он должен учитывать интересы и потребности каждого из них. Например, логистик согласует сроки поставки сырья одним подразделением, время, которое потребуется другому подразделению на изготовление товара, и готовность сети по распространению принять в это время товар. Иногда специалисту приходится целые дни проводить за компьютером, анализируя различные документы. Но логистика нельзя причислить к кабинетным работникам: ему приходится выезжать к таможенникам или транспортникам, налаживать связи. Логистик должен быть коммуникабельным, мобильным человеком, иметь аналитические способности, уметь работать самостоятельно и творчески подходить к решению задач. Высококлассными логистиками становятся те, кто имеет хорошую подготовку в области математики, экономики, юриспруденции. Начинающий специалист – это вчерашний сотрудник таможни, транспортного предприятия.  Медиа-байер - в обязанности медиа-байера входит работа со средствами массовой информации. Он занимается закупкой рекламных площадей в газетах или эфирного времени на радио и TV. Как правило, несколько медиа-байеров подчиняются медиа-планеру (в рекламном или PR агентстве) или начальнику рекламного отдела (в крупной компании). Обычно медиа-байер имеет более узкую специализацию, нежели медиа-планер. Он ведет или какой-то один вид СМИ (радио, ТV, печать), или какой-то определенный рекламный заказ на товары и услуги.  Основная задача медиа-байеров - добиться от средств массовой информации минимальных расценок за рекламу. Чем опытнее медиа-байер, тем эффективнее рекламная политика фирмы, тем меньше ее удельные расходы на рекламу. В принципе, работать медиа-байером может любой человек, обладающий минимальным житейским опытом и связями в кругах массовой информации. Подобные связи не обязательно должны быть на уровне руководящего звена, иногда достаточны таковых в среде внештатных корреспондентов каких-то изданий.  медиа-планнер составляет схему наиболее выгодного вложения средств, выделенных фирмой на “раскрутку” своего имени, товаров или услуг. Эта профессия относится к сфере рекламного бизнеса. Отделы медиапланнеров – необходимость и привилегия именно рекламных агентств, причем только солидные компании могут позволить себе такое дорогое удовольствие. За услугами медиапланнеров, как, впрочем, и за другими рекламными услугами, в специализированные агентства обращается подавляющее большинство фирм.  МЕНЕДЖЕР Организация производства или коммерческой деятельности, организация внешнеторговых операций; ведет коммерческие переговоры, занимается маркетингом и формированием товарных ниш, определяет стратегию и тактику конкурентной борьбы. Должен знать: Трудовое законодательство, положения, уставы, инструкции, технику ведения коммерческих переговоров, организацию производства, кредитование и банковское дело, маркетинг. Профессионально важные качества: хорошо развитые коммуникативные и организаторские способности; эмоциональная устойчивость; хорошая память; ответственность; логическое мышление; умение быстро принимать решения, четко излагать мысли  МЕНЕДЖЕР ПО БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ - сначала благотворительностью в компаниях занимались пиарщики. Постепенно объем задач возрастал и понадобился специальный сотрудник: многие фирмы стали переходить от разовых акций к постоянному сотрудничеству с детскими домами, приютами, больницами. И появилась позиция менеджера по благотворительности, который разрабатывает программы пожертвований и отвечает за их реализацию. Организует шефскую работу (в некоторых компаниях сотрудники лично участвуют в благотворительной деятельности - проводят праздники, приносят ненужные вещи, помогают персоналу ухаживать за больными). Работа как нельзя лучше подойдет пиарщикам: используются те же методы - связи со СМИ, поиск спонсоров, проведение мероприятий.  МЕРЧЕНДАЙЗЕР – это специалист по продвижению продукции в розничной торговле. Основная его задача – поддерживать положительный имидж своей фирмы, обеспечивать выгодное расположение продукции на магазинных полках, отслеживать ее постоянное наличие в продаже. Он снабжает магазины рекламой, дарит от имени фирмы сувениры. В функции мерчендайзера входит также корректировка розничных цен на товар: он следит за их конкурентоспособностью, консультирует продавцов по поводу оптимального размера торговых надбавок. Для того чтобы выполнить все эти задачи, мерчендайзер хотя бы один раз в неделю объезжает все закрепленные за ним магазины (в среднем, пять и более точек в день). Положение дел в каждом из них он фиксирует в специальном паспорте. По результатам поездок мерчендайзер еженедельно представляет в отдел маркетинга фирмы отчет, в котором отражается изменение ситуации на рынке продаж данного вида продукции: наличие или отсутствие спроса, цены, устанавливаемые конкурентами на подобные товары, и т. п. Требования, предъявляемые к кандидатам на эту должность, продиктованы ни чем иным как заботой работодателей об имидже своей фирмы: презентабельная внешность, коммуникабельность, высшее или неоконченное высшее образование (охотно берут студентов), возраст от 20 до 30 лет, высокая работоспособность, базовое знание английского языка, водительские права категории В, обучаемость.  НЕОНЩИК – специалист по наружной рекламе, осуществляет конструирование и монтаж деталей наружной рекламы (вывесок, макетов и пр.), необходимо знать особенности оборудования данной техники, иметь допуск к работе с высоким напряжением.  ОПЕРАЦИОНИСТ БАНКА Специалист по производству финансовых (кредитных) действий над счетами, с различными видами платежей.  ОПТИМИЗАТОР САЙТА (SEO-оптимизатор, ранк-мастер) - у компаний, которые поняли, что Интернет - главная рекламная площадка, появилась острая необходимость в людях, умеющих продвигать сайты в поисковых системах. Еще бы, благодаря работе одного SEO-специалиста о продукте компании может в короткое время узнать миллионная целевая аудитория.  В обязанностях: анализ позиций сайта в поисковиках, подбор ключевых слов, вывод сайта в топ-10 «Яндекса», «Гугла», «Рамблера», наблюдение за деятельностью конкурентов. Особых умений не нужно. Всему можно быстро обучиться.  ОТЕЛЬЕР - менеджеры различной специализации: по бронированию мест, приему и размещению гостей, организации телефонной и информационной службы, планированию экономического развития отеля и стратегии его развития... Сознавая свою специфичность, бывшие трактирщики и работники гостиничного хозяйства сегодня называют себя отельерами.  ОФИС-МЕНЕДЖЕР Основной задачей офис-менеджера является обеспечение работы офиса. Это включает в себя руководство секретарями на телефоне и на приеме, водителями, курьерами, вызов специалистов для ремонта оргтехники, закупку расходных материалов и пр.  Идеальный офис-менеджер как идеальный администратор должен быть необходим как воздух и столь же незаметен. Надо иметь в виду, что в отечественных компаниях офис-менеджерами зачастую называют кого угодно, вплоть до обычных секретарей. В небольших компаниях офис-менеджеры могут нести дополнительные обязанности: ведение делопроизводства, в том числе кадрового (ведение и учет трудовых книжек, составление приказов, трудовых договоров и пр.). В компаниях, где нет должности менеджера по персоналу, часть его обязанностей, таких, как поиск необходимых специалистов для фирмы, проведение предварительных собеседований выполняет офис-менеджер.  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.  ПАСТИЖЕР – осуществляет изготовление изделий на заказ из натуральных волос  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, необходимы художественные способности, знание компьютерных арт-программ, гибкое мышление, хорошее цветоразличение  ПИАРЩИК В России эта профессия появилась всего несколько лет назад, тогда как в западных странах она существует практически с начала века. Сегодня чаще употребляется английский эквивалент ее названия – Public Relations (РR). По определению, принятому Ассоциацией по связям с общественностью, PR – «особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и общественностью; способствует решению различных проблем и задач; помогает руководству организации быть информированным об общественном мнении и вовремя реагировать на него; определяет и делает упор на главной задаче руководства компании – служить интересам общественности; позволяет руководству быть готовым к любым переменам и использовать их по возможности наиболее эффективно, выполняя роль «системы раннего оповещения» об опасности и помогая справиться с нежелательными тенденциями, и использует исследования и открытое, основанное на этических нормах общение в качестве основных средств деятельности». Следовательно, основной задачей специалиста по PR является достижение взаимопонимания между той компанией, на которую он работает, и ее клиентами, партнерами, властями всех уровней, журналистами, населением и т. п. Иногда PR-специалистов называют «архитекторами согласия». Кроме внешних контактов, в сферу деятельности PR входит и работа внутри компании: разработка принципов кадровой политики предприятия, взаимоотношений руководителя и подчиненных, внутренние опросы общественного мнения, сбор информации о нуждах, настроении работников, создание благоприятной атмосферы в коллективе, способствующей полной реализации возможностей и инициативы каждого работника, предотвращение и своевременное разрешение деловых конфликтов. Чтобы справляться с таким широким кругом разносторонних обязанностей, специалисту по PR необходимо профессионально владеть ораторским искусством, знать психологические законы поведения человека, методики проведения социологических исследований и т.п. По этой специальности готовят в МГУ, МГИМО, ГАУ им. С. Орджоникидзе, в Российском институте социальных связей и в некоторых других вузах. Кроме того, существуют и краткосрочные программы подготовки специалистов по связям с общественностью. Часто работодатели отдают предпочтение обладающим практическим опытом по этой или по смежной специальности (например, журналистам), а также тем, у кого есть связи во властных структурах различного уровня. В Москве многие крупные банки, корпорации и компании имеют собственные департаменты или управления по связям с общественностью. Кроме того, в столице существует примерно 50 агентств, занимающихся такой деятельностью. Сотрудники PR-агентств имеют разную специализацию: креаторы вырабатывают идеи, концепции проведения одного или целой серии мероприятий, технологи же реализуют эти идеи, проводя презентации, пресс-конференции, спонсорские акции, выставки и т. д. Специалисты по связям с общественностью, работающие непосредственно в компаниях, обычно совмещают эти две специализации, привлекая при необходимости к сотрудничеству PR-агентства. При условии цивилизованности бизнеса, имеющего возможность работать на перспективу, востребованность специалистов по связям с общественностью высока. Недавний экономический кризис нанес серьезный удар по PR-структурам: без работы остались многие специалисты этого профиля. В результате ужесточилась конкуренция между профессионалами, существенно снизилась оплата их труда: сегодня квалифицированный специалист со стажем получает примерно 400-500 долларов вместо 1-2 тысяч, которые он зарабатывал до кризиса. Благоприятный период для профессионалов PR наступит тогда, когда забота о собственном имидже будет актуальна не только для крупных корпораций и политических структур, но и для среднего и даже малого бизнеса.  ПЛАСТИФИКАТОР – специалист по разработке пластических композиций для моделей в рекламном, фото- бизнесе, боди-арте и т.п.  ПРОКУРИСТ – доверенный торгового предприятия, имеющий широкий объем полномочий на совершение всякого рода сделок при сохранении права собственника предприятия на контроль за их исполнением  ПРОМОУТЕР – (англ. – promouter-прожектер, содействующий, продвигающий) – представитель компании по сбыту: поддерживает имидж фирмы, отвечает за продвижение проектов фирмы, продвигает для продажи все производимые фирмами товары, работает с сетью магазинов, содействует продажам товара  РЕЙДЕР - так именуют специалистов по захвату чужой собственности, как правило, недвижимости. Их цель - прикрытый законом захват имущества для его дальнейшей перепродажи. Существуют «черные», «белые» и «серые» рейдеры. «Черные» откровенно нарушают закон. «Маски-шоу», угрозы, «наезды» – это они. «Белые» действуют «официально», на основе судебных решений, но документы эти чаще всего юридически небезупречны. «Серые» сочетают оба способа действий. Рейдеры не работают в одиночку - а всегда в команде. Делятся на наемников и тех, кто трудится сам на себя. Наемником быть проще и безопаснее: работодатель защитит от действий конкурента, да еще и обеспечит деньгами для выполнения задания. За свою работу наемные специалисты получают 20-25% от добычи. А «вольные птицы» кладут в карман всю сумму, зато и «крыши» у них нет. Для работы необходимо юридические образование. Сразу рейдером вас не возьмут: сначала будете выполнять роль ассистента у профи, а уж потом получите собственное задание.  РЕКРУТЕР Находит работодателей, имеющих вакансии и заинтересованных в наборе персонала, заключает договора. Производит поиск и отбор возможных кандидатов на свободные рабочие места (собеседования, профессиональные и психологические тестирования), представляет соискателей работодателю. Формирует банк данных лиц, занимающихся поиском работы.  РЕФЕРЕНТ (англ. – refer – передавать полномочия, вопрос на рассмотрение и т.д.) – делопроизводитель, советник, помощник руководителя по вверенным ему вопросам, собирает и обобщает информацию, на основе которой принимаются решения, готовит доклады, выступает от лица руководства, отвечает за переработку разного рода информации и доводит ее до сведения сотрудников, консультирует по определенным вопросам  РЕЦЕПШИОНИСТ – (англ. – reception – прием) – сотрудник низшего звена, работающий на первичном приеме клиентов по телефону или лично; встречают и приветствуют клиентов, адресуют их к соответствующим сотрудникам фирмы; занимаются регистрацией посетителей и телефонных звонков, сортировкой корреспонденции; в перспективе – офис-менеджер.  СЕЙЛЗАССИСТЕНТ – помощник по продажам. В российской коммерческой практике подобных специалистов иногда называют секретарями отдела продаж. В их обязанности входит обеспечение документооборота отдела продаж в части взаимоотношений с клиентами и поставщиками (оформление накладных, счетов-фактур, актов приемки-сдачи и пр.). Иногда к этому добавляется ведение товарного учета на ПК, ведение переговоров с покупателями по техническим вопросам (например, по доставке товара), поддержка электронных версий прайс-листов.  Очевидно, что помимо всего того, что должен знать квалифицированный секретарь, секретарь отдела продаж должен владеть хотя бы начальными бухгалтерскими навыками и достаточно серьезным опытом коммерческой деятельности.  СЕЙЛЗМЕН – (англ. – salesman-продавец) – ходит по палаткам и предлагает торговцам продукты фирмы  СЕЙЛЗМЕНЕДЖЕР – менеджер по продажам, отслеживает спрос на продаваемые товары, контролирует сделки, которые осуществляют представители фирм по продажам, проводит поиск клиентов - покупателей (оптовых или розничных фирм) (см. – менеджер)  СЕКРЕТАРЬ-РЕСЕПШИОНИСТ (SECRETARY-RECEPTIONIST) Осуществляет прием звонков и клиентов, организует делопроизводство, переводит телефонные переговоры, организует встречи, производит прием и отправку корреспонденции.  СИСТЕМНЫЙ ИНТЕГРАТОР (Он же специалист по организации "умного дома") Начиняет дом или квартиру клиента аудио- и видеоэлектроникой; создает мультирум и сложные системы освещения, протягивает кабельные, телефонные и компьютерные сети, организует так называемый умный дом в целом – чтобы было красиво, хорошо работало и органично вписывалось в интерьер. В принципе речь может идти и об оснащении электроникой офисов и предприятий.  СКАЛЬПЕР – полный член биржи, который спекулирует на колебаниях цен, происходящих в течение очень коротких промежутков времени, часто – нескольких минут. Осуществляет "быстрые" покупки и продажи с небольшой прибылью или небольшими убытками  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”. Ведет переговоры с поставщиками. Одна из главных обязанностей сомелье – формирование винной карты (перечень имеющихся напитков). Содержание винной карты ни в коем случае не должно расходиться с содержанием винного погреба, запасы которого необходимо регулярно пополнять. Причем, уважающее себя заведение большими партиями напитки не закупает! Напротив, чаще объем покупки составляет десять, двадцать, а то и вовсе одну-две бутылки. Но зато какие! Сомелье отвечает за хранение вин в винном погребе, поддерживает для каждого из напитков необходимую температуру и определенный режим влажности и порой в ресторане с большой винной картой он один знает, где находится та или иная бутылка. Ведь это – его царство, его вотчина, в которой он – полноправный хозяин. Поэтому постоянное присутствие сомелье в заведении просто необходимо – ни больничных, ни отлучек “по личным вопросам”.  СОСТАВИТЕЛЬ ЧАСТНЫХ БИБЛИОТЕК (специалист по литературе и книгоизданию) - многие состоятельные люди хранят дома обширные книжные коллекции и заводят для этого специального работника. Составитель библиотеки пополняет ее новыми экземплярами, ухаживает за книгами. Одни заказывают полезную и исчерпывающую коллекцию для всей семьи – от словарей до последних новинок художественной литературы. Другие особенно не интересуются содержанием, но требуют, чтоб корешки красиво смотрелись. Составитель должен уметь угодить и тем, и другим. Разбираться в литературе и книжном деле – его обязанность.  СПЕЦИАЛИСТ БЭК-ОФИСА (Back Office) - задачей бэк-офиса является документарное оформление и сопровождение сделки, заключенной трейдерами компаний – контрагентов (фронт-офис). В ряде российских компаний специалисты бэк-офиса занимались также скупкой ценных бумаг у физических лиц. Бэк-офисы, таким образом, существуют в банках, инвестиционных компаниях и прочих организациях, совершающих сделки на рынке ценных бумаг. В зависимости от объема и оборота подобной организации бэк-офис может насчитывать от трех до пятнадцати человек. Работа бэк-офиса ведется в соответствии с нормативными документами ФКЦБ (Федеральной Комиссии по Ценным Бумагам). Соответственно, каждый специалист этого отдела должен знать и строго соблюдать эти требования. Что же входит в непосредственные обязанности специалистов бэк-офиса:  - во-первых, специалист бэк-офиса ведет журнал регистрации сделок, оформляет договоры купли-продажи ценных бумаг определенного эмитента;  - во-вторых, по заключенному договору должна произойти перерегистрация ценных бумаг, т.е. передача прав собственности от продавца к покупателю. Эту процедуру на основании передаточного распоряжения в реестре держателя ценных бумаг также ведет специалист бэк-офиса. Он же оформляет передаточное распоряжение либо при заключении договора, либо непосредственно в реестре ценных бумаг. После перерегистрации и получения документа, подтверждающего права нового владельца на пакет акций (выписка), специалист бэк-офиса должен проконтролировать процесс расчета компании покупателя с компанией - продавцом.  Надо отметить, что малейшая неточность в оформлении документов может послужить поводом для признания сделки недействительной и послужить причиной серьезных убытков компании.  Специалист по связям с общественностью (PR manager) - имеет дело со средствами массовой информации (журналами, газетами). Он должен уметь различными способами поддерживать имидж организации.  СПИЧРАЙТЕР – (англ. – speech – речь, write-писать) работает в рекламных агентствах, редакциях журналов, отделах маркетинга крупных фирм; требуется умение быстро и хорошо писать релизы, статьи (в/о жур.)  СТАТИСТИК Собирает, обрабатывает и анализирует статистические данные о населении, промышленности, сельском хозяйстве, транспорте и связи, торговле, здравоохранении, культуре и др., составляет справки на основании данных статистического учета, ведет статистическую отчетностьЭВМ. Профессионально важные качества: большой объем долговременной памяти; ответственность; добросовестность; аналитические способности; склонность к кропотливой работе.  СТЕНДИСТ Специалист для работы на выставках и в торговых центрах Москвы у стендов с рекламной информацией о той или иной компании. Стендист должен действовать самостоятельно, не теряться в неожиданных обстоятельствах, а использовать их для пользы дела, готовые принимать оригинальные конструктивные решения в неординарных ситуациях. Выставочно-ярмарочный бизнес в нашей стране еще очень молод, поэтому профессии «стендист» официально пока не существует. Нет и четких критериев, определяющих должностные обязанности такого специалиста. Некоторые устроители выставок в качестве стендиста представляют себе симпатичную молодую девушку, которая своим присутствием украшает экспозицию, раздает посетителям бесплатные рекламные сувениры, а чего-то большего от нее никто и не ждет. Между тем стендист может быть чуть ли не первым человеком на выставке. В этой профессии нет ограничений ни по полу, ни по возрасту. Главное – способность найти выход из любой ситуации. Чтобы привлечь внимание посетителей к рекламируемой продукции, стендист должен всегда быть готов к импровизации, к принятию нестандартного решения. Из массы возникающих на выставке контактов надо суметь вычленить наиболее перспективные в плане заключения выгодных для фирмы договоров. Стендист должен уметь так преподнести рекламируемый им на выставке товар, чтобы посетитель смог по достоинству оценить его качества и захотел его купить. С такими задачами, по наблюдениям специалистов, успешнее всего справляются люди, имеющие жизненный опыт, те, кому уже за тридцать. Верхней же возрастной границы практически нет.  СУПЕРВАЙЗЕР – (англ. – superviser – наблюдающий, контролирующий) занимается разработкой маршрутов, осуществляет наблюдение и контроль за деятельностью торговых представителей  СЮРВЕЙЕР – (англ. – survey – 1) обозрение, осмотр, 2) съемка, межевание); 1) эксперт, осуществляет по просьбе страхователя или страховщика осмотр застрахованных или подлежащих страхованию судов, грузов и дает заключение о состоянии судна, его мореходных качествах, грузах; 2) эксперт-землемер, производит съемку, межевание земельных уделов  ТАЛЬМАН Принимает и сдает экспортно-импортные, каботажные, местные грузы и багаж в трюмах и на палубах морских и речных судов, на причалах и грузовых складах, участвует в погрузке и выгрузке. Обеспечивает сохранность грузов, контролирует их маркировку и внешнее состояние. Оформляет перевозочные документы и учетно-отчетную документацию.  ТИТЕСТЕР Специалист по дегустации (оценке качества по виду, вкусу и запаху) чая.  ТОП-МЕНЕДЖЕР – управляющий, менеджер высшего звена (см. менеджер)  ТРЕЙДЕР – (англ. – trade – торговля) – специалист по организации и контролю внутренней или внешней торговли, представляет интересы банка, фирмы или фирмы-производителя; Трейдер биржевой – работник брокерской фирмы, непосредственно участвует в биржевой торговле, заключает сделки; Позишн-трейдер или Фло-трейдер – тип биржевого спекулянта, который вкладывает деньги в спекулятивные операции на сравнительно длительный период (несколько дней, недель, месяцев), способствуя переливу капиталов с одного рынка на другой и в значительной мере определяя уровень спекулятивной активности на товарных биржах.  ТРЕНИНГ-МЕНЕДЖЕР - специалист по организации обучению персонала компании. Часто проводит обучение самостоятельно.  ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИТИК Производит учет финансовых потоков, анализ результатов финансовой деятельности, ситуации на фондовых и валютных биржах, рынке ГКО (государственных казначейских обязательств), дает рекомендации по управлению активами и пассивами.  ХЕД-ХАНТЕР (Head-hunter) - охотник за головами (англ.). В принципе, хед-хантер, как и рекрутер, выступает посредником между работником и работодателем. Если рекрутер, как правило, имеет дело со специалистами среднего звена или, точнее, средней степени распространенности, то хед-хантер имеет дело со специалистами экстракласса. Далее - если рекрутер имеет дело, как правило, с человеком, ищущим работу, хед-хантер работает со специалистом, «заваленным» предложениями по работе, поступающими от разных фирм. Если рекрутер работает со множеством специалистов, пытаясь отобрать из них подходящих, хед-хантер работает с одним (несколькими) людьми, пытаясь повлиять на их выбор места работы, или, попросту говоря, переманить его из одной фирмы в другую.  ХОСТЕС – домохозяйка, экономка. Такая должность существует в штате гостиниц.  ШОППЕР (консультант по стилю) – это «друг» для похода по магазинам, только идет он с вами за деньги. Поможет закупить гардероб – от верхней одежды до носового платка, подберет подходящие цвета и фасоны. По вашей заявке съездит в Италию за новой коллекцией Gucci или Armani. Шопер – хороший стилист и психолог, обладает исключительным вкусом, разбирается в новинках, знает обо всех распродажах и поставках хорошей одежды и аксессуаров. При трудоустройстве неплохо запастись сертификатом об окончании имидж-студии, школы стилистики или курсов шоперов.       |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  | |  | | Самые современные профессии 21 века 21 век диктует свои условия к человеку. Современные профессии на рынке труда требуют нового подхода к рабочему процессу. Развитая компьютерная сеть стерла границы государств. Теперь работать онлайн можно в одной стране, при этом проживая в другой. Это породило такое явление, как удаленная работа. Человек может заниматься любимым делом в домашней обстановке. При этом повышается и эффективность выполняемой работы, но при таком графике главное самодисциплина. Такая занятость прекрасно подходит дизайнерам, программистам, трейдерам, веб-разработчикам. 21 век – это век потребления, поэтому общество потребления и породило 5 современных профессий, такие как :   * промоутер, * байер, * шоппер, * мерчандайзер, * флейворист, * копирайтер.   Новые современные профессии России  Россию не обошел стороной технический прогресс, который заставил измениться рынок труда. Появились новые современные профессии и специальности, про которые раньше не было слышно, да и сейчас услышав название некоторых современных профессий остается гадать, что должен делать этот человек. В основном это коснулось мира компьютерных и информационных технологий, сферы потребления.  Появились такие интересные современные профессии как   * контент-менеджер, * бренд-менеджер,   баннермейкер,   * веб-девелоппер, * контент-редактор, * андеррайтер.   В сфере кредитования – коллекторы, ипотечные брокеры.  Современные педагогические профессии  Изменения коснулись и такой сферы как педагогика, казалось бы, эти педагогическая профессия  в современном обществе традиционно включает в себя учителей, преподавателей, лекторов, воспитателей и что-либо новое придумать сложно. Но появились новые профессии современного общества - тьюторы, коучи и фасилитаторы.  Тьютор – обучает по индивидуальной программе, коуч – занимается личностным развитием ученика, мотивирует, вдохновляет и ищет пути реализации потенциала ученика. Фасилитатор занимается социальной адаптацией.  Современные творческие профессии  Кризис рынка труда затронул и творческий сектор. Нет, недостатка в артистах не имеется, хотя именно профессиональных порой не хватает. Помимо артистической деятельности сфера творчества затрагивает и другие профессии. Например,   * редактор, * дизайнер, * журналист, * копирайтер, * флорист, * режиссер монтажа, * веб-дизайнер.   Ведь сейчас в творческой области используется различное сложное оборудование, для работы с которым необходимо иметь соответствующие навыки.  Современные технические профессии  На рынке труда ощущается перенасыщение гуманитарными профессиями и острый недостаток технических. Особенно это касается рабочих профессий, которые на сегодня не считаются престижными. Среди инженерных специальностей ощущается недостаток в программистах, проектировщиках, конструкторах, энергетиках и теплотехниках.  Список рабочих профессий более внушительный. Нужные современные профессии среди рабочих – это профессиональные сварщики, токари, слесари, монтажники, фрезеровщики, операторы станков ЧПУ. |  | |

**На трудовом рынке России уже сегодня**

Среди новых профессий 21 века, безусловно, внимания заслуживают сфера инфобизнеса как одна из наиболее перспективных. С глобальным развитием интернет — технологий, качественная информация стала дорогим удовольствием. Сейчас можно с уверенностью говорить, что она стала ценнее денег. Если вы умелый пользователь персонального компьютера, неплохо владеете навыками печати и основными компьютерными программами, то вы уже сегодня можете попробовать свои силы в интернет — заработке.

Огромным достоинством такой работы является полная свобода перемещения, неважно, где вы находитесь сегодня, в России или за границей, если с вами есть ноутбук. Причем, это работа только на себя, а заработок зависит от конкретно-выполненного заказа. Итак, для начала, обсудим новые актуальные профессии, которые возникли на просторах интернета 21 века, составив их топ-список.

* Копирайтер. Это человек, который пишет на заказ тексты различного характера: рекламные тексты, сценарии, слоганы. Такая работа требует усидчивости, развитого творческого воображения, умения фильтровать большие массивы информации. Стоимость работы копирайтера зависит от его таланта и опыта работа: от 20 рублей для новичка и до 1000 рублей для профи (за 1000 символов печатного текста).
* Контент-менеджер. Это человек, который наполняет сайты материалами (контентом): статьями, новостями, фотографиями. В его обязанности входит координация работы копирайтеров, модераторов и других специалистов, работающих на сайте. Это тяжелая и ответственная работа, где нужно обладать опытом и широкими знаниями. Стоимость работы зависит от количества проектов, которые можно вести одновременно: от 8000 рублей за проект.
* Веб-дизайнер. Это человек, который занимается разработкой дизайна сайтов. Здесь нужно одновременно проявлять как творчество, так и технические навыки работы с разными программами. Креативность и внимательность – главные достоинства веб-дизайнера. Средняя стоимость работы ха проект – 15 тысяч рублей.
* Вебмастер. Это специализация довольно широкого профиля, в которую входит администрирование, поддержка, обновление сайта. Такой человек может создать сайт сам, заменив веб-дизайнера и программиста. Он может быть владельцем сайта, созданного своими же руками. Очевидно, что база знаний, навыков и опыт должны быть на высоте. Стоимость работы зависит от проекта, но можно смело рассчитывать на сумму 30 тысяч рублей.
* Интернет-коуч. Это человек, который занимается консультированием или обучением людей «он-лайн». Единственно условие – вы должны быть реальным специалистом в какой-то области знаний. Будучи психологом, вы можете консультировать людей по «Skype». А если вы юрист – можете работать на форумах, консультируя по вопросам оформления собственного дела. Вы можете создать собственный курс и обучать людей чему-то новому, или просто продать его. Стоимость такой работы: от 800 рублей за одну консультацию.

Но если вы не желаете «виснуть» за компьютером, а хотите непосредственно взаимодействовать с другими людьми, то какие же новые профессии может предложить трудовой рынок 21 века в России?

* Event-менеджер. Это специалист, который занимается полной организацией различных праздников, корпоративов для частных лиц или групп людей на заказ. Что же конкретно входит в обязанности этого специалиста, и какими навыками он должен обладать?
  + Развитая[креативность](http://www.manalfa.com/samorazvitie/kreativnost-intellekt-talant) и эстетический вкус;
  + [Умение общаться с людьми](http://www.manalfa.com/uspeh/umenie-obshhatsya-s-lyudmi): коммуникативные навыки чрезвычайно важны чтобы находить индивидуальный подход к абсолютно разным людям;
  + Умение вести переговоры и заключать контракты;
  + Находить нужные объекты и площадки для мероприятий, участников действия;
  + Уметь разрабатывать, а также иметь в наличии готовые программы праздников.
* Медиа-планер. Это специалист, который планирует рекламную компанию организации для ее успешного продвижения на рынке. Он осуществляет оценку эффективности различных средств массовой информации и распределяет рекламный бюджет. Такая должность существует во всех рекламных агенствах либо в отделах больших компаний. Специалистов такого уровня в России 21 века начали готовить на журналистском факультете МГУ. Так какие особенности должны быть присущи квалифицированному медиа-планеру?
  + Обладать обширными знаниями социологии и маркетинга;
  + Знание компьютерных программ Integrum, Pal Marceting;
  + Умение анализировать рекламный рынок;
  + Опыт работы в сфере рекламного бизнеса.
* Хед-хантер. В прямом переводе с английского эта специальность звучит как «охотник за головами». Этот человек – посредник между работодателем и работником. Можно сравнить эту работу с работой рекрутера, который занимается отбором подходящего специалиста из множества претендентов, но хед-хантер работает с конкретным профессионалом с целью повлиять на его выбор места работы, переманивая квалифицированного специалиста в нужную компанию. Каким должен быть «крутой» хед-хантер?
  + Продуманный имидж;
  + Развитые коммуникативные навыки, умение слушать;
  + Организаторский талант;
  + Умение анализировать современный рынок труда.
* Лайф-коуч. Это человек, который обучает других людей навыкам эффективности в разных сферах жизни. Он является тренером, личным наставником, который помогает двигаться на пути личностного развития. Клиент ставит конкретный запрос, например, научиться эффективно заключать сделки, а коуч помогает сформировать необходимые для этого коммуникативные навыки, [развить уверенность в себе](http://www.manalfa.com/samorazvitie/razvit-uverennost-v-sebe) и деловые качества. Требования к такому специалисту довольно высокие:
  + Желательно психологическое образование или прохождение специальных обучающих тренингов;
  + Личный опыт участия в различных группах личностного развития;
  + Конкретные знания в той области, в которой работает клиент;
  + Умение не только развить необходимый навык у клиента, но и целостно повлиять на личность с целью изменения ее жизни в лучшую сторону.

Этот список можно дополнить рядом других, не менее важных и востребованных профессий 21 века в России и во всем мире:

* Трейдер – организатор внешней и внутренней торговли;
* Риэлтер – специалист по работе с недвижимостью;
* Андеррайтер – специалист по страхованию;
* PR менеджер – специалист, занимающийся разработкой имиджа организации;
* Специалист бэк-офиса – занимается оформлением документации компании;
* Промоутер – специалист по продвижению товара или услуги;
* Мерчендайзер – занимается продвижением продукции;Маркетолог – изучает и формирует спрос на услуги и товары;
* Декларант – специалист по работе на таможне;
* Интервьюер – проводит социологические опросы и социальные исследования;
* SEO-специалист — занимается продвижением сайтов во всемирной паутине.

Хорошо что мы живем  в такое время когда можно [заработать деньги дома](http://www.manalfa.com/uspeh/kak-zarabotat-dengi-doma), не посещая ежедневно душный офис!

**Будьте во всеоружии к 2030 году**

В ближайшие годы наш мир потерпит значительных изменений, которые коснутся всех сфер деятельности человека 21 века. Британские исследователи предложили востребованные профессии, которые появятся в ближайшем будущем. По их подсчетам, **к 2030 году следующие профессии станут реальностью**:

* Специалист по созданию искусственных органов;
* Фермеры, использующие генные технологии;
* Космические архитекторы и пилоты;
* Специалист по изменению климата;
* Специалисты по разработке альтернативного транспорта;
* Психологи и социальные работники в социальных сетях;
* Специалисты по утилизации информации;
* Хирург, специализирующийся на увеличении памяти;
* Специалист по научной этике;
* Консультант для пожилых людей;
* Специалист по карантину;
* Брокеры банка времени.