

Современные профессии.

Еще лет двадцать назад было довольно престижно и прибыльно работать инженерами, военными, учеными, однако время вносит свои коррективы. За последние годы ситуация кардинально изменилась. На отечественном рынке труда появляется множество профессий, о которых прежде мы даже не подозревали. Поскольку в наибольшей степени сейчас развивается сфера торговли, управления и информационного обслуживания, то максимальное количество новых профессий появляется именно в этой области. Причем, пока еще нет устоявшихся стандартов в названиях профессий и поэтому многие профессии имеют несколько вариантов названий. Большинство новых названий профессий заимствованы из опыта зарубежных фирм, некоторые представляют собой новые более модные названия уже имеющихся профессий. Особенно много новых профессий представляют собой разновидности агентов и менеджеров. Например, коммерческий агент, рекламный агент, агент по недвижимости, агент по ценным бумагам, туристический агент, менеджер по персоналу, финансовый менеджер, менеджер по маркетингу, менеджер по продажам, менеджер по рекламе, менеджер по проектам, офис-менеджер, и т.п.

Относительно новые профессии появляются в области информационного проектирования и обеспечения: менеджер информационных систем, сетевой администратор, администратор баз данных, специалист по сетям и телекоммуникациям, инженер-системотехник, системный аналитик, специалист по компьютерному дизайну, web дизайнер. Так или иначе, многие новые профессии устойчиво заняли свое место под солнцем и вполне успешно развиваются. Некоторые из них мы представим.

АРТТЕРАПЕВТ – это специалист, помогающий средствами искусства (музыки, движения, живописи, рисования, лепки, театральной драматизации) разрешать психологические затруднения человека, обратившегося за помощью. Арттерапевт участвует в лечебно-реабилитационном процессе и психологическом консультировании.

АНДЕРРАЙТЕР - лицо, уполномоченное страховой компанией анализировать, принимать на страхование (перестрахование) и отклонять все виды рисков, а также классифицировать выбранные риски для получения по ним оптимальной страховой премии. Андеррайтер отвечает за формирование страхового (перестраховочного) портфеля. Должен обладать необходимыми знаниями и практикой для установления соответствующей степени риска/ставок премии и условий страхования.

АУДИТОР – независимый ревизор, контролирующий финансовую деятельность компании. Он должен не только теоретически знать, но и хорошо разбираться на практике во всех тонкостях и сложностях работы бухгалтера. Основная его обязанность - проверять, правильно ли ведется учет, и выявлять ошибки. Кроме того, аудиторам поручают восстановление бухучета, трансформацию отчетности из одной системы в другую, налоговое планирование, анализ финансово-хозяйственной деятельности, консультирование и т.п. Как правило, аудиторы проводят работы на разных предприятиях, поэтому командировки являются неотъемлемой частью их деятельности. Выделяют также и внутренний аудит, который отличается от внешнего тем, что в большей степени связан именно с процедурами соответствия в компании, а внешний аудитор занимается проверкой документов, финансовой отчетностью, налогами. Кстати, большая

часть профессионалов приходят во внутренний аудит именно после работы во внешнем аудите.

БАЙЕР - специалист по закупкам в магазинах модной одежды и обуви. В его обязанности входит отбор и покупка свежих коллекций одежды или обуви во время презентаций на выставках и показах. В зависимости от профиля магазина, отбор происходит в рамках одной или нескольких торговых марок. Как правило, байер должен хорошо разбираться в тенденциях современной моды и предпочтениях покупателей на данной территории. От качества его работы зависит успех работы данного бутика. Хороший байер может обеспечить коммерческий успех магазина, плохой - привести к его закрытию.

БАСТЕР – это юрист, специализирующийся на разрешении трудовых конфликтов со стороны работодателя. В его функции входит работа по максимально эффективному разрешению трудовых споров в кратчайшие сроки, вне зависимости от выбранной работниками или профсоюзами формы протеста. Для этого требуется знание всех разновидностей форм протеста, способов их прекращения и предотвращения. Бастер должен быть не только специалистом, отлично знающим трудовое право, но и хорошим психологом и социологом. Как правило, в штат предприятий такие специалисты, ввиду узости выполняемых функций не входят. Чаще всего они работают в специализированных юридических фирмах.

БРОКЕР - (англ. - broker - комиссионер) оказывает услуги при заключении коммерческих, валютных, кредитных сделок, совершаемых на бирже между продавцом и покупателями; консультирует клиентов, осуществляет расчетно-аналитическую деятельность, покупает место на бирже; вознаграждение формируется за счет комиссионных в процентах от суммы сделок; за ошибки, причиняющие убытки клиенту налагаются штрафы. Брокеру необходимы знания бухучета, делопроизводства, маркетинговой деятельности.

БИОИНЖЕНЕР. Объектом профессиональной деятельности являются биологические макромолекулы, клетки, вирусы, микроорганизмы, многоклеточные организмы. Специалисты исследуют живые организмы на молекулярном и клеточном уровнях, а также конструируют организмы с изменёнными свойствами для научных и медицинских целей. Работа специалиста основывается на современных достижениях биологии, теории систем, информатики, биохимии и биофизики. Эти достижения включают многое. Учение о живых системах, учение о принципах приема, передачи и переработки информации в организме. Учение о строении и функционировании основных систем органов животных и человека (в частности, о молекулярных механизмах физиологических процессов, о принципах регуляции обмена веществ, сравнительно-физиологических аспектах становления функций). Современное учение о живой клетке, единстве и многообразии клеточных типов. Теории формирования иммунитета в системах органов и процессов, отвечающих за иммунную реакцию у различных организмов. Учение о наследственности и изменчивости на всех уровнях организации живого (молекулярном, клеточном, организменном и популяционном). Принципы генетической инженерии и её использование в биотехнологии. Основы генетики популяций и эволюционной генетики, генетики человека, генетические основы и методы селекции.

БИОИНФОРМАТИК. Биоинформатикой называют информатику в применении к молекулярной биологии. Все знают, что прочитан геном человека. Что такое геном с точки зрения информатики? Это длинный текст, содержащий около 3 млрд. букв (нуклеотидов А, Т, G, С). И все. Одной из проблем биоинформатики является установление смысла этого текста. Разумеется, кроме самой последовательности ДНК есть много дополнительной экспериментальной информации. Далекое не все гены человека

известны, о функциях многих генов нет данных. Задача биоинформатики заключается в том, чтобы найти ранее неизвестные гены и описать их предположительную функцию. Как ищутся гены? Это трудная задача. Здесь на помощь приходит математика. В гигантском массиве информации с помощью современных математических методов ищутся скрытые закономерности, которые и позволяют находить гены и предсказывать их свойства. Гены кодируют белки, поэтому предсказание функции гена — это то же самое, что предсказание функции белка. Для многих белков функции известны из эксперимента. Используя эти данные, метод аналогий и другие методы современной математики, иногда удается предсказать функции других белков.

ВЕРСТАЛЬЩИК - специалист, работающий в рекламных или издательских фирмах, занимается компьютерной версткой рекламных или издательских материалов; необходимы знания компьютерных графических программ, художественные способности.

ВИЗАЖИСТ – (от француз. – "лицо") эстетист, специалист по уходу за красотой лица; обработка и макияж; визажист-стилист - работа с лицом с целью поиска и придания определенного образа; визажист-косметолог - специалист, определяющий и подбирающий подходящий тип косметики, устраняющий видимые (не хирургические) дефекты, осуществляющий изготовление индивидуальных косметических средств и т.д.

ВИТРАЖИСТ - помогает художнику на этапе эскизирования в выборе материалов и техники исполнения, раскрашивает стекло, подбирает по цвету, наносит рисунок, обрабатывает, собирает стеклянную мозаику, электропаяльником скрепляет составные части, монтирует на месте. Должен знать: основы живописи и цветоведения, сорта и виды стекла, специальные инструменты и технику обработки стекла, красителей, работу печи отжига, станка для гравирования, технологию монтажа витражей. Профессионально важные качества: художественный вкус; чувство цветовой гармонии; аккуратность; терпеливость; выносливость; точность движений рук.

ГУВЕРНЕР - обучает и воспитывает детей в семьях с высоким уровнем достатка, осуществляет начальную и общекультурную подготовку ребенка к обучению в образовательном учреждении, следит за соблюдением режима труда и отдыха, несет высокую ответственность за жизнь и здоровье ребенка, среди требований профессии - общая культура и эрудиция, знание педагогики, психологии, всех школьных предметов начальной школы и т.д.

ДЕВЕЛОПЕР - это одна из специализаций профессионала по операциям с недвижимостью (риэлтора). 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. Иностранному девелоперу имеет возможность приобрести площадку, уже готовую для возведения недвижимости. В наших условиях приходится самостоятельно заниматься различными согласованиями, необходимыми для подведения коммуникаций. Как финансировать строительство - использовать свои средства, привлечь инвесторов, брать кредиты в банках - тоже решать девелоперу. Для этого 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 репрофилировании 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. Девелопер создает свою собственную фирму - команду из квалифицированных юристов, архитекторов, специалистов по маркетингу, брокеров, строителей, финансистов. Используя спортивную терминологию, девелопер не только играющий тренер команды, но и ее владелец. Девелоперами становятся предприниматели, опытные риэлтеры, которые приобрели успешный, разносторонний опыт в своем деле. Такая специализация риэлтерской деятельности очень актуальна для развития рынка недвижимости.

ДЕКЛАРАНТ - специалист фирмы по работе на таможне: отслеживает оформление документации и движение грузов, требуется знание ВЭД, таможенного законодательства, ПК, умение работать в стрессовых ситуациях

ДЖОББЕР - (от англ. - jobber - комиссионер) - посредник на фондовой бирже. В отличие от брокера покупает и продает акции за свой счет. Доход Джоббера складывается из курсовой разницы продаваемых и покупаемых акций и других ценных бумаг.

ДИЗАЙНЕР ГРАФИКИ. По словам известного американского дизайнера Чарльза Имза, "дизайн - это выражение замысла". Можно сказать, что работа дизайнера тесно связана с "овеществлением" концепции создаваемого продукта или услуги. Сегодня все большее внимание уделяется стилю компании, продвигаемому бренду. Доведение до потребителей сущности бренда, или создания одного из элементов бренда - фирменного стиля - возможно через образ, вид предоставляемой продукции или интерьер компании. В дизайнерское решение закладывается не только стремление сделать вещь более красивой или удобной с конструкторской точки зрения, но "концептуально определить" ее. Взгляд дизайнера сопровождает вещи с момента их создания до приобретения. Первоначально дизайнеры создают проект, форму, определяют текстуру и цветовую гамму. Далее, дистрибьюторы и продавцы особое внимание уделяют упаковке, а также сочетанию, формированию ассортимента и расстановке продаваемых вещей. "Поле" приложения дизайнерских знаний и идей грандиозно - это фактически все, что окружает нас. Существуют дизайнеры одежды, аксессуаров и украшений, интерьеров, мебели, ландшафтные дизайнеры, Web-дизайнеры, дизайнеры-проектировщики, занятые в любом из видов производства. На сегодняшний день большинство компаний уделяют значительное внимание своему имиджу и фирменному стилю, поэтому специалисты, которые могут грамотно и со вкусом создать неповторимый образ, становятся все более востребованными.

ДИ-ДЖЕЙ. Отечественный FM-рынок начал развиваться 10 лет назад. И в эфире на частоте FM появилось порядка 10 радиостанций, что стало предпосылкой для формирования совершенно новой для нас профессии ди-джея (DJ). Ее без преувеличения можно назвать одной из самых престижных (особенно среди молодежи). Правда, многие в то же время считают ее не совсем серьезной. Мол, что может быть проще сидеть у микрофона и нести разную чепуху в эфир и при этом ставить музыку, которая нравится. Какого-то специального учебного заведения, в котором бы готовили DJ, как и в случаях с некоторыми другими новыми профессиями, у нас нет. Возможно, именно поэтому столь остро ощущается дефицит профессиональных ведущих. Некоторые радиостанции сами пытаются выращивать ди-джейев, некоторые же попросту переманивают наиболее талантливых у конкурентов. Потому-то и наблюдается ситуация, когда многие DJ, словно кузнечики, прыгают с одной частоты на другую. Время от времени радиостанции проводят конкурсы ведущих, отбирая из множества претендентов лишь единицы. Причем критерии отбора везде могут отличаться. Так или иначе, но одно из основных требований

для работы DJ – наличие высшего гуманитарного образования, предполагающее культуру языка, умение грамотно формулировать свои мысли перед микрофоном, хорошая дикция. Еще одно непереносимое условие – знание английского, для того чтобы ведущий мог точно прочитать название композиции и правильно ее произнести. Кроме того, он должен ориентироваться в музыкальных направлениях, обладать широким кругозором. Ну и естественно, голосовые данные человека. Хотя здесь у каждой радиостанции свои вкусы и предпочтения. Иногда в эфире встречаются очень специфические голоса. Деятельность на радио для наиболее успешных DJ является стартовой площадкой для работы на ТВ, некоторых приглашают вести шоу-программы в модных ночных клубах, участвовать в разных культурных мероприятиях и т.д.

ДИЛЕР - (англ. - dealer - торговец (осуществляющий сделки). Лицо (фирма), осуществляющее биржевое или торговое посредничество за свой счет и/или от своего имени. Дилер биржевой: имеет свое место на бирже, получает от брокеров заявки на покупку-продажу ценных бумаг, его цель - определить курс (цену реализации ценной бумаги), по которому можно удовлетворить большинство заявок и сбалансировать спрос и предложение; занимаются сделками, которые осуществляются с целью получения прибыли в условиях колебания цен; прибыль получается из разницы между ценой биржевого контракта в день его заключения и ценой в день его исполнения. Дилер торговый: является представителем торговой или производственной фирмы, имеет выкупленный патент на продажу товаров фирмы или осуществляет продажу продукции за свой счет, получая прибыль из разницы цен; цель его деятельности состоит в привлечении внимания потенциальных покупателей к предлагаемому товару, продажа конкретных образцов или заключение сделки на покупку товара в конкретный срок.

ДИСТРИБЬЮТОР – (англ. distribute - распределять) лицо (фирма), осуществляющее прямые продажи, обычно фирма реализует товар через целую сеть работников (дистрибьюторов). Дистрибьютор - официальный представитель "материнской фирмы", с которой он связан контрактом и обязуется продавать товар только фирмы-матери. Фирма устанавливает розничную (строгую) цену на товар. Оплата за труд является фиксированной + % от вырученной суммы.

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.

ИМИДЖМЕЙКЕР помогает создать образ преуспевающего человека. Он определяет типаж клиента, опираясь на линии его фигуры и лица, подбирает одежду, прическу и обувь, выявляет стиль, создает профессиональный образ и даже корректирует поведение клиента. Имиджмейкеру необходимо знать правила макияжа, стилей одежды, основы психологии и этикета, значение поз, жестов, мимики. Он может научить грамотной речи, использованию специальной терминологии. Должен уметь предугадывать ситуации, разбираться во всех мелочах, убедить клиента в важности перемен во внешности, в поведении, в речи. Имиджмейкер - специалист по профессиональному сопровождению карьеры, созданию имиджа личности или фирмы; осуществляет имидж-сопровождение в рекламных и предвыборных кампаниях, участвует в повышении корпоративной культуры организации.

ИНДЕНТ-АГЕНТ - агент по сбыту, ведет за границей на комиссионной основе операции по продаже товаров, поступающих от иностранного поставщика.

ИНТЕРВЬЮЕР - лицо, которое проводит интервьюирование, опрос, в том числе для социологических и маркетинговых исследований.

КЛИНИНГЕР – специалист фирмы, предоставляющей уборочные услуги. В его должностные обязанности входит наведение чистоты в помещении с минимальным воздействием на имущество заказчика. В последние годы технология уборки помещений сильно изменилась. Появились современный инвентарь, новые химические препараты, сложная техника, в связи с чем от современных уборщиков требуется достаточно высокий уровень знаний и квалификация. В некоторых случаях происходит специализация клинингов на определенных уборочных операциях.

КЛИПМЕЙКЕР - специалист по работе с видео и звуком; трансформирует рекламные идеи в короткие видеосообщения, создает и осуществляет монтаж видеоклипов и заставок, участвует в планировании рекламной кампании.

КОММИВОЯЖЕР – (от франц. *commis voyageur* "путешествующий в коммерческих целях"); в Европе - устаревш., ныне употребляемое как "коми": разъездной агент торговой фирмы, предлагающий покупателям товары по имеющимся у него образцам, каталогам. Профессия коммивояжера существовала всегда. В разные времена она пользовалась большим или меньшим успехом, приобретала разные формы и названия, но никогда не исчезала. "В чем секрет такого долгожительства?" - спросите вы. Ответ прост. Пока существует закон спроса и предложения, это самый легкий способ реализации товаров, и плюс к тому - возможность заработать неплохие деньги. Коммивояжер - это тот же магазин, только действует он по знаменитому восточному принципу: "Если гора не идет к Магомету, то Магомет идет к горе".

Чаще всего коммивояжерами считают коробейников, однако, это заблуждение. Профессия коробейника гораздо более узкая, чем у коммивояжера: он просто реализует конкретный товар. Задача коммивояжера несколько иная - не продать товар на месте, а найти потенциальных покупателей и рынки сбыта. Так как он является сотрудником компании, то чаще всего его деятельность носит рекламно-ознакомительный, презентационный характер. Обычно у него при себе есть каталог или образцы продукции. Его главная цель - заинтересовать, а потом уже продавать. "Реклама - двигатель прогресса". Примечательно, что с помощью коммивояжеров распространяли по большей части новые, еще не нашедшие своего покупателя товары. Если бы не их просветительская деятельность, то кто знает, когда бы мы стали использовать швейные машинки Зингера или зубные щетки и пасты? Первые газеты и журналы, не говоря уже о книгах, распространялись только через коммивояжеров. В польском городе Лодзь – центре хлопчатобумажного производства - с помощью коммивояжеров реализовывалось до 80% продукции. Они разъезжали по городам и ярмаркам, заключая от имени своих хозяев крупные торговые сделки. Основу его заработка составляет процент от сделки (в редких случаях им назначают зарплату). Казалось бы, математика простая - чем больше продал, тем больше получил. Однако опытный коммивояжер никогда не станет злоупотреблять продажами. Ему необходимо наработать постоянную клиентуру, и тогда большой доход обеспечен. Заработать большие деньги не сложно. В этой профессии главное - стабильность. Иногда коммивояжер намеренно не будет предлагать свой товар и ограничится ознакомительной деятельностью, предоставляя клиентам время для размышлений. Позже, уже войдя в их доверие, он сможет заключить выгодную сделку. Размер заработка зависит исключительно от индивидуальных способностей коммивояжера. Если он активен, не ленив, обладает творческим мышлением, хорошо

владеет речью, отлично разбирается в людях, знает к ним подход, то заработок легко может превышать доход конторского служащего.

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.

КОПИРАЙТЕР – это человек, пишущий тексты на заказ. От профессионального журналиста, специализирующегося в какой-то одной области (например, политика, бизнес или спорт) и часто имеющего возможность самостоятельно выбирать тему, он отличается в первую очередь универсальностью, позволяющей не упустить выгодного заказчика, а также тем, что исходит из интересов конкретного клиента. В данную профессию нередко идут люди с базовым филологическим, журналистским или психологическим образованием и большим опытом работы в различных СМИ, рекламе, пресс-службах. Зачастую задача копирайтера не ограничена написанием текста. Такому специалисту вполне могут заказать организацию целой PR-кампании конкретного политика (партии), фирмы, продукта, куда войдут разработка информационной стратегии, создание запоминающихся рекламных слоганов (девизы), сценариев рекламных роликов и текстов публичных выступлений, подготовка серии печатных материалов для газет, буклетов и листовок и т. д. Правда, по сравнению с коллегами по цеху — писателями и журналистами, даже самые успешные из копирайтеров редко добиваются широкой известности.

КРИЭЙТОР – (от англ. 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 криэйтор 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 криэйтора. 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 криэйтора, в какой бы области он ни работал.

КЛЕРК - служащий среднего и низшего звена (clerk-англ. чиновник, писарь); Клерк актуарный: в страховом деле специалист в области сбора и анализа информации, составляет актуарные таблицы страховых компаний, с помощью которых определяется вероятность различных видов риска; Клерк банковский: регистрирует и табулирует финансовые сделки и операции банков; в крупных банках клерки специализируются по отдельным операциям (операторы счетных машин, контроль за операциями с опекунами и др. фондами, и пр.); Клерк статистический: обобщает цифровые отчеты, на основании которых принимаются управленческие решения. В обязанности такого сотрудника входят регистрация сделок, их кодирование и классификация, табулирование данных, различные работы по учету; Клерк по ведению досье: основные обязанности

связаны с повышением эффективности работы предприятия, обеспечением управления движением деловой информации (писем, документов и т.д.)

КОУЧЕР - специалист, раскрывающий потенциал личности сотрудников компании (обычно топ-менеджеры): увеличивает их производительность и эффективность, помогает развитию способности осуществлять движение в нужном темпе и направлении, приводит в действие системы мотиваций человека. Основные требования - коммуникативные навыки, глубокие знания в психологии.

ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙНЕР – это специалист по оформлению ландшафтов и интерьеров: красивый газон, ухоженные клумбы, альпийские горки и миниводоемы, гармонично сочетающиеся с местностью. Относительная стабилизация жизни постепенно создает условия, в которых люди начинают заботиться о том, как облагородить участок, сделать комфортным и уютным место своей работы и в это может помочь ландшафтный дизайн.

ЛОГИСТИК - это специалист, занимающийся планированием и управлением движением материальных и информационных потоков. Мировой практикой уже давно доказано, что если при производстве и продаже снизить издержки невозможно, то нужно обратить внимание на путь прохождения материального потока в виде сырья, полуфабрикатов, материально-технических ценностей и прочее до и "внутри" производителя, а также на движение товаров между производителем, торговцем и, если надо, то и конечным потребителем. Одним из наиболее радикальных и действенных инструментов сокращения издержек по всей длине цепочки движения материального потока является логистика. Логистик занимается материально-техническим обеспечением, транспортировкой, складированием, трансформацией сырья, материалов, приданием необходимого формата готовой продукции, контролем запасов, организацией физического распределения и сбыта готовой продукции.

МАКЛЕР - человек, который оказывает посреднические услуги при заключении сделок. Это услуги в основном по купле-продаже недвижимости. Он консультирует клиентов, согласует цены и порядок оформления документов; работает индивидуально (как независимый посредник) или как член соответствующей фирмы. От него требуется специальная подготовка, знание социальных и правовых норм.

МАРКЕТОЛОГ - (англ. market - рынок) изучает и прогнозирует спрос на товары и услуги, путем наблюдения, опроса потребителей анализирует причины колебания спроса на товары и услуги, определяет пути улучшения потребительских свойств производимых товаров, перспективы сбыта, отслеживает конкурентную среду, изменения налоговой, ценовой и таможенной политики государства.

Проводит статистическую и аналитическую обработку результатов, дает рекомендации по увеличению объема продаж, созданию или изменению упаковки, ценообразованию, оптовой торговле, рекламной политике.

Профессионально важные качества: аналитическое мышление; наблюдательность; социально-психологическая интуиция; образно-логическая память; коммуникативные способности; высокая самооценка; эмоционально-волевая устойчивость.

МЕДИА-ПЛАНЕР –специалист рекламного агентства. Он отвечает за выбор подходящих средств массовой информации для размещения рекламных материалов. Медиапланнер планирует и дает рекомендации по наиболее выгодному вложению средств, выделяемых

на рекламирование того или иного товара, раскрытку названия фирмы либо торговой марки – бренда. Другими словами, он определяет круг газет, журналов, радио- и телеканалов, даже Интернет-изданий, которые смогли бы обеспечить максимальную доступность рекламной информации той аудитории, которая является потенциальным потребителем продукции. Эта профессия появилась совсем недавно, в начале 90-х годов.

МЕДИА-БАЙЕР - закупщик рекламного времени и площади. Он заключает договор об аренде тех телевизионных минут, газетных модулей, поверхностей и.д., которые обозначены в медиа-плане. Медиа-байер прекрасно ориентируется не только в ценах на рекламное время и площадь, но и в том, где, как и какой процент скидки можно получить при оформлении закупки.

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, TV, 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.

Материал подготовлен учащимися 8 класса