



В мире новых профессий

Если человек не знает,
к какой пристани он держит путь,
для него ни один ветер не будет попутным.

Сенека

В конце XX столетия произошли значительные изменения в экономических и социальных условиях жизни нашей страны. В связи с развитием новых технологий, ростом благосостояния людей и потребностей общества возникают новые виды деятельности человека, изменяются старые, получая новые названия.

Откуда же появились новые профессии, и что означают незнакомые названия: девелоперы, промоутеры, шоперы, логистики, мерчендайзеры?

Предлагаем Вам познакомиться с некоторыми из этих профессий.

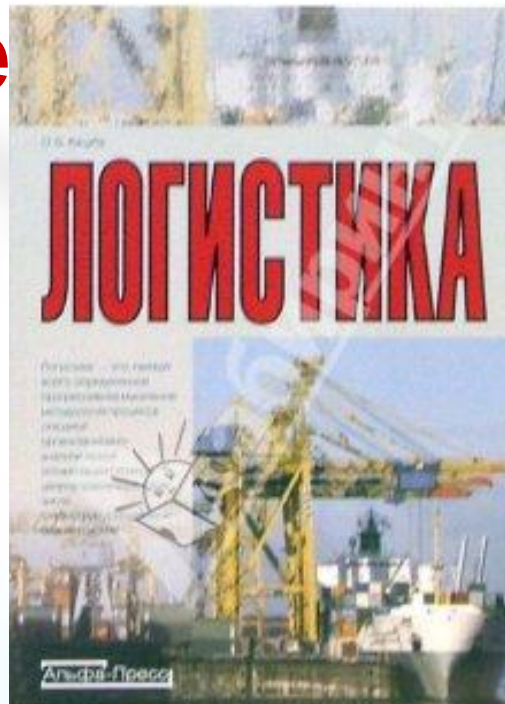


*Логистика призвана
экономить*

ЛОГИСТ

Гипотеза

**Логистика – одна из
интереснейших
современных профессий.**





Логистика – это область деятельности человечества, которая обеспечивает нас свежими продуктами в магазине, новыми телевизорами, фотоаппаратами и многими другими радостями жизни.

Одной из функций логистики является обеспечение необходимым сырьем производства, например, мукой - хлебозавода или удобрениями и рассадой - фермеров, выращивающих клубнику.

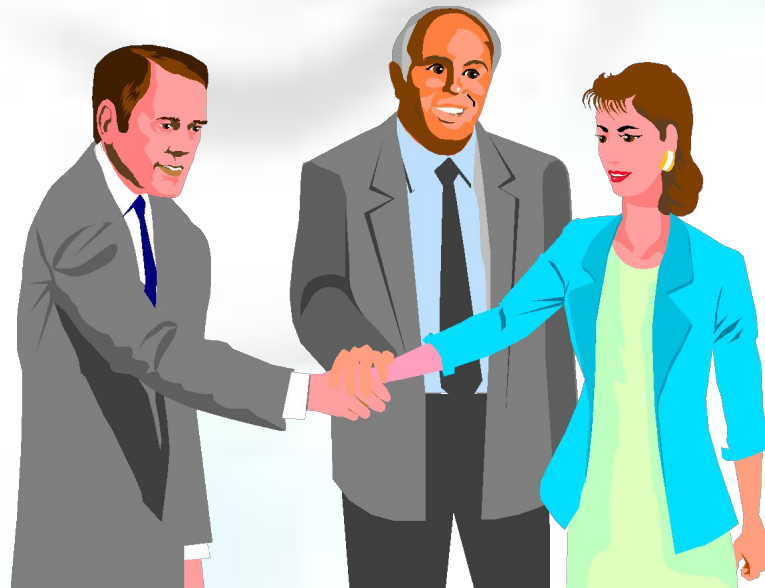
Специфика должности

Основная задача **логистов** - управление процессами движения потоков от закупки сырья до сбыта готовой продукции.

Исходя из этих целей, и создаются в компаниях отделы логистики. **Логист** принимает массу стратегических решений, касающихся не только транспорта и складской работы, но и информации, финансовых потоков, инноваций, международной деятельности, работы с персоналом.



Логисты просчитывают совместно с финансистами последствия принятия того или иного решения, участвуют в планировании рынков сбыта и производства. При уникальных возможностях карьерного роста логист всегда должен быть первым, кто может просчитать несколько ходов вперед.



Профессиональные качества

- опыт работы с экспедиторскими фирмами, проведения инвентаризации на складе;
- знание иностранных языков;
- знание особенностей транспортировки грузов в различных странах и правил составления таможенных документов;
- знания в области ассортиментной политики организации и состояние потребительского рынка;
- владение методами изучения товарных рынков;
- опыт работы с международными системами;
- знание электронного документооборота в логистике.



Личностные качества

Для специалистов в области логистики необходимыми оказываются:

- коммуникативные качества;
- умение найти общий язык с разными людьми;
- способность действовать с высокой степенью концентрации.

Профессия логиста достаточно динамична.

Единственной опасностью являются нервные нагрузки, связанные с волнением по поводу сроков поставок, финансов и других моментов, сопровождающих работу логиста.



Вывод

В ходе исследования мы выяснили, что логистика - новая профессия, позволяющая самореализоваться в условиях современного рынка.

Девелопер и риелтор





Гипотеза

Многие считают, что риелтор и девелопер - это одна и та же профессия.



XXI век — время девелопмента

Это слово сегодня мы слышим все чаще. Так что же такое девелопмент?

Девелопмент — (development в переводе с английского означает *развитие*).

Один из ключевых принципов девелопмента — создание сильной команды консультантов, которые работают на разных стадиях проекта — от маркетингового исследования до реализации и непосредственного управления проектом...

Девелоперы - специалисты, которые трудятся на ниве бизнеса недвижимости и являются одними из его ключевых фигур.

В задачи **девелопера** входит разработка выгодного проекта, выкупа под него участка земли, затем строительство этого проекта и дальнейшая либо продажа, либо передача его в аренду частично или полностью в зависимости от предполагаемой выгоды.



Данная профессия требует глубоких экономических и юридических знаний, а также организаторских способностей.

Профессия "*Девелопер*" – более масштабная и охватывает гораздо больше сфер, чем все остальные, потому что он сам несет все риски.



Как отмечают крупные кадровые агентства, данная профессия не очень распространена, и опытных девелоперов на российском рынке недвижимости действительно немного. Поэтому конкуренция в этой сфере невысока и профессия очень перспективна.



Термин "риелтор" (realtor) происходит от "realty" - недвижимость, недвижимое имущество .

РИЕЛТЕР - юридическое лицо (или индивидуальный предприниматель), осуществляющее посредническую и иную деятельность на рынке недвижимости на основании специальной лицензии.

Вывод

Я поняла, что **ДЕВЕЛОПЕР** и **РИЕЛТОР** – это действительно две разные профессии, связанные между собой лишь общей сферой деятельности.

Девелопер занимается разработкой проекта, выкупом под него участка земли, строительством, продажей либо передачей его в аренду .

Риелтор осуществляет посредническую деятельность на рынке недвижимости.



у
КОПИРАЙТЕР

Я копирайтер!



**У многих из тех, кто это слышит,
возникает вопрос:
«Кто такой копирайтер?»**

История Копирайтинга



Плодовитый XX век подарил миру многое, среди всего прочего – копирайтинг.

Мастерство написания рекламных текстов выделилось в самостоятельную профессиональную отрасль.

Чем отличается копирайтинг от написания художественных текстов?

Тем, что писатель создаёт свои произведения по велению сердца и выражает свою точку зрения. В копирайтинге же главное правило – текст должен быть продающим. Да, грамотный рекламный текст продаёт товар не хуже любого продавца, без усталости и круглосуточно.

Кто же такой копирайтер?

Копирайтер – человек, пишущий тексты на заказ.



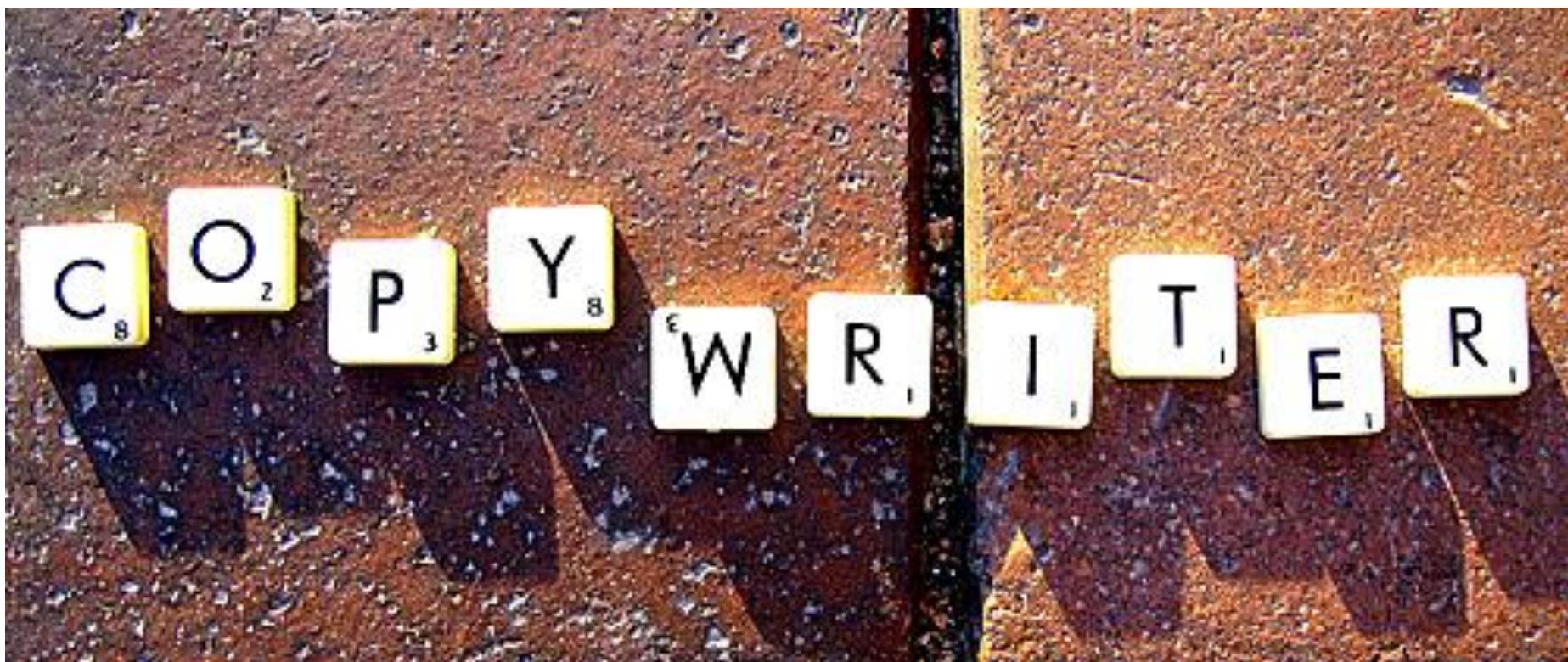
Задача копирайтера заключается в том, чтобы кратко и доходчиво сформулировать идеи заказчика о достоинствах и преимуществах предлагаемых товаров и услуг.

Требования к данной профессии – лингвистическое образование, высокий уровень развития творческих способностей, неординарность мышления и знание языков.

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.





Профессия копирайтер – одна из самых интересных, на мой взгляд.



Мерчендайзер



Мерчендайзер (англ. - merchandise – товары) - специалист по продвижению продукции в розничной торговле, который выигрышно представляет товары своей фирмы.



Задача мерчендайзера:

*покупатель, придя в магазин,
должен приобрести товар
именно его компании.*



Основные требования к профессии:

- коммуникабельность;
- работоспособность;
- презентабельная внешность;
- обучаемость.

Желателен опыт работы, знание английского языка и наличие водительских прав.

Обязанности мерчендайзера:

- выигрышно подать товар своей фирмы: повесить плакат с видом товаров именно там, где нужно, чтобы покупатель захотел приобрести только его;
- поддерживать порядок на полках: покупателю неприятно брать в руки запыленную или помятую коробку;
- следит за сроками годности продукции и за тем, чтобы каждый товар имел ценник: ведь иногда именно стоимость товара играет решающую роль в его покупке;
- следит за спросом продукции, за ценами конкурентов на аналогичный товар;
- все сведения представляет в маркетинговый отдел компании и таким образом влияет на процесс продаж.



Мерчендайзеру необходимо:



- знать психологию покупателя;
- уметь расположить рекламные стойки в магазине;
- уметь так расположить полки, витрины, чтобы у покупателя была возможность свободно подойти к товарам.



Таким образом, мерчендайзер является представителем компании продавца в месте реализации товара.

Без мерчендайзера не обойдется ни одна рекламная акция в магазине.

Дизайнер

«Мы имеем возможность, пусть и ограниченную, заниматься творчеством, создавать новое. Дизайнер стремится к совершенствованию: всегда хочется сделать что-то более красивое, необычное, стильное. Но с каждым годом все сложнее быть прогрессивным. Любой нестандартный графический ход мгновенно тиражируется, нужно придумывать новое решение. Но в этом и заключается прелесть нашей профессии...»

И.В. Седин

Термин **«дизайнер»** произошел от латинского **designare** - придумывать, намечать, делать.

Возникновение данной профессии связано с необходимостью что – то улучшить, перепроектировать, переделать.

Дизайнер создает свои работы для конкретного заказчика и обязан иметь четкое представление о потребностях, как своего клиента, так и конечного потребителя.

Кроме того, необходимы знания о ситуации на рынке, где будет продвигаться товар, над оформлением которого он работает.



Дизайнер-конструктор



Вы всюду сталкиваетесь с результатами дизайнерского труда: мебель, бытовая техника, посуда, отделочные материалы, автомобили - всего коснулась рука и мысль дизайнера. Дизайнер конструирует не только предметы или интерьеры, он конструирует образ жизни человека, новые функции предметов.



Дизайнер-художник

Дизайнер как художник реализует свой замысел не красками на холсте и не резцом в камне, а с помощью строителей, инженеров, создавая предметы быта, интерьера.

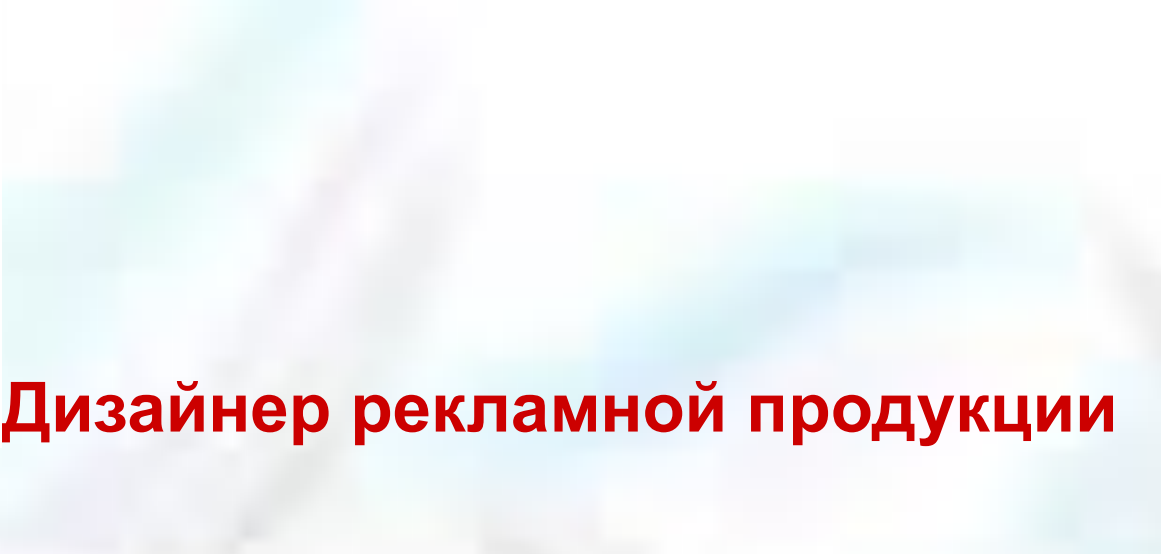
За дизайнерским искусством не нужно ходить в выставочные залы, оно окружает нас. Дизайнер ежедневно удовлетворяет наш голод по прекрасному, формирует наш художественный вкус.





На сегодня наиболее перспективной областью дизайна, по мнению многих специалистов, считается **фитодизайн**.





The advertisement features a central cartoon cow with a speech bubble containing a heart. Surrounding the cow are several packages of 'Moloko' (Milk) products, including 'Moloko 1%' and 'Moloko 3.5%' varieties. At the bottom, the word 'МОЛОКО' is written in large, stylized letters, followed by 'Сгущенное' (Condensed) in a smaller font.

[illegible]



ИММДЖМЕЙКАН



ВСЕ!



М Е Н Я

ИММДЖМЕЙКАН

В толковом словаре слово «ИМИД в переводе с английского означает «образ», «картинка».





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.

Профессия **имиджмейкера** родилась несколько десятилетий тому назад на Западе. Сейчас в России эта специальность считается модной и относительно новой, одной из самых востребованных и необходимых в современной жизни.



Сейчас имиджмейкеры востребованы в различных областях жизни и бизнеса:

- **имиджмейкер – стилист**

Может работать в имидж-студии, салоне красоты, в фитнес-клубе, имеет возможность оказывать услуги как по закупке и формированию коллекций.

- **имиджмейкер – политтехнолог**

Его творение - мифологизация образа персоны, как для избирательной компании, так и для общегосударственного деятеля любого формата политической или общественной жизни. Как правило, эти специалисты работают на предвыборных гонках для политиков разного уровня.

- **имидж - аналитик**

Суть работы заключается в проработке и формировании корпоративного имиджа организации. Работа с имиджем компании включает в себя работу с имиджем руководителя, персонала.

Результат - яркий узнаваемый имидж фирмы.

- **имидж - эксперт**

Компании, особенно те, которые занимаются созданием брендов, просто обязаны иметь в штате имидж-эксперта.

- **имиджмейкер – психолог**

Отработка личностных проблем клиента, снятие психологических комплексов и зажимов, ликвидацию психологических барьеров.

Способность **имиджмейкера** грамотно преобразовать внешний вид, помогая клиенту создавать определенный имидж и соответствующий стиль жизни, ценится очень высоко и хорошо оплачивается.

Спрос на услуги профессиональных имиджмейкеров настолько велик как среди политиков, артистов, ведущих топ - менеджеров и крупных бизнесменов, так и среди самых разных людей, заинтересованных в создании собственной презентабельной внешности.





**По результатам опросов лидирующую
позицию самых перспективных
специальностей в России занимает
профессия "имиджмейкер".**



Шопен



Шопер – гид по стилю, помогающий ориентироваться в качестве товара и его цене.

Такой «профи» обязан все знать:

- о марках и ценах;
- о расположении и работе бутиков;
- о стилях и модных направлениях;
- о новейших технологиях;
- о скидках и прогнозируемом результате.



Чтобы шоперу не «плавать» наравне с клиентом, нужно знать стилистику, математику, историю моды, философию модных брендов, уметь делать маркетинговый срез.



Основная задача **шопера** – грамотно составить гардероб своему клиенту. А для этого необходимо хорошо знать своего подопечного, его характер, стиль жизни, привычки.

Поэтому шоперу, кроме отменного чувства вкуса и умения разбираться во всех модных тенденциях, важно быть еще и хорошим психологом. Не помешает и владение приемами убеждения, чтобы при надобности отстоять свою точку зрения.

Но в то же время шопер должен уметь слушать и, самое главное, слышать пожелания своего клиента.

Шоперы экономят время, деньги и эмоции клиента, обеспечивая ему попадание в «десятку». А еще он знает время сезонных и праздничных распродаж.

Шопер — не есть узкий специалист по подбору одежды. Скорее всего это одна из ипостасей человека творческой профессии. Шопер не обязательно женщина, мужчины с этим делом тоже справляются.





Чаще всего к его услугам обращаются домохозяйки, люди из так называемого бомонда, будущие депутаты, предприниматели и собственники бизнеса, работники шоу-бизнеса...

СРЕДИ НЕХОЖЕНЫХ ПУТЕЙ,
В - МОИ.
ВЗЯТЫХ РУБЕЖЕЙ,
МНОЮ!