

1. **Вебмастер.** Это прекрасная профессия очень широкой специализации, которая подразумевает работу с сайтами, их администрирование и обновление. Оплата такого труда бывает очень высокой и напрямую зависит от знаний, навыков и опыта работника.

2. **Веб-дизайнер.** Очень интересная и творческая профессия, подразумевающая разработку дизайна сайта, либо его отдельных элементов. На сегодняшний день количество людей, работающих в данной сфере, достигло огромной цифры. Потому оплачиваться такой труд стал немного ниже, поскольку количество работников превышает количество заказов.

3. **Контент-менеджер.** Работа контент-менеджера заключается в том, чтобы наполнять сайты различными материалами. Туда входят фото, видео, тексты, интервью, отзывы и прочие материалы. Чтобы качественно выполнять такую работу и иметь хороший доход, нужно обладать широким кругозором и ответственно относиться к своей профессии.

4. **Event-менеджер.** Такой работник организует различные мероприятия, праздники, торжества, встречи. Он должен уметь общаться с людьми и разрабатывать определенные программы, которые способны развлечь и заинтересовать массы людей.

5. **Копирайтер.** Всегда востребованная профессия. Особенно если работник талантлив и скор на письмо. Здесь важно умение отфильтровать информацию, а также – грамотность и понимание сути вещей. Хороший копирайтер может добиться больших высот и в плане заработка, и в плане личностного развития.

6. **Интернет-коуч.** Если вы человек, хорошо разбирающийся в какой-то области, то эта работа для вас. Здесь важно знать определенную сферу и уметь объяснить ее специфику новичку. То есть, разумеется, важен дар красноречия и умение консультировать людей. Помимо всего прочего, нужно разбираться в психологии, поскольку работа с людьми – дело непростое. А потому, оплата за такие услуги, как правило, высокая. Консультация может стоить тысячу (и более) рублей за час. Консультировать людей можно письменно (если вам легче дается письмо), а можно по скайпу (видео или аудио-консультация онлайн).

7. **Интернет-коуч.** Андеррайтер - (в буквальном переводе с немецкого - "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.

8. **Brand-manager** - в английском языке слово brand означает в том числе печать и фабричную марку. В русском языке пока не нашлось адекватного словосочетания, поэтому эту должность называют без перевода — бренд (или брэнд) менеджер. В

российской практике человека со сходными обязанностями часто называют просто начальником отдела продаж. Брэнд-менеджер руководит продажей некоей группы товаров определенной торговой марки (это может быть что угодно — бытовая и компьютерная техника, одежда, продукты питания и пр.).

В отличие от менеджера по продажам брэнд-менеджер занимается не столько самими продажами, сколько раскруткой фирменной марки. Это подразумевает наличие серьезных познаний в области рекламы, маркетинга, связей с общественностью. В отличие от «чистого» маркетолога брэнд-менеджер должен разбираться в продаже данной группы товара не только на уровне экономиста, но и на уровне производителя. Работодатели могут требовать от брэнд-менеджеров, занимающихся, например, продукцией молочной промышленности, знания особенностей технологии переработки молока.

WEB-мастер — специалист, создающий в сети Интернет страницу, часто поддерживает ее после окончания работ. Иногда совмещает обязанности с дизайнером или программистом.

9.

Девелопер — специалист по операциям с недвижимостью, занимается покупкой недвижимости, разработкой проекта (например, строительства здания) и дальнейшей продажей или сдачей в аренду данного объекта. Данная профессия требует глубоких экономических и юридических знаний, а также организаторских способностей.

10.

Джоббер — специалист-посредник на фондовой бирже. Основные задачи — покупка и продажа акций (за свой счет, в отличие от брокера). Необходимы экономические знания, а также умение рисковать.

11.

Т-специалист занимается информационными технологиями, компьютерным обеспечением. Как правило, не программист, а специалист по оборудованию и телекоммуникациям.

12.

Копирайтер - специалист по авторским правам, его рекламной деятельности, человек с творческой натурой, способный сочинять оригинальные тексты, музыкальные заставки и более крупные произведения разного стиля, характера и метража. Многие копирайтеры имеют опыт написания сценариев. Для работы в этой области желательно иметь

журналистское или филологическое образование.

13. Обязанности копирайтера можно сравнить с обязанностями корреспондента — к ним относится, например, написание статей рекламного характера. Также копирайтер участвует в разработке имиджа фирмы, включая название, слоган, рекламные материалы. Копирайтер должен ориентироваться в области авторских прав на музыкальные и литературные произведения.

14. **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.

Креативный директор – (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 (Строгановка), либо высшее филологическое образование. Многие креативные директора «вырастали» из художников-дизайнеров. Если крейтор 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 крейтора. Он должен быть генератором идей. Угадать, создать нечто оригинальное и привлекающее внимание определенной группы людей — вот задача крейтора, в какой бы области он ни работал.

15.

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.

16.

Логистик — специалист, занимающийся оптимизацией поставок и перевозок сырья, товара, средств производства. Задачи логистика — разработка схемы товародвижения,

поставок, расчет наиболее экономичных путей, координация основных подразделений. Главное требование — аналитические способности, оперативность мышления, также приветствуются коммуникабельность, самостоятельность, мобильность.

17.

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, 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.

18.

Медиа-планер - в задачи медиа-планера входят прежде всего стратегическое планирование рекламной кампании и рекламной деятельности фирмы в целом. Медиа-планер должен осуществлять оценку рекламной эффективности различных средств массовой информации и соответствующим образом перераспределять рекламный бюджет. Это невозможно без серьезных познаний в области маркетинга, социологии и пр. Тут надо отметить, что данная должность существует в основном в рекламных агентствах. В крупных компаниях, имеющих свои рекламные отделы, подобные функции выполняет начальник или менеджер отдела рекламы. Считается, что медиа-планеров действительно высокого уровня в России насчитываются единицы. Раньше высшее образование не ориентировалось на выпуск людей подобной специальности, сейчас специалистов подобного уровня пытаются готовить, например, на факультете журналистики МГУ. Большая же часть специалистов в области рекламы, иногда без высшего образования, «ковалась» непосредственно на рабочих местах.

19. Мерчендайзер - специалист по продвижению продукции в розничной торговле. Контроль расположения товара на полках, поддержка имиджа товара, контроль рекламы и цен на товар — все это основные задачи мерчендайзера. Основные требования к профессии — коммуникабельность, работоспособность, презентабельная внешность, обучаемость. Желателен опыт работы, знание английского языка и наличие водительских прав.

Office-manager - 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.).

20.

Промоутер - еще лет пять-семь назад о них никто ничего не слышал. Теперь это одна из самых популярных "студенческих" профессий, правда с дискриминацией по половому признаку - в основном берут девушек. Стать промоутером непросто. В рекламных агентствах выстаиваются очереди из претенденток - эта работа не мешает занятиям, прилично оплачивается. Можно научиться другим вещам, таким же важным, как базовое образование. Например, свободно общаться с людьми самого разного типа и возраста, освоить азы рекламы и маркетинга, которые сегодня пригодятся практически в любой профессии. Все видели симпатичных девушек в ярких майках и бейсболках с логотипами известных фирм, угощающих прохожих, посетителей магазинов и кафе, печеньем и шоколадом; раздающих образцы новых видов косметики и предметов гигиены. Это и есть промоутеры, или, на профессиональном слэнге – промо - девушки. Кто может стать промоутером? Не только красавица "90-60-90". Присмотритесь, девушки встречаются самые разные. И даже возрастные рамки - не слишком жесткие. Хотя в большинстве объявлений о наборе промоутеров возраст указывается "18 -23 года", на практике с удовольствием возьмут и девушку постарше. Главное, чтобы она выглядела свежо и обладала самым важным качеством для профессии - обаянием. Внешность промо-девушки подбирается в соответствии с видом и рекламным образом товара. Самая близкая к работе промоутера - работа продавца, хотя задачи у них разные. Задача промоутера - не продать товар, а заинтересовать им как можно больше потенциальных покупателей. Предложить его на пробу, рассказать о марке, качестве, новшествах. Прохожего или посетителя нужно суметь привлечь, "выдернуть" из толпы взглядом, улыбкой, приветливым словом, при том, что многие торопятся пройти мимо; завязать с ним разговор, добиться ответной реакции, а не просто "всучить" изделие.

21.

Sales-assistant - этот термин можно дословно перевести с английского как 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.

22.

Сомелье - знаток вин. Сомелье - слово французское, адекватного перевода на русский нет, потому что ни в одном другом языке мира такого понятия просто не существует. Однако объяснить, что оно означает, можно. Вот как определяет его Жорж Пертюизе, президент Союза сомелье Франции: "Сомелье - это человек, ответственный за напитки в ресторане, дающий советы по выбору вин и напитков, сервирующий их или следящий за их подачей клиенту вплоть до момента, когда тот покидает зал". 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. Безусловно, сомелье должен знать многое. Первые представители этой профессии появились в Москве три года назад. Именно тогда владельцы ресторанов (с большими винными погребами) поняли необходимость в специалистах такого рода. Первые сомелье, по сути, были самоучками. 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.

23.

Специалист бэк-офиса (Back Office) - задачей бэк-офиса является документальное 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. 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. Как и в любой новой области деятельности, перед молодым специалистом открывались значительные возможности карьерного роста. Большая часть специалистов бэк-офиса после прохождения краткосрочных курсов обучалась своему делу непосредственно на рабочих местах, специалистов подобного профиля готовят на факультетах "финансы и кредит" в различных вузах экономического направления.

24.

Спичрайтер - специалист по написанию статей, речей, докладов. Достаточно редкая специальность.

25.

Специалист по связям с общественностью (PR manager) имеет дело со средствами массовой информации (журналами, газетами). Он должен уметь различными способами поддерживать имидж организации.

26.

Супервайзер — специалист по контролю и надзору за деятельностью различных объектов: как производственных, так и торговых. Руководитель группы, звена.

27.

Треjder — специалист по биржевым торгам (ценными бумагами, валютой, драгоценными металлами).

28.

Тренинг-менеджер — специалист по организации обучению персонала компании. Часто проводит обучение самостоятельно.

29.

Треjder. Trader - торговец (англ.). - в самом общем смысле этого слова, - крупный торговец, посредник между производителем (владельцем) и покупателем. До кризиса отечественного финансового рынка весьма популярной фигурой являлся трейдер на рынке ценных бумаг. Тут возникает очередное разночтение между отечественным и международным содержанием одного и того же понятия. В международной практике трейдером называется лицо (предприятие), совершающее сделки от собственного лица. Лицо (предприятие), выполняющее чужие заказы на покупку-продажу, называется брокером. В отечественной практике гордым словом трейдер называли себя все. Обычными требованиями к трейдеру на рынке ценных бумаг являлись наличие аттестата Минфина первой категории на право работы с ценными бумагами, опыт работы от года и возраст до 30 лет. Различают трейдеров по работе с физическими и юридическими лицами. Для последних обязательно, по крайней мере, обучение по программе FAST (Financial Analysis and Security Trading), финансовый анализ и торговля ценными бумагами. Серьезным вопросом для начинающих трейдеров является вопрос материальной ответственности перед компанией за результаты сделки. По формальным требованиям сложно представить содержание работы трейдера. Наши менеджеры по работе с клиентами сравнивали обстановку на биржевой площадке (в горячие дни) с обстановкой в операционном зале Чернобыльской АЭС за 10 минут до взрыва. С трейдером по ЦБ не следует путать трейдеров, отвечающих за операции с материальными ценностями. Таковыми могут быть любые многотоннажные продукты: нефть, газ, лес, зерно и пр. В обязанности трейдера входит организация торговли определенным продуктом в международном масштабе, контракты с торговыми и форвардными компаниями в центре и на местах. Такой человек должен обладать огромным опытом коммерческой деятельности, свободно ориентироваться в системе фьючерсных контрактов, методах экономического анализа. Людей, которые могли бы работать ассистентами трейдеров, готовит, например, МГИМО.

30.

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 экстра-класса. 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. Типичный пример такого специалиста - организатор региональной дилерской сети. Стоимость "приобретения" такого специалиста может быть в десятки раз меньше стоимости создания региональной сети сбыта. Хед-хантер также ведет предварительные переговоры с клиентом по поводу условий работы и оплаты труда. Заказы на хед-хантинг встречаются гораздо реже и оплачиваются значительно выше, чем заказы на подбор персонала. Как правило, стоимость их выполнения составляет 20-40% годового дохода.

Хостес

— домохозяйка, экономка. Такая должность существует в штате гостиниц.