

Модельная  
библиотека-филиал № 5

с. Суслово

ждет вас ежедневно

с 10.00 до 18.00,

кроме субботы

Наш адрес:

с. Суслово, ул. Стройка, 3

E-mail : [suslovo.biblioteka@rambler.ru](mailto:suslovo.biblioteka@rambler.ru)

# "Компас выбора"



**молодежи  
о выборе профессии**

*Источники:*

1. Помощь учащимся при выборе профессии [Электронный ресурс]. - Без м.и., 2017.  
- Режим доступа: [http://khh-s87.edusite.ru/vis\\_p146aa1.html](http://khh-s87.edusite.ru/vis_p146aa1.html) свободный. - Заглав. с экрана. - Дата обращения: 03.03.2017 г.

2. Трудности выбора профессии у молодежи [Электронный ресурс] Социальная сеть работников образования. - Без м.и., 2012. - Режим доступа: <http://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2012/12/04/trudnosti-vybora-professii-u-molodezhi> свободный. - Заглав. с экрана. - Дата обращения: 03.03.2017 г.

Суслово

2017

0+



**Компас выбора [Текст] : молодежи о выборе профессии / МБУК «ЦБС Мариинского муниципального района», модельная библиотека-филиал № 5 с. Суслово ; сост. А.А. Деренкова. - Суслово, 2017. - с. 17 [2]**

## **Советы молодым людям, которые выбирают профессию:**

1. Необходимо убедиться в том, что при выборе профессии вы не ошиблись в оценке собственных способностей и потребностей.

2. Вы должны хорошо себе представлять, где ваши знания впоследствии вам пригодятся, где они будут востребованы.

3. Выбирая будущую профессию, вы должны хорошо знать, чем вам придется заниматься, т.е. представлять круг ваших обязанностей, плюсы и минусы будущей работы.

4. Соотнесите понравившуюся вам специальность с потребностями общества.

Для преодоления сложностей в профессиональной ориентации следует обратиться за помощью к специалистам в этой сфере. Это могут быть и школьные психологи, и консультанты в специальных пунктах и центрах (окружные и городские), в том числе по трудоустройству и занятости молодежи.

**Сделать правильный выбор – это реально!**

## WEB-профессии

Новые информационные технологии вошли прочно в нашу жизнь. Быстрыми темпами развивается во всем мире индустрия производства современных компьютеров, часть которых устаревает и тут же появляются новые модели, способные удовлетворить самого требовательного покупателя — профессионала. Организации стремятся иметь свои сайты или отдельные странички в Интернете. Новые профессии связаны именно с этой областью деятельности.

*Web-дизайнер* решает как будет выглядеть новый сайт. Сайт должен привлекать внимание, отличаться от множества других; он должен отражать специфику материала, который на нем будет расположен. Важна роль того, как будет информация расположена — должно быть создано впечатление целостной картины,

*Web-программист* обеспечивает оперативное обновление данных, осуществляет обратную связь с пользователями, организует общение посетителей друг с другом и с создателем сайта. Сегодня стало актуальным для программиста решать задачи безопасности компьютерной сети.6

Выбирая профессию, следует помнить, что получение ее, то есть образование, а в дальнейшем и сама работа, подчиняются определенным правилам. Знание этих правил и умение их использовать помогут вам в выборе профессии и ее получении.

### Правила выбора профессии.

1. Выявить какие профессии сегодня нужны для того чтобы правильно спланировать что будет через 2-3 года.
2. Узнать какие заведения осуществляют подготовку по данным специальностям.
3. Найти возможность практически попробовать свои силы в этой среде, обсудить свой выбор с близкими.
4. Оценить реальную возможность трудоустройства.
5. Не поддаваться косвенному или прямому влиянию друзей.

**Выбор профессии** - это уравнение с несколькими неизвестными. Существует так называемая «формула выбора профессии»:

**Хочу** - это ваши интересы, склонности, желания, мечты.

**Могу** - это ваши психофизиологические возможности, здоровье, способности, то есть профессиональная пригодность.

**Надо** - это потребность в кадрах на рынке труда, востребованность вашей профессии.

Главное суметь совместить своё хочу, могу и надо, тогда профессиональный выбор будет удачным.

Иными словами, задача заключается в том, чтобы найти профессию, которая:

- и Интересна и привлекательна для вас;
- и Соответствует вашим способностям;
- и Пользуется спросом на рынке труда.

Изменения в жизни общества, связанные с внедрением новых технологий, ростом благосостояния людей и их потребностей, вызвали к жизни новые виды деятельности. Идет быстрый процесс изменения названий профессий, которые наполняются новым содержанием.

На слуху такие профессии как «инженер» и «учитель», «космонавт» и «летчик», «медсестра» и «официант», но мы уже начинаем привыкать к профессиям «менеджер», «брокер», «продюсер»...

У потребителя в новых условиях большой выбор, но как получить ориентиры, как выбрать именно то, что необходимо. Выбор товаров и услуг нуждается в советах специалистов - представителей новых профессий, готовых оказать необходимую высококвалифицированную помощь.

Попробуем познакомиться с содержанием деятельности ряда специалистов.



## Системный администратор

Системный администратор (он же IT-администратор) — это специалист, который поддерживает правильную работу компьютерной техники и программного обеспечения, а также отвечает за информационную безопасность организации. В связи с активной технологизацией и компьютеризацией всех коммерческих компаний и государственных учреждений, профессия системного администратора сейчас очень востребована на рынке труда.

Системный администратор должен не только обладать специальными знаниями о работе и устройстве компьютера, но и ориентироваться в новинках «виртуального рынка».

Хороший системный администратор — это настоящий волшебник, способный поладить как с машиной, так и с человеком. Профессионализм, такт в общении, готовность и способность прийти на помощь, чувство юмора — все эти характеристики обеспечат успех специалисту.

## PR-менеджер

Пиар-менеджеры (англ. PR, public relations — «общественная информация») работают с организациями и движениями, фондами и партиями, фирмами и агентствами, частными лицами. Специалисты по связям с общественностью — об этой профессии слышаны многие, но мало кто знает то, чем они занимаются; а именно они формируют благоприятный образ своего клиента в глазах спонсоров, избирателей, партнеров по бизнесу и т.д. Именно они организуют презентации, встречи и пресс-конференции, инициируют публикации статей, выход в эфир радио- и телепрограмм, обеспечивают информационную поддержку.

Пресс-секретари различных ведомств и служб, менеджеры по рекламе, сотрудники пресс-служб государственных деятелей, политтехнологи — это тоже специалисты по связям с общественностью и на них также возложены задачи по созданию позитивного имиджа политиков.

## ПРОФЕССИИ НОВОГО ВРЕМЕНИ

### Бренд-менеджер

Слово «бренд» происходит от английского brand, что в дословном переводе означает «клеймо».

Профессия бренд-менеджер появилась в 30-е годы прошлого века в компании «Procter & Gamble» для того, чтобы сделать визитной карточкой ее торговую марку, а это означало ее узнавание, продвижение товаров на рынок, рост продаж.

Сделать торговую марку узнаваемой, известной - цель деятельности бренд-менеджера. Именно бренд-менеджер старается добиться того, чтобы название фирмы закрепилось в сознании покупателей. Специалист в этой области должен определить на какие категории населения следует ориентировать рекламу, как лучше рекламировать продукт, продвигаемый на рынок.

Надежность, ответственность, организованность, самостоятельность, инициативность, творческие и коммуникативные способности—этот не полный перечень тех характеристик, которыми должен быть наделен специалист.

Бренд-менеджеру необходимо высшее экономическое образование в области маркетинга.

## Криэйтор

«Креатив», «креативный» ( в переводе с англ, creator — творец, создатель) — слова часто употребляемые ко многим областям творческой деятельности. Дословный перевод, к сожалению, не отражает всей сущности данного слова.

Криэйтером принято называть прежде всего креативного директора компании — человека, отвечающего за разработку, ведение и контроль рекламных проектов. Криэйтерами можно называть и копирайтеров — создателей рекламных текстов, арт-директоров — специалистов, которые определяют основную идею работы и создающих эскизы проектов.

От криэйтора требуется теоретическая подготовка и развитые творческие способности, хорошо развитое воображение и безупречный вкус. Он должен уметь генерировать нестандартные, яркие идеи, за которые хотели бы платить потребители. Журналистика и психология, основы менеджмента и маркетинг, сфера пиара и современные технологические идеи — вот неполный перечень тех основ знаний и умений, которыми должен обладать такой специалист.

## Треjder

Трейдера иногда называют «биржевой спекулянт». Он покупает и продает валюту, ценные бумаги с целью получения прибыли, ориентируясь на изменения в цене. Трейдером может быть как частный предприниматель, так и представитель инвестиционной конторы, торгующий от ее имени.

Рынок — океан, а трейдер — серфер, скользящий по волнам, его задача- достичь заданной цели и получить выгоду. На трейдеров нигде не учат, но у профессионального финансового аналитика больше шансов на победу, чем у выпускника школы, хотя принципиального значения этот факт не имеет. Учиться мастерству следует, начать с какой-либо другой работы

Для тех, кто более полно хочет познакомиться с профессией, достаточно набрать слово «трейдер» на любом поисковом сервере.

## Стрингер

Представители этой профессии являются независимыми или внештатными репортерами. В первую очередь под стрингерами подразумевают людей, обеспечивающих СМИ визуальными материалами, то есть телеоператоров и фотокорреспондентов. Однако представителями этой профессии могут быть и радио, теле или пишущие журналисты, которые освещают те или иные события или берут интервью. Кроме того, отвечая на вопрос: «Стрингер – кто это?», следует понимать, что, по большей части, эти люди работают в тяжелых условиях. Так, чаще всего они освещают экстремальные события: войны, стихийные бедствия, теракты и т. п. От этого и происходит название профессии, ведь в переводе с английского языка «стрингер» означает «струна, тетива».

Стрингеру нужны творческие способности, специальные знания и специальная подготовка, выносливость, здоровье, навыки репортерской работы, широкий кругозор, аналитические способности, быстрота реакции, волевые качества, сильный характер и многое другое.

## Имиджмейкер

Искусство имиджмейкера состоит в создании нового имиджа, основанного на индивидуальности человека. Важным условием является естественность того, как человек выглядит. Данная профессия не самая распространенная в наши дни, так как далеко не каждый человек может себе позволить обратиться к специалисту -удовольствие сменить имидж не из дешевых.

На основе индивидуального стиля имиджмейкер создает образ, который позволит человеку произвести на окружающих определенное впечатление, зависящее от той социальной роли, которую он выбирает.

Одним из популярных в нашей стране имиджмейкеров является Джордж Ровалс. Его клиенты — политик Ирина Хакамада, эстрадная певица Роксана Бабаян, актер театра Сатиры Михаил Державин и др. Среди его клиентов были Тина Тернер, Саманта Фокс. Именно ему удалось сделать прическу Филиппу Киркорову за 45 секунд, за что его назвали «реактивным парикмахером».

## Логистик

Логистик (логист, от греч. «логистике» - искусство вычислять, рассуждать) — значительная фигура в современной компании, именно от него во многом зависит ее финансовое благополучие. Основная задача логистика — при минимальных затратах достичь максимальной прибыли и пользы.

Логистика как прикладная наука сформировалась в 60-е годы прошлого века и это было связано с появлением супермаркетов, быстрым развитием розничной торговли.

Профессионал — логистик не только связывает воедино звенья цепочки «закупка — перевозка — растаможивание — страхование — складирование — упаковка — продажа», но он совместно с другими специалистами оценивает результативность и возможные последствия принятого решения, участвует в планировании производства и возможных рынков сбыта.

Логистику необходимы аналитический ум, системное мышление, интуиция, умение быстро находить выход из сложнейших ситуаций, навыки общения, глубокие знания математики, техники, экономики, понимание принципов бизнеса.

## Риелтор

Риелтор (от англ. realty— «недвижимое имущество») — человек, занимающийся операциями с недвижимостью (квартира, дом, комната, офис, заводские площади под склады и т.д.). Эта профессия вошла в нашу жизнь в 90-е годы прошлого века.

Работа риелтора заключается в установлении контакта между продавцом недвижимости и ее покупателем или арендатором. Крупные риелторские фирмы нередко сами покупают жилье, офисные здания, коттеджи у непосредственных строителей с целью перепродажи. Несмотря на хорошие заработки, текучесть кадров в риелторских фирмах велика (доходит до 50% в год). К риелтору предъявляются следующие требования: специалист по рынку недвижимости (район, качественные показатели здания, площадей, давность постройки и др.), юридические и психологические знания, коммуникативные и организаторские способности, хорошую стрессовую устойчивость, целеустремленность. Чтобы заработать больше, риелтор должен иметь больше клиентов, а это огромная нагрузка времени.

## Продюсер

Продюсер — автор, творец, разработчик нового проекта в театре или в кино, на телевидении или на радио, в шоу-бизнесе или в концертной деятельности. Позже он — координатор, менеджер, организатор реализации своего проекта. Продюсер действует по условной схеме: привлечение финансовых средств, набор актерского коллектива, приглашение режиссера, стилиста, оформителя и других специалистов для воплощения в жизнь задуманного, аренда помещения, формирование репертуара, подготовка и проведение рекламной компании.

Хороший продюсер — это отличный творец и отличный организатор. Судите сами: выдвижение идеи проекта требует теоретических знаний в области искусства, наличие художественного вкуса, нестандартное (дивергентное) мышление, реализация проекта требует серьезной экономической и юридической подготовки, коммуникативных и организаторских способностей, лидерских наклонностей, личной ответственности и обязательности.

## Маркетолог

Маркетолог (буквально — изучающий рынок) должен знать, что востребовано на рынке, получить представление о предложении и спросе на конкретную продукцию. Всему этому предшествуют маркетинговые исследования.

Если первоначально от маркетолога требовалось изучать рыночный спрос на производимую фирмой продукцию и организовывать ее сбыт, то со временем появилась необходимость изучать, чем тот или иной товар привлекательней для покупателя.

Работа маркетолога — это технология (разработка стратегий) и искусство (работа с людьми, требующая внимания, такта, таланта, воображения). Прямого контакта с людьми у маркетолога нет, но он постоянно изучает их мнение, характеры, особенности.

На маркетологе лежит большая ответственность за принятые решения. Его ведущими качествами являются: склонность к умственной и аналитической работе, творческие способности, нестандартный взгляд на привычное, достаточный уровень стрессоустойчивости, готовность к постоянной «добыче» новой информации.

## Медиапленнер

Эта профессия недавно появилась в России - в начале 90-х годов прошлого века и до сих пор считается малоизвестной и достаточно редкой. Медиапленнер (от англ. *mediaplanner*) планирует и дает рекомендации по наиболее выгодному вложению средств, выделяемых на рекламирование того или иного вида товара, «раскрутку» названия фирмы, торгового бренда.

Медиапленнер определяет круг средств массовой информации, которые смогут обеспечить максимальную доступность рекламной информации ее потенциальному потребителю. Чаще всего работает группа специалистов — кто-то работает с телеканалами, кто-то с газетами, журналами, а иные специалисты сотрудничают с радиоканалами. Данная профессия — центральная в рекламном бизнесе.

Медиапленнер — одна из центральных фигур в рекламном бизнесе. От результатов его деятельности зависит число потребителей, число продаж.

## Мерчендайзер

Мерчендайзер — сотрудник торговой компании, выигрышно представляющий товары своей фирмы. Как грамотно и удобно для покупателя расставить товар, разместить рекламный плакат — это все обязанности мерчендайзера. Ему необходимы элементарные знания психологии.

Обучение данной профессии, как правило, проводится на рабочем месте. От его работы зависит качество обслуживания покупателей. Мерчендайзер не в силах изменить цену на товар, но он может отследить как меняется спрос на определенные виды продукции, каковы цены у конкурентов. Эти сведения представляются специалистом в маркетинговый отдел.

С профессии мерчендайзера начинается освоение искусства продаж. Следующие ступени мастерства — супервайзер (организация и контролирование работы мерчендайзеров), менеджер по продажам.