



СОВРЕМЕННЫЕ
СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫЕ
ПРОФЕССИИ



Блоггер

Описание профессии:

В классическом смысле блоггером называют любого человека, имеющего личный журнал или блог в Интернете и время от времени оставляющего там записи(посты) разного характера: личные, рецензионные, новостные, комментирующие и т.д. Наиболее интересные, оригинальные злободневные посты вызывают дискуссии, становятся цитируемыми и тем самым популяризуют классического блоггера. В отличии от него профессиональный блоггер занимается тем, что под видом ненавязчивого постинга умело продвигает в общественность определенные идеи, товары, марки и бренды.

Виды деятельности:

- согласование планов размещения постов, их характера и тематики;
- отслеживание наиболее популярных и обсуждаемых тем;
- написание текстов постов с ориентацией на тематическую актуальность, провокацию, поисковые запросы по ключевым словам и т.д.;
- поиск читательской аудитории, увеличение количества посещаемости блога;
- анализ и отчетность по эффективности собственной работы



Коуч

Описание профессии:

Коуч — тренер, оказывающий помощь в устранении психологических проблем, связанных с вопросами лидерства, руководства и повышенной ответственности. Клиентами коучей могут быть как руководители небольших подразделений, так и генеральные директора крупных компаний. Важно отметить, что задача работы специалиста по коучингу не проанализировать суть проблем и озвучить их возможное решение, а побудить клиента к самостоятельным умозаключениям. Коучинг подразделяется на несколько видов: карьерный коучинг, бизнес-коучинг, коучинг личной эффективности, лайф-коучинг. При этом, коучинг может быть как индивидуальным, так и корпоративным, как очным, так и заочным (телефонные и интернет-консультации).

Виды деятельности:

- проведение предварительных (начальных) консультаций с клиентом, общий анализ проблематики ситуации;
- разметка этапов, постановка целей и определение количества занятий и встреч;
- проведение коучинг-сессий



Спичрайтер

Описание профессии:

Спичрайтер — специалист в области связей с общественностью. Представителя данной профессии можно назвать имиджмейкером в области речевого воздействия на аудиторию. Он изучает психологию аудитории, имиджевые и индивидуальные особенности выступающего (манеру говорить, интонацию, лексику и словарный запас) и разрабатывает детальный план выступлений в разных ситуациях. Также спичрайтер берет на себя обязанность по составлению текстов — так называемых спичей. От рядовых пресс-релизов спичи отличает ярко выраженная аналитическая составляющая. Спичрайтинг подразделяется на несколько видов: универсальный, культурно-массовый, деловой и политический.

Виды деятельности:

- консультирование клиентов по вопросам публичных выступлений;
- сотрудничество с имиджмейкерами, психологами;
- написание речей и докладов;



PR-менеджер

Кто такой PR-менеджер

PR-менеджер или пиар-менеджер (от англ. public relations – связи с общественностью) — это специалист, отвечающий за создание и поддержание благоприятного имиджа фирмы или конкретной торговой марки, принадлежащей этой фирме.

Обязанности PR-менеджера

Так называемый “пиарщик” отвечает за взаимодействия с внешней средой, он оценивает, анализирует и прогнозирует факторы, влияющие на имидж компании и ее развитие. Этим он и отличается от менеджера по рекламе, который продвигает только отдельную услугу или товар.

PR-менеджер обеспечивает взаимопонимание и сотрудничество между организацией и клиентами, журналистами, властями всех уровней, населением. Этот сложный процесс включает в себя несколько важных обязанностей: 1) подготовка пресс-релизов о фирме и передача их в средства массовой информации; 2) ответы на запросы средств массовой информации о деятельности фирмы; 3) организация пресс-конференций для проведения интервью с руководством фирмы; 4) взаимодействие с властными структурами и местным населением; 5) взаимодействие с финансовыми кругами (например, с инвесторами). Отдельно стоит выделить организацию и проведение различных пиар-кампаний.



Контент-менеджер

Удаленная работа контент-менеджером – это нелегкий труд и большая ответственность, требующая большого опыта, выдержки и знаний. Обычно в контент-менеджеры идут люди, успешно показавшие себя в журналистике или копирайтинге. Это становится следующей ступенькой в их карьере.

Кто такой контент-менеджер:

Контент-менеджер – это специалист, отвечающий за наполнение сайта, журнала, газеты интересными и актуальными материалами – новостями, статьями, интервью. В чем-то его работа схожа с редактором газеты, но контент-менеджер имеет намного меньше функций и прав.

Отдельно можно выделить контент-менеджеров корпоративных сайтов – в данном случае в задачи специалиста входит присматривать за сайтом фирмы, вовремя обновлять прайс-листы и другие разделы, размещать свежие новости, поддерживать в порядке форум или гостевую книгу.

Контент-менеджер может координировать работу копирайтера, рерайтера новостей, модератора форума и других специалистов, участвующих в процессе создания и редактирования контента.



Андеррайтер

Андеррайтер (англ. underwriter — подписчик) – 1. в страховании: юридическое лицо, являющееся ответственным за заключение страховых (перестраховочных) контрактов и формирование портфеля страховых обязательств; осуществляет подписку страхового полиса или принимает на себя страховой риск; 2. в банковской деятельности, на рынке ценных бумаг: физическое или юридическое лицо, гарантирующее эмитенту акций или других ценных бумаг их размещение на рынке на согласованных условиях за специальное вознаграждение.

- Сегодня андеррайтинг является одним из ключевых бизнес-процессов в любой страховой компании, ведь от андеррайтинговой политики зависит, будет организация получать прибыль или терпеть убытки. Для успешной деятельности компании андеррайтер должен грамотно оценивать риски, прогнозируя различные ситуации и осуществлять правильный расчет страховых выплат.

