

NOWE ZAWODY

**Aktiff News nie jest autorem tej strony (autora nie znamy, ale w imieniu wielu
szukających pracy dziękujemy!)**

Tekst przysłany do nas anonimowo (też dziękujemy!).

E-book udostępniony nieodpłatnie, można przekazywać dalej.

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Art Director - dyrektor artystyczny

Art Director, dyrektor artystyczny, to osoba umiejąca pracować samodzielnie, ale zarazem potrafiąca realizować zadania w zespole oraz zarządzać grupą współpracowników. Zatrudnienie na tym stanowisku można znaleźć nie tylko w agencjach reklamowych i firmach poligraficznych, lecz również np. w dużych koncernach utrzymujących własne działy marketingowe. Coraz więcej ofert pracy udostępniają firmy internetowe, a zwłaszcza duże portale. W branży muzycznej spotyka się też podobne stanowiska, np. Art & Repertoire Director, czyli dyrektor artystyczny i repertuarowy, który odpowiedzialny jest za całą oprawę artystyczną i program danego przedsięwzięcia (np. koncertu, płyty, tournée)

Stanowisko: Art Director

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik/dyrektor artystyczny

Przełożony: dyrektor artystyczny raportuje bezpośrednio do dyrektora zarządzającego, dyrektora generalnego lub prezesa zarządu (zależnie od struktury organizacyjnej firmy)

Podwładni: Projektanci grafiki, artyści graficy lub/i Copywriterzy (osoby opracowujące teksty reklamowe; nazwa Copywriter również rzadko tłumaczona jest na polski - spotykane w języku potocznym nazwy "kopista", czy "tekściarz" nie przyjęły się). Zazwyczaj Art Director ma pod sobą zespół przynajmniej 3-4- osobowy, może mieć też własnych asystentów.

Zakres obowiązków: Zależnie od zlecenia, np. koordynowanie większych akcji promocyjnych, planowanie scenografii, np. programów telewizyjnych, oprawa artystyczna targów, odpowiedzialność za ostateczną formę graficzną danego projektu, pośrednio za wszystkie sprawy związane z jego poziomem artystycznym.

Oczekiwane kompetencje: minimum trzy-czteroletnie doświadczenie w branży reklamowej (zwłaszcza w agencjach marketingowych), minimum średnie wykształcenie (np. liceum plastyczne, policealne studium reklamy), wyższe jest atutem (techniczne, plastyczne lub ekonomiczne, z naciskiem na specjalizacje: grafika użytkowa, projektowanie graficzne, sztuka reklamowa, rysunek, architektura, marketing produktów i usług). Doświadczenie w przygotowywaniu ilustracji, projektów opakowań, folderów, ogłoszeń prasowych, plakatów, kalendarzy, ulotek. A także umiejętność kierowania pracą zespołu, osobowość lidera, bardzo dobre zdolności organizacyjne, zdolność dotrzymywania terminów i wytrwałość w dążeniu do celu, staranność, wytrwałość, kreatywność, inicjatywa, dyspozycyjność, możliwość pracy w zmiennym wymiarze godzin.

Ważna jest również biegła znajomość edytorów graficznych i programów do składu DTP na platformy PC i Macintosh (QuarkXPress, Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Dimension, Adobe Streamline, Corel Draw, Macromedia Flash) oraz umiejętność obsługi urządzeń peryferyjnych (naświetlarki, nagrywarki, skanery, aparaty cyfrowe), przynajmniej dobra znajomość języka angielskiego.

Ścieżka awansu: nie ma wielu stopni, a ponadto zdarza się, że są to raczej funkcje, które jedna osoba może pełnić podczas wykonywania danego projektu, np. dyrektor kreatywny inicjuje i zakreśla koncepcję projektu, a później jako dyrektor artystyczny nadzoruje wykonanie projektu i odpowiada za jego wynik końcowy.

Aby ubiegać się o stanowisko Art Directora, trzeba przepracować przynajmniej dwa-trzy lata jako artysta grafik, projektant grafiki lub specjalista ds. multimedii. Kolejne etapy awansu to: Art Director, Art & Repertoire Director (dyrektor artystyczny i repertuarowy), Senior Art Director (bardziej doświadczony dyrektor programowy z kilkuletnim stażem), Creative Director (dyrektor kreatywny, dyrektor programowy), który szefuje wszystkim osobom pracującym nad kreacją. Możliwy awans poziomy: dyrektor ds. promocji, dyrektor ds. marketingu.

Wynagrodzenie: płaca zasadnicza (dosyć duża rozpiętość, zależnie od wielkości firmy pracodawcy/zleceniodawcy) 3,5 tys.-9 tys. PLN brutto miesięcznie), bonusy: laptop, komórka.

Z analizy danych z bazy TMP Worldwide wynika, że na stanowisku Art Directora przeważają osoby z wyższym wykształceniem. Wiele z nich ma doświadczenia związane z dziennikarstwem, fotografią. Wielu z omawianych kandydatów prowadzi lub prowadziło własną działalność gospodarczą, podejmując się realizacji okresowych zleceń na rzecz klientów, nierzadko oprócz pracy na etacie. Średnia wieku to ok. 35 lat.

W swoich dokumentach aplikacyjnych, w prawie wszystkich przypadkach kandydaci wymieniali angielską nazwę stanowiska. Jej popularyzacji przysłużyły się na pewno agencje reklamowe, które przejęły wiele z anglojęzycznej terminologii branżowej, łącznie z nazwami stanowisk (wspomniani: Copywriter, Webmaster, Interactive Specialist).

Brand Manager - "opiekun marki"

Brand Manager to wstępne stanowisko kierownicze, wiążące się bardziej z zarządzaniem projektami i procesami niż zespołem

Zauważalna jest przewaga kandydatów z branży FMCG (dóbr szybko zbywalnych), firm produkcyjnych oraz z agencji reklamowych. Bardzo ważna jest tu znajomość produktów/usług z danego sektora, a np. w przypadku firm z sektora IT/telekomunikacyjnego liczy się wykształcenie kierunkowe lub/i doświadczenie techniczne.

Z danych firmy doradczej TMP Worldwide wynika, że średni wiek kandydatów ubiegających się o to stanowisko to 25 lat, można więc przyjąć, że kandydaci są krótko po studiach, mają rok, dwa lata doświadczenia zawodowego.

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer ds. marki, opiekun marki.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Przełożony: kierownik lub dyrektor ds. marketingu, może raportować do general managera lub managing director (dyrektora zarządzającego).

Podwładni: opiekun marki to zazwyczaj samodzielne stanowisko, ewentualnie podlegają mu dealerzy i przedstawiciele handlowi.

Zakres obowiązków: opieka nad marką, prowadzenie kampanii reklamowych i promocji danej marki (lansowanie nowych produktów oraz zwiększanie efektywności sprzedaży i rozpoznawalności marki istniejących), doradzanie klientom we wszystkich stadiach kreowania marki - od badań, planowania, wdrażania, do kontroli efektów (np. współpraca przy wprowadzaniu nowych produktów na rynek), prezentacja, negocjacje oraz sprzedaż produktu/usługi - wizualizacja pomysłów (materiały promocyjne, informacje prasowe, targi, konkursy), przygotowywanie umów i koordynacja ich realizacji, koordynacja projektów promocyjnych dealerów i przedstawicieli handlowych. Kolejny obowiązek to monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników własnego produktu/usługi, przygotowywanie raportów marketingowych i cenowych, akcji promocyjnych. Opiekun marki zobowiązany jest także do aktywnej współpracy z innymi osobami w obrębie działu, firmy (zwłaszcza z działem sprzedaży) oraz partnerami firmy.

Oczekiwane kompetencje: wymagane jest minimum roczne doświadczenie w zakresie marketingu (promocja, reklama), dobrze widziane jest wyższe wykształcenie (zazwyczaj ekonomiczne), a przynajmniej licencjat (np. na kierunku marketing i zarządzanie) lub ukończenie policealnego studium reklamy. Wymagana jest bardzo dobra znajomość angielskiego (niekiedy dodatkowo innego obcego języka), odpowiedzialność, zaangażowanie, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, umiejętność pracy w zespole, dyspozycyjność.

Ścieżka rozwoju zawodowego: pierwszym etapem kariery może być praca w charakterze asystenta w dziale marketingu/sprzedaży, ewentualnie asystenta menedżera ds. marketingu. Kolejnym etapem będzie stanowisko koordynatora lub specjalisty ds. marketingu (min. 1,5-2 lata doświadczenia w reklamie/promocji).

Następny szczebel to pozycja brand managera/product managera (menedżera ds. marki/produktu) /key account managera (ds. kluczowych klientów).

Po zdobyciu doświadczenia na stanowisku brand managera/product managera, można przejść na stanowisko senior brand managera (starszego menedżera ds. marki) /kierownika ds. marketingu. Kolejne stanowiska to regionalny kierownik ds. marketingu/dyrektor ds. marketingu, następnie - dyrektor ds. marketingu i sprzedaży/dyrektor zarządzający, później dyrektor generalny. Zwieńczeniem kariery jest stanowisko prezesa/CEO.

Wynagrodzenie: płaca zasadnicza waha się między 2,5 tys. zł a 17 tys. zł brutto. Do tego dochodzi premia i bonusy zależne od wyników oraz od sukcesów (np. podpisania umowy z nowym klientem, przekroczenia danego poziomu sprzedaży), komórka, rzadziej samochód służbowy, szkolenia.

Szczyście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Business Development Manager - menedżer ds. rozwoju

Business development manager (menedżer ds. rozwoju) to stanowisko spotykane najczęściej w branży FMCG, logistycznej, motoryzacyjnej, telekomunikacyjnej, sprzedaży hurtowej i detalicznej. Z bazy danych firmy TMP Worldwide wynika, że większość kandydatów na to stanowisko jest po 30. roku życia, sporo osób ma więcej niż 40 lat, a średnia wieku to 33 lata.

Stanowisko business development manager to wysokie stanowisko kierownicze.

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer ds. rozwoju/ds. badań marketingowych, kierownik ds. rozwoju rynku, kierownik ds. rozwoju produktów/usług, pełnomocnik zarządu ds. rozwoju, dyrektor ds. rozwoju i nowych inwestycji.

Przełożony: Business development manager może raportować do zarządu general managera lub managing директора (dyrektora zarządzającego), country managera (np. dyrektora na Polskę), dyrektora sprzedaży lub/i marketingu, ewentualnie do krajowego/regionalnego dyrektora ds. rozwoju.

Podwładni: (średnio 6-10 osób): asystenci, researcherzy (czyli osoby zbierające i przetwarzające dane), przedstawiciele handlowi, również kierownicy niższego szczebla np. na stanowiskach account manager/key account manager.

Zakres obowiązków: współpraca z producentami, dystrybutorami, dostawcami (od strony handlowej i ewentualnie technicznej), ocena i rozwój nowych możliwości marketingowych dla produktu/usługi/działu, budowanie świadomości marki, opracowywanie strategii marketingowej lub inwestycyjnej działu/firmy, ewentualnie planów sprzedaży. Monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników własnego produktu/usługi, budowanie relacji typu B2B (business to business), wspieranie i wdrażanie inicjatyw e-commerce i organizacja strategii typu CRM (client relationship management - zarządzanie relacjami z klientem). Aktywna współpraca z innymi działami firmy, zarządzanie projektami i motywowanie zespołu, organizowanie przetargów, udział lub prowadzenie konferencji, reprezentacja firmy na targach. Możliwa jest także odpowiedzialność za tworzenie działu od podstaw, łącznie z rekrutacją pracowników, opracowaniem planów budżetu, opracowaniem strategii (np. organizacja biura handlowego).

Oczekiwane kompetencje: wyższe wykształcenie (zazwyczaj ekonomiczne, lecz dobrze widziane jest również wykształcenie kierunkowe dla branży, ewentualne dodatkowe studia podyplomowe czy MBA), bardzo dobra znajomość angielskiego (często także drugiego języka).

Oczekiwane jest co najmniej kilkuletnie doświadczenie w zarządzaniu strategicznym, sprzedaży i/lub marketingu (zwłaszcza w branży), doświadczenie w kierowaniu zespołem. Dobrze widziane jest doświadczenie w pracy w międzynarodowym środowisku. Bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, wysoka komunikatywność, zdolność do obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, zdolności

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

planistyczne, otwartość na zmiany, innowacyjność, osobowość lidera.

Ścieżka rozwoju zawodowego: Aby zdobyć stanowisko business development managera, trzeba mieć doświadczenie przedstawiciela handlowego, konsultanta ds. sprzedaży, specjalisty ds. promocji/marketingu, w obsłudze klienta. Kolejny etap to stanowisko account managera/key account managera/regional lub national key account managera (kierownicy ds. kluczowych klientów) /kierownik ds. sprzedaży lub/i marketingu.

Następny szczebel to właśnie business development manager/market development manager (ds. rozwoju rynku) /ew. dyrektor ds. kluczowych klientów. Awansować można na stanowisko national/regional business development managera (krajowy lub regionalny dyrektor ds. rozwoju biznesu) /dyrektor ds. sprzedaży/dyrektor zarządzający lub dyrektor generalny/country manager lub regional manager (dyrektor na kraj lub region).

Wynagrodzenie: Płaca zasadnicza (w wielu przypadkach brak danych, można zaryzykować stwierdzenie, że wynosi od 10 tys. zł w górę, łącznie z premiami i innymi dodatkami może osiągać pułap 35 tys. zł miesięcznie). Do pensji podstawowej dochodzi premia (w wysokości nawet dwóch, trzech pensji), samochód, laptop, komórka, prywatna opieka medyczna, wyjazdy zagraniczne na seminaria, konferencje, niekiedy wczasy na koszt firmy.

Business unit manager (BU manager) - kierownik oddziału

Jest to stanowisko spotykane najczęściej w sektorach branży medycznej (farmaceutycznej lub sprzętowej), finansowej (bankowość i ubezpieczenia), telekomunikacyjnej, także w strukturach firm handlowych, dystrybucyjnych oraz bardzo często w koncernach FMCG.

Klienci najczęściej poszukują osób z minimum 5-10-letnim stażem, zasadniczo po 30. roku życia (ugruntowane doświadczenie na stanowiskach kierowniczych, łatwość zdobywania zaufania klientów - zwłaszcza na najwyższym szczeblu, doświadczenie w kierowaniu zespołem), sporo osób powyżej 40 lat z bardzo dużym bagażem doświadczeń. Średnia wieku analizowanych osób z bazy TMP Worldwide to 35 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik oddziału/kierownik oddziału regionalnego/kierownik sekcji.

Przełożony: dyrektor regionalny (regional manager/director), general manager lub managing director (dyrektor zarządzający), country manager (np. dyrektor na Polskę), dyrektor sprzedaży lub/i marketingu, ewentualnie regionalny dyrektor ds. rozwoju (regional business development director).

Podwładni (średnio ok. 10 osób, ale zdarzają się też zespoły 30-40-osobowe): asystenci, researcherzy (osoby zbierające i przetwarzające dane), przedstawiciele handlowi/agenci/akwizytorzy, kierownicy sprzedaży/kierownicy ds. kluczowych klientów.

Szczyście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Zakres obowiązków: tworzenie sieci sprzedaży bezpośredniej oraz kontrola wzrostu sprzedaży, pozyskiwanie klientów indywidualnych i instytucjonalnych, identyfikacja, ocena, rozwój nowych możliwości marketingowych i sprzedażowych dla produktu/usługi; budowanie świadomości marki, opracowywanie planów sprzedaży oraz ich kontrola, monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników własnego produktu/usługi - tworzenie i odpowiedzialność za bazę danych danego obszaru, aktywna współpraca z innymi działami firmy, zwłaszcza działem marketingu, nabór i selekcja pracowników sprzedaży (często odpowiedzialność za tworzenie działu od podstaw - rekrutacja pracowników, planowanie budżetu, opracowanie strategii, organizacją biura handlowego), zarządzanie i motywowanie zespołu, szkolenie pracowników z zakresu sprzedaży danych produktów/usług, często odpowiedzialność za tworzenie działu od podstaw, łącznie z rekrutacją pracowników, planami budżetu, opracowaniem strategii, np. organizacją biura handlowego, przekazywanie sprawozdań przełożonym.

Oczekiwane kompetencje: preferowane minimum 5-10-letnie, udokumentowane sukcesami doświadczenie w sprzedaży i/lub marketingu (zwłaszcza w obrębie danej branży), doświadczenie w kierowaniu zespołem, znajomość nowoczesnych narzędzi motywowania i oceny pracowników, wykształcenie wyższe (zazwyczaj ekonomiczne, lecz dobrze widziane wykształcenie kierunkowe dla branży, np. medyczne czy farmaceutyczne w przypadku firm farmaceutycznych, dobrze widziane dodatkowe studia podyplomowe czy MBA), bardzo dobra znajomość danej branży, często pożądane doświadczenie w pracy w międzynarodowym środowisku, nastawienie na wyniki, dynamizm w działaniu, znajomość języka angielskiego, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, wysoka komunikatywność, zdolność do obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, zdolności planistyczne, otwartość na zmiany, umiejętność adaptacji, osobowość lidera, wysoka kultura osobista, prawo jazdy.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę można zacząć od zbierania doświadczeń jako przedstawiciel handlowy/agent/konsultant ds. sprzedaży/asystent w laboratorium, clinical reaserch associate (specjalista ds. badań klinicznych), specjalista ds. promocji/marketingu, customer support (w obsłudze klienta), junior brand manager (specjalista ds. produktu/marki). Następnie można zająć stanowisko account managera/key account managera/regional lub national key account managera (kierownika ds. kluczowych klientów)/kierownika ds. sprzedaży lub/i marketingu, brand managera (kierownika ds. marki), product managera (kierownika ds. produktu). Następnym etapem może być pozycja business unit managera/business development managera (kierownika ds. rozwoju)/ market development managera (kierownika ds. rozwoju rynku) ew. key account directora (dyrektora ds. kluczowych klientów). Jednymi z ostatnich etapów mogą być stanowiska national/regional business development managera (krajowego lub regionalnego dyrektora ds. rozwoju biznesu)/dyrektora ds. sprzedaży/dyrektora zarządzającego lub dyrektora generalnego/country managera lub

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

regional managera (dyrektora na kraj lub region).

Wynagrodzenie: płaca zasadnicza średnio od ok. 8-13 tys. w górę, co łącznie z premiami i innymi dodatkami może osiągać pułap 25 tys. miesięcznie. W przypadku mniejszego doświadczenia/stażu w firmie jest to odpowiednio mniej, np. do 6-10 tys. plus premie (premie zależne od wyników - mogą sięgać dwukrotności pensji podstawowej), samochód służbowy, laptop, telefon komórkowy, do tego bardzo często bogaty pakiet socjalny - prywatna opieka medyczna, ubezpieczenie, dofinansowanie zajęć sportowych oraz możliwe w formie uznaniowej np. wczasy na koszt firmy.

CEO - prezes

CEO rzadko jest tłumaczone na polski, odpowiednikiem jest tu zazwyczaj prezes. CEO jest najwyższym stanowiskiem w danej firmie, niezależnie od branży (przeważnie finansowa, ubezpieczeniowa, nowych technologii). Osoba taka nadzoruje działalność firmy lub wszystkich oddziałów firmy z danego regionu

Stanowisko: chief executive officer (CEO)

Polskie odpowiedniki lub opis: potocznie - szef egzekutywy, główny prezes. Jest to najwyższy szczebel zarządzania, zależnie od wielkości i struktury organizacyjnej firmy może odpowiadać dyrektorowi generalnemu lub prezesowi.

Przełożony: zazwyczaj nie ma; w przypadku międzynarodowych korporacji może raportować do regionalnego CEO (np. CEO na Europę), ponadto odpowiada przez zarządem i akcjonariatem.

Podwładni: pośrednio wszyscy pracownicy firmy, bezpośrednio - zazwyczaj dyrektorzy i kierownicy.

Zakres obowiązków: kreowanie, wdrażanie i kontrolowanie krótko- i długoterminowej strategii firmy (np. strategii marketingowej, finansowej, inwestycyjnej, sprzedażowej). Tworzenie wizji i misji przedsiębiorstwa, ale także strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi - przywództwo.

CEO odpowiada również za rozwój planów operacyjnych, ustanawianie odpowiedniej infrastruktury (np. osiągnięcie określonego udziału w rynku czy uruchomienie działalności w danym regionie), okresową kontrolę wykonalności bieżących celów.

Zajmuje się analizą raportów o sytuacji firmy, jej produktów lub usług oraz konkurencji, podejmuje decyzje o kluczowym znaczeniu dla firmy - o inwestycjach, przejęciach innych podmiotów gospodarczych, fuzjach. Jego zadania to relacje typu B2B (business to business), relacje z kołami biznesu i agendami rządowymi, kontakty na najwyższym szczeblu, prowadzenie konferencji, uczestnictwo w wielu imprezach służbowych, ale też np. charytatywnych czy wydawanych z jakichś okazji, np. balach, koncertach czy innych wydarzeniach publicznych.

Oczekiwane kompetencje: Kilkunastoletnie (minimum 10-letnie) doświadczenie w finansach, zarządzaniu strategicznym, sprzedaży i/lub marketingu, a także wieloletnie

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

doświadczenie w zarządzaniu ludźmi, działem lub firmą, umiejętność zarządzania dużymi przedsięwzięciami, dodatkowo doświadczenie w środowisku międzynarodowym, również w zarządzaniu międzynarodowymi zespołami lub zespołami w różnych krajach.

Oczekiwane jest wykształcenie ekonomiczne (studia magisterskie w tej dziedzinie lub ukończenie podyplomowych studiów ekonomicznych, najlepiej widziany jest dyplom MBA uzyskany na renomowanej zagranicznej uczelni). Bardzo dobra znajomość angielskiego i ewentualnie innego obcego języka, umiejętności prezentacyjne, krasomówcze i negocjacyjne, zdolność do analitycznej oceny sytuacji, planowania strategii, wizji firm.

Ścieżka rozwoju zawodowego: CEO może zaczynać od najniższych stanowisk, np. asystenckich (asystent działu, później asystent dyrektora - executive assistant), kolejny etap to stanowiska specjalistyczne (np. doradca, analityk finansowy, specjalista ds. inwestycji, specjalista ds. kontraktów), później - kierowanie projektami, zespołem czy działem (kierownik projektu - project manager, kierownik zespołu - team leader, kierownik działu), następny etap to stanowiska kierownicze niższego szczebla (np. jako kierownik ds. marketingu i sprzedaży, kierownik działu finansowego, kierownik mniejszego oddziału) i po pewnym czasie stanowiska kierownicze wyższego szczebla (kolejność może być traktowana jako ścieżka awansów, ale rzadko wszystkie stopnie muszą zostać wypełnione, pełnienie tych stanowisk można godzić też z funkcją członka zarządu): dyrektor departamentu, działu, filii lub oddziału, country manager (dyrektor wszystkich oddziałów krajowych), dyrektor/regionalny dyrektor ds. operacyjnych, dyrektor zarządzający, dyrektor generalny, wiceprezes, prezes, CEO.

Wynagrodzenie: Na podstawie danych TMP Worldwide wynagrodzenie miesięczne zaczyna się od 18 tys. zł, w dużych instytucjach i firmach międzynarodowych może wynosić 70-90 tys. zł, samochód służbowy (może być z kierowcą), laptop, komórka, prywatna opieka medyczna, odnowa biologiczna, wypoczynek, zagraniczne podróże służbowe, wiele różnego rodzaju imprez biznesowych i towarzyskich na koszt firmy bądź zapraszającego.

Chief Accountant - główny księgowy

Chief Accountant - główny księgowy - to stanowisko spotykane w firmach różnych branż. Średni wiek osób zajmujących je i ubiegających się o nie to 30 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: główny księgowy.

Przełożony: Dyrektor finansowy, zarząd firmy.

Podwładni: Pracownicy działu księgowego - księgowi, młodszy księgowi, asystenci.

Zakres obowiązków: Nadzór nad wszystkimi aspektami zarządzania finansami, księgowością i administracją firmy, planowanie i kontrola działalności zgodnie z zachowaniem zasad, rachunkowości oraz tajemnicy firmy. Kolejne zadanie to utrzymanie dobrej kondycji i rozwój systemu finansowego firmy, budowanie,

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

kierowanie, nadzorowanie i dbanie o rozwój zespołu. Nadzorowanie właściwego utrzymania, przechowywania i archiwizacji dokumentacji, analiza, sporządzanie okresowych raportów o sytuacji finansowej firmy (planów budżetowych, bilansu, cash flow, deklaracji rozliczeniowych firmy dla ZUS, GUS, urzędów skarbowych).

Do obowiązków głównego księgowego należą sprawy kadrowo-płacowe, doradzanie i często samodzielne podejmowanie decyzji o istotnym znaczeniu dla firmy, współpraca z bankami i innymi klientami i dostawcami, uczestnictwo w szkoleniach i konferencjach i ich ewentualne prowadzenie, a także współpraca z organizacjami profesjonalnymi, np. Stowarzyszeniem Księgowych w Polsce.

Oczekiwane kompetencje: Niezbędne jest kierunkowe wykształcenie wyższe, dobrze widziane są podyplomowe studia z rachunkowości i zarządzania, a także branżowe uprawnienia i licencje (np. Ministerstwa Finansów, Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, ACCA). Wymagana jest znajomość międzynarodowych standardów rachunkowości (najlepiej US GAAP) oraz bardzo dobra znajomość polskich przepisów m.in. prawa bilansowego, podatkowego, dewizowego oraz zasad rachunkowości. Trzeba biegle posługiwać się zintegrowanymi pakietami oprogramowania księgowo-finansowego (np. Symfonia, ProFinn 2000) i znać angielski, przynajmniej dobrze. Aby ubiegać się o to stanowisko, trzeba mieć co najmniej pięcioletnie doświadczenie w finansach i księgowości, w tym dwu-trzyletnie doświadczenie na stanowisku zastępcy głównego księgowego, doświadczenie w zarządzaniu zespołem i umiejętność odpowiedniego motywowania.

Oczekiwane są cechy przywódcze, wysoko rozwinięte umiejętności analityczne i planistyczne, zdolność do realistycznej oceny sytuacji, wysoki poziom odpowiedzialności i uczciwości, orientacja na wyniki, odporność na stres, umiejętność pracy pod presją czasu.

Ścieżka rozwoju zawodowego: Karierę można rozpocząć od stanowiska asystenta działu księgowego/finansowego czy pomocnika w firmie konsultingowej. Kolejnym krokiem jest pozycja młodszego księgowego (Junior Accountant)/specjalisty ds. finansowo-księgowych. Następnym etapem jest stanowisko księgowego, potem zastępcy głównego księgowego, kolejnym - głównego księgowego/samodzielnego księgowego, wreszcie - kontrolera finansowego (Financial Controller)/dyrektora finansowego (Chief Financial Officer - CFO). Potem można awansować na stanowisko dyrektora ds. operacyjnych (COO)/dyrektora zarządzającego (Managing Director)/dyrektora generalnego (General Director). Kolejnym etapem jest stanowisko wiceprezesa ds. finansowych, a następnie możliwe jest objęcie najwyższego stanowiska w firmie - prezesa (CEO).

Wynagrodzenie: Na podstawie danych TMP Worldwide wynagrodzenie miesięczne wynosi średnio

4-6 tys. zł, w dużych instytucjach i firmach międzynarodowych jest ono zazwyczaj o ok. 40 proc. wyższe i może osiągać 15 tys. zł brutto. Do bonusów można zaliczyć szkolenia i

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

opłacane przez firmę kursy/licencje (często również zwrot kosztów, np. za kierunkowe studia podyplomowe czy MBA), a także międzynarodowe podróże służbowe i konferencje.

Chief Financial Officer - dyrektor finansowy

Chief Financial Officer zajmuje się finansami firmy, to wyższe stanowisko kierownicze. Nazwa tego stanowiska spotykana jest nie tylko w sektorach finansowym i ubezpieczeniowym, ale także jest powszechna w firmach z branży FMCG, farmaceutycznej i np. logistycznej. Z danych firmy doradztwa personalnego TMP Worldwide wynika, że kandydaci na to stanowisko mają zazwyczaj powyżej 30 lat. **Polskie odpowiedniki lub opis:** dyrektor finansowy, dyrektor działu finansowego/księgowości/ rachunkowości.

Przełożony: zarząd firmy/ prezes.

Podwładni: bezpośrednio pracownicy działu finansowego; dyrektorowi finansowemu może podlegać również dział personalny (zwłaszcza w kwestii płac). W zakresie budżetu i spraw finansowych do CFO raportują też kierownicy wszystkich innych działów, a zwłaszcza administracja.

Zakres obowiązków: przede wszystkim współkreowanie, wdrażanie i kontrolowanie bieżącej działalności operacyjnej oraz krótko- i długoterminowej strategii firmy (zwłaszcza finansowej, inwestycyjnej i sprzedażowej). Dyrektor finansowy jest również odpowiedzialny za analizę, sporządzanie i zatwierdzanie okresowych raportów o sytuacji finansowej firmy (planów budżetowych, bilansu, cash flow, deklaracji rozliczeniowych firmy dla ZUS, GUS, urzędów skarbowych).

Kolejna funkcja to doradzanie szefom, a często samodzielne podejmowanie decyzji o kluczowym znaczeniu dla firmy dotyczących inwestycji, przejęć i fuzji. Dyrektor finansowy współpracuje w zakresie ekonomiczno-finansowym z zarządem firmy.

Zależnie od specyfiki i wielkości firmy, CFO może też sprawować obowiązki dyrektora ds. operacyjnych (Chief Operations Officer - COO), utrzymywanie relacji typu B2B (business to business), np. współpraca z bankami, uczestnictwo i ewentualne prowadzenie szkoleń i konferencji, przynależność i współpraca z różnymi organizacjami profesjonalnymi, np. Stowarzyszeniem Księgowych w Polsce.

Oczekiwane kompetencje: kilkuletnie (średnio dziesięcioletnie) doświadczenie w finansach, audycie, ewentualnie w zarządzaniu strategicznym i sprzedaży, doświadczenie w zarządzaniu działem lub firmą.

Wymagane jest wykształcenie wyższe kierunkowe (magisterskie lub podyplomowe studia ekonomiczne o specjalizacji księgowość/ finanse). Dobrze widziany przez pracodawców jest również tytuł MBA, a także dodatkowe uprawnienia i licencje (np. Ministerstwa Finansów, Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, ACCA). Oczekiwane jest doświadczenie w pracy w międzynarodowym środowisku, znajomość międzynarodowych standardów rachunkowości oraz bardzo dobra znajomość polskich przepisów dotyczących m.in.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

prawa bilansowego, podatkowego, dewizowego oraz zasad rachunkowości. Kolejne wymagania to bardzo dobra znajomość angielskiego, wysoko rozwinięte umiejętności analityczne i planistyczne, zdolność do realistycznej oceny sytuacji, orientacja na wyniki, odporność na stres, umiejętność pracy pod presją czasu, odpowiedzialność (również finansowa).

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zaczynać od stanowiska asystenta działu księgowego lub finansowego, od funkcji pomocnika w firmie konsultingowej, ewentualnie od stanowiska młodszego księgowego (Junior Accountant). Możliwe jest też zdobywanie doświadczenia od stanowiska kierownika biura.

Kolejnym etapem jest stanowisko księgowego/ konsultanta ds. audytu (Auditor). Następnie - samodzielny księgowy/ główny księgowy. Kolejny krok to stanowisko kontrolera finansowego (Financial Controller)/ starszego konsultanta ds. audytu (Senior Auditor).

Następnym etapem jest zdobycie stanowiska dyrektora finansowego (Chief Financial Officer - CFO), kolejnym etapem jest awans na dyrektora ds. operacyjnych (COO), dyrektora zarządzającego (Managing Director), dyrektora generalnego (General Director).

Kolejny - to stanowisko wiceprezesa ds. finansowych, następnie możliwe jest objęcie najwyższego stanowiska w firmie - prezesa (CEO).

Wynagrodzenie: z danych TMP Worldwide wynika, że wynagrodzenie miesięczne zaczyna się od 10 tys. zł. W dużych instytucjach i firmach międzynarodowych jest to zazwyczaj przedział 20 tys. - 30 tys. zł. Do tego: samochód służbowy, laptop, komórka, prywatna opieka medyczna, szkolenia i opłacane przez firmę kursy/ licencje (często również zwrot kosztów np. za kierunkowe studia podyplomowe czy MBA), międzynarodowe podróże służbowe i konferencje (najczęściej przelot samolotem).

Chief Information Officer (CIO) - kierownik/dyrektor ds. informatyki

Nazwa stanowiska spotykana najczęściej w dużych firmach międzynarodowych, przede wszystkim z branży teleinformatycznej (zwłaszcza w firmach internetowych). Wiek kandydatów - ok. 30 lat i starsi. Przeważa kierunkowe informatyczne wykształcenie wyższe, wiele osób ma również ukończone studia podyplomowe (np. z zarządzania) lub jest w ich trakcie.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik/dyrektor ds. informatyki (bardzo często w randze członka zarządu, np. wiceprezesa ds. informatyki)

Przełożony: dyrektor firmy w danym kraju (Country Manager) lub bezpośrednio prezes / CEO

Podwładni: cały zespół ds. IT, od operatorów baz danych, poprzez pomoc techniczną, programistów, analityków, pracowników tzw. help desku (wsparcie użytkowników końcowych) czy konsultantów ds. systemów, aż po kierowników np. baz danych czy danego systemu. Pośrednio osoba na tym stanowisku ma również moc decyzyjną wobec

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

użytkowników końcowych oraz podwykonawców i dostawców.

Zakres obowiązków: planowanie strategii, organizacja i implementacja systemu informatycznego firmy (WAN, LAN, Intranet, systemy wspomagające zarządzanie), planowanie i wdrażanie nowych systemów informatycznych, ułatwiających działania operacyjne i wspomagających zarządzanie przedsiębiorstwem, organizacja i bieżące zarządzanie departamentem informatyki, w tym zatrudnianie jego pracowników, planowanie budżetu i kontrola procesów decyzyjnych, wybór dostawców sprzętu i innych kooperantów zewnętrznych oraz uczestnictwo w negocjacjach handlowych, zapewnienie zgodności procedur i innych przepisów wewnętrznych i zewnętrznych w zakresie ochrony danych i bezpieczeństwa systemu informatycznego danej firmy, przygotowywanie raportów, współpraca z innymi działami firmy, analiza rynku i konkurencji, możliwe uczestnictwo w posiedzeniach zarządu, prowadzenie szkoleń.

Oczekiwane kompetencje: wymagane jest wyższe wykształcenie techniczne, doświadczenie w zarządzaniu projektami informatycznymi oraz zespołem (cechy przywódcze), dobra znajomość języka angielskiego, zdolności analityczne i planistyczne.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę zawodową można zacząć jako specjalista ds. technicznych/ programista/ programista-analityk/ administrator sieci informatycznych. Następnym stanowiskiem może być konsultant techniczny (np. konsultant ds. danego systemu), kolejnym - kierownik projektów (project manager) np. ds. oprogramowania czy baz danych.

Dalszy etap to awans na kierownika ds. baz danych (Database Manager)/ kierownika ds. IT (spotykane anglojęzyczne nazwy: IT Manager, Information Officer).

Kolejny krok to stanowisko dyrektora departamentu IT czy departamentu technicznego (Chief Information Officer). Jednym z ostatnich etapów może być stanowisko wiceprezesa ds. informatyki, możliwe jest też objęcie najwyższych stanowisk prezesa/CEO. Możliwe jest to zwłaszcza w firmach tzw. nowych technologii.

Wynagrodzenie: zależnie od organizacji i wielkości działu waha się od 10 do 30 tys. zł brutto. Do tego samochód służbowy, laptop, telefon komórkowy, szkolenia zewnętrzne.

Chief Knowledge Officer (CKO) - dyrektor ds. zarządzania wiedzą

CKO to młode stanowisko - wyodrębniać je zaczęto dopiero na początku lat 90. w dużych firmach branży konsultingowej i FMCG. Informacje na jego temat nie są w pełni usystematyzowane.

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer/dyrektor ds. zarządzania wiedzą.

Przełożony: zarząd lub bezpośrednio prezes/CEO.

Podwładni: najczęściej jest to samodzielne, wykonawcze stanowisko; niezmiernie rzadko włączone jest w struktury, np. działu personalnego czy działu IT, pośrednio podlegać tej osobie mogą wszyscy pracownicy firmy.

Zakres obowiązków: początkowo (o ile jest to nowe stanowisko w firmie) CKO ma za zadanie zaplanować i wprowadzić "system przekazywania wiedzy" wewnątrz i na

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

zewnątrz firmy. Musi zadbać o infrastrukturę informacyjną firmy zarówno w sensie technicznym (poczta e-mailowa, wewnętrzna poczta pracownicza, intranet, tematyczne bazy danych), z pogranicza marketingu i PR (biuletyny firmowe dla pracowników i osób z zewnątrz - tzw. corporate newsletters), jak i socjalnym (ułatwienie nawiązania komunikacji oraz zachęcanie do współpracy między działami i oddziałami firmy - tworzenie tzw. kanałów informacyjnych, desygnowanie właściwych komórek organizacyjnych i konkretnych ludzi do zajmowania się danymi częściami procesu przekazywania informacji). Następnym krokiem jest stworzenie strategii firmy, szukanie możliwości usprawnienia procesów m.in. zarządzania relacjami z klientami, promowanie rozwoju pracowników. W przypadku organizacji wielokulturowej CKO powinien być nie tylko "kołem ratunkowym", lecz ma tworzyć trwałą platformę porozumienia i umożliwiać ścisłą i efektywną współpracę ponad podziałami geograficznymi, etnicznymi, językowymi.

Inne zadania to: zwiększanie wiedzy pracowników o usługach czy produktach firmy, promocja wiedzy o firmie, rynku i konkurencji, prowadzenie szkoleń i prezentacji, organizacja konferencji, seminariów, zjazdów. CKO promuje kreatywność pracowników, nagradza wyróżniających się inicjatywą i zaangażowaniem na rzecz rozwoju firmy. Musi współpracować z zarządkiem i wszystkimi działami firmy (szczególnie z działem personalnym i szkoleń, działami informatycznym, rozwoju i badań).

Oczekiwane kompetencje: wymagane jest wyższe wykształcenie, dodatkowo pożądanym jest dyplom MBA (zwłaszcza uzyskany na renomowanych zagranicznych uczelniach). Dobrze widziana jest wiedza z zakresu systemów informacyjnych, niezbędna - doskonała znajomość angielskiego i przynajmniej dobra drugiego języka obcego. Trzeba mieć minimum kilkuletni staż w międzynarodowych korporacjach, doświadczenie w zarządzaniu projektami, cechy przywódcze, zdolności analityczne i planistyczne, bardzo dobre zdolności organizacyjne, być komunikatywnym, mieć bardzo dobrze rozwinięte inne zdolności interpersonalne i inteligencję emocjonalną.

Ścieżka rozwoju zawodowego: ponieważ Chief Knowledge Officer (ew. Knowledge Manager) to młode stanowisko, nie ma usystematyzowanych danych na temat ścieżki rozwoju zawodowego ani średniego wynagrodzenia na tym stanowisku. Z informacji firmy doradztwa personalnego TMP Worldwide wynika, że jedna ze ścieżek awansu może prowadzić przez stanowiska związane z zarządzaniem ludźmi (kolejne stopnie przez kierownika i dyrektora ds. personalnych czy menedżera ds. rozwoju organizacji), ewentualnie poprzez stanowiska związane z technologiami informatycznymi (np. menedżer projektów informatycznych, kierownik ds. zarządzania relacjami z klientami).

Wynagrodzenie: zależnie od wielkości firmy, przedział 6-15 tys. zł brutto, samochód, laptop, komórka, szkolenia zewnętrzne.

Contracts Negotiator - specjalista ds. umów

Według informacji posiadanych przez TMP Worldwide kandydaci na to stanowisko to

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

osoby z 5-10-letnim doświadczeniem zawodowym o profilu handlowym, z udokumentowanymi sukcesami w negocjacjach (wyrażone kwotami wynegocjowanych umów), zazwyczaj powyżej 30. roku życia, umiejące zdobyć zaufanie klientów i prowadzące rozmowy na najwyższym szczeblu. Sektory, gdzie najczęściej to stanowisko występuje, to branża FMCG (bardzo często w sieciach supermarketów), logistyczna, motoryzacyjna, telekomunikacyjna.

Polskie odpowiedniki lub opis: specjalista ds. umów, negocjator, ekspert ds. negocjacji handlowych.

Przełożony: może raportować do dyrektora ds. handlowych, kierownika działu kontraktów/działu zakupów/ działu prawnego, w mniejszych firmach do dyrektora zarządzającego.

Podwładni: jest to zazwyczaj samodzielne stanowisko, ewentualnie praca negocjatora może być wspierana przez asystenta ds. administracyjnych czy asystenta działu.

Zakres obowiązków: negocjacje z dostawcami/kontrahentami w zakresie danego portfolio produktów/ usług, ustalanie sposobów płatności, rabatów, budżetów promocyjnych, wydatków specjalnych oraz terminów realizacji kontraktów, przygotowywanie dokumentów handlowych, kontrola stanu prawnego ofert/ umów otrzymanych od współpracowników, nadzór jakości wykonywania umów ze szczególnym uwzględnieniem niestandardowych zamówień, kontrola działań handlowych i realizacyjnych powiązanych i wpływających bezpośrednio na działania logistyczne, wykonywanie niezbędnych operacji w zakresie procesów realizacji, pełnienie roli doradcy w sprawach związanych z daną specjalizacją dla innych pracowników firmy, budowanie strategii handlowej, realizacja planów sprzedaży, monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów i działań konkurencji, budowanie silnych relacji z klientami, aktywna współpraca z innymi działami firmy, organizowanie przetargów, udział w konferencjach, targach, spotkaniach branżowych.

Oczekiwane kompetencje: minimum kilkuletnie doświadczenie w sprzedaży i negocjacjach handlowych (zwłaszcza w obrębie danej branży), wyższe wykształcenie (często ekonomiczne lub prawnicze), bardzo dobra znajomość języka angielskiego, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, wysoka komunikatywność, zdolność do obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, otwartość na zmiany, innowacyjność, kreatywność w podawaniu rozwiązań, cechy lidera, powinna to być też osoba umiejąca wzbudzić szacunek rozmówców - kompetentna, zrównoważona, o wysokiej kulturze osobistej.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako asystent dyrektora handlowego/działu handlowego, przedstawiciel handlowy, konsultant ds. sprzedaży. Następnie można objąć obowiązki specjalisty ds. promocji/marketingu/obsługi klienta, specjalisty ds. zamówień publicznych, specjalisty ds. logistyki, buyera (specjalisty ds. zakupów), specjalisty ds. zamówień. Kolejną pozycją w karierze może być stanowisko

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

contracts negotiatora, eksperta w dziale negocjacji, account managera, K\key account managera. Doświadczenie w tym zakresie można zdobywać dalej jako procurement manager (kierownik ds. zamówień), kierownik ds. sprzedaży, import/export manager, business development manager. Zwieńczeniem kariery mogą być stanowiska regional business development managera (krajowego lub regionalnego dyrektora ds. rozwoju biznesu)/dyrektora ds. sprzedaży/dyrektora zarządzającego lub dyrektora generalnego/country managera lub regional managera (dyrektora na kraj lub region).
Wynagrodzenie: płaca zasadnicza (przedział od ok. 3,5-10 tys. zł), premia zależna od wyników (często jest to procent od przychodów firmy z wynegocjowanych kontraktów), telefon komórkowy, możliwy też samochód służbowy.

Credit Analyst - analityk kredytowy

Stanowisko najczęściej spotykane jest w instytucjach finansowych (banki, firmy z branży ubezpieczeniowej) oraz w dużych korporacjach, w których rozbudowane są działy finansowe. Praca Analityka Kredytowego polega na ocenianiu zdolności i wiarygodności kredytowej różnorodnych podmiotów. Wiek osób na tym stanowisku to przeciętnie ok. 25-35 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: Analityk Kredytowy

Przełożony: Credit Manager, Dyrektor finansowy

Podwładni: asystenci Działu ds. Kredytów

Zakres obowiązków: ocena ryzyka kredytowego firmy czy grupy firm z danej branży, przygotowywanie analiz branżowych i wniosków kredytowych, przygotowywanie dokumentacji kredytowej, analiza zdolności kredytowej, analiza przedmiotu kredytowania, współpraca z doradcami kredytowymi.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe o profilu ekonomicznym lub pokrewnym, minimum roczne doświadczenie w analizie kredytów lub jako doradca kredytowy, wiedza dotycząca instrumentów finansowych, umiejętność przeprowadzania analizy finansowej, doświadczenie w przygotowywaniu dokumentacji kredytowej, umiejętność identyfikacji ryzyka, bardzo dobra znajomość finansów przedsiębiorstw, bardzo dobra znajomość języka angielskiego, biegłość w posługiwaniu się programami Microsoft Office (zwłaszcza Excel i Access), zdolność do analitycznej oceny sytuacji.

Ścieżka rozwoju zawodowego: osoba zainteresowana tego typu karierą zawodową może zaczynać od najniższych stanowisk, np. asystenckich (asystent działu ds. kredytów/ ryzyka kredytowego), aby po jakimś czasie stać się specjalistą ds. kredytów. (np. specjalista bankowy, doradca kredytowy, analityk finansowy). To stwarza możliwości do objęcia stanowiska Analityka Kredytowego.

Wynagrodzenie: średnia płaca oscyluje w granicach 2,5-4 tys. zł brutto miesięcznie.

Credit Manager - kierownik ds. kredytów

Stanowisko najczęściej spotykane jest w instytucjach finansowych (banki, firmy z

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

branży ubezpieczeniowej) oraz w dużych korporacjach, w których rozbudowane są działy finansowe. Wiek osób na tym stanowisku to przeciętnie ok. 35 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik ds. kredytów/ oceny ryzyka kredytowego.

Przełożony: dyrektor finansowy, dyrektor zarządzający.

Podwładni: pracownicy działu (pomoc administracyjna, researcherzy, analitycy rynku, specjaliści ds. kredytów)

Zakres obowiązków: zarządzanie ryzykiem portfela kredytowego firmy czy grupy firm z danej branży, przygotowywanie analiz branżowych i wniosków kredytowych, przygotowywanie analiz finansowych danych historycznych i projekcji, przygotowywanie dokumentacji kredytowej, analiza wykonalności bieżących celów, współpraca z doradcami kredytowymi w osiąganiu celów budżetowych, analiza raportów o sytuacji firmy, jej produktach/ usługach oraz konkurencji, analiza krótko- i długoterminowej strategii firmy czy grupy firm (np. strategii marketingowej, finansowej, inwestycyjnej, sprzedażowej), przedkładanie wniosków o kluczowym znaczeniu dla firmy - o inwestycjach, przejęciach innych podmiotów gospodarczych, fuzjach.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe o profilu ekonomicznym lub pokrewnym, mile widziane podyplomowe lub doktoranckie studia ekonomiczne, kilkuletnie doświadczenie w finansach, rachunkowości, zarządzaniu strategicznym, szeroka wiedza nt. analizy ekonomiczno - finansowej, fuzji i wykupów, leasingu, factoringu, minimum 3-4 lata doświadczenia jako analityk, doradca kredytowy, atutem jest doświadczenie w międzynarodowych instytucjach finansowych, przydatna jest bardzo dobra znajomość i doświadczenie w danej branży, doświadczenie w przygotowywaniu dokumentacji kredytowej, umiejętność identyfikacji i definicji ryzyka, bardzo dobra znajomość finansów przedsiębiorstw, umiejętność zarządzania dużymi przedsięwzięciami, umiejętność prowadzenia kontaktów biznesowych również na najwyższym szczeblu, zdolność prowadzenia dużych projektów, bardzo dobra znajomość języka angielskiego, biegłość w posługiwaniu się programami Microsoft Office (zwłaszcza Excel i Access), zdolność do analitycznej oceny sytuacji, planowania strategii, wizji firmy.

Ścieżka rozwoju zawodowego: może zaczynać od najniższych stanowisk, np. asystenckich (asystent działu ds. kredytów/ ryzyka kredytowego). Następnym etapem mogą być stanowiska specjalistyczne (np. specjalista bankowy, doradca kredytowy, analityk finansowy, specjalista ds. inwestycji, specjalista ds. kontraktów, księgowy, główny księgowy, specjalista ds. rachunkowości). Kolejne pozycje w karierze, to kierowanie projektami, zespołem czy działem (kierownik projektu - project manager, kierownik zespołu - team leader, naczelnik departamentu, kierownik departamentu / działu). Następnie można objąć obowiązki na stanowiskach kierowniczych średniego szczebla (kierownik działu finansowego, kierownik mniejszego oddziału / filii firmy), potem - stanowiska kierownicze wyższego szczebla (kolejność może być traktowana jako ścieżka awansów, ale rzadko kiedy wszystkie stopnie muszą zostać zrealizowane,

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

pełnienie tych stanowisk można godzić też z funkcją członka zarządu: dyrektor departamentu, działu, filii lub oddziału, Country Manager (dyrektor wszystkich oddziałów krajowych); dyrektor regionalny dyrektor ds. operacyjnych; dyrektor zarządzający, dyrektor generalny; CFO, vice prezes; prezes; CEO).

Wynagrodzenie: na podstawie danych TMP Worldwide wynagrodzenie miesięczne waha się od 8 tys. zł do 12 tys. zł, w dużych instytucjach i firmach międzynarodowych może to być przedział 12 - 16 tys. zł, do tego laptop, telefon komórkowy, ryczałt na benzynę, opieka medyczna.

Customer Relationships Manager - menedżer ds. zarządzania relacjami z klientem

Spotykany jest także skrót nazwy tego stanowiska - CRM, co oznacza Customer Relationship Management, czyli zarządzanie relacjami z klientem

Nazwa stanowiska rzadko tłumaczona jest na polski, ponieważ odpowiedniki nie są łatwe do wymawiania (długość) oraz dlatego, że jest to stanowisko nowe (tematyka CRM i jej zastosowania jest na polskim rynku obecna zaledwie od kilku lat). Można spodziewać się coraz bardziej powszechnego zastosowania CRM w praktyce, nie tylko w dużych korporacjach, ale również i w coraz mniejszych firmach finansowych, handlowych, komputerowych i telekomunikacyjnych.

W bazie TMP Worldwide zauważalna jest przewaga kandydatów z doświadczeniem w dużych firmach z branży informatycznej oraz usług finansowych (banki, firmy ubezpieczeniowe, fundusze emerytalne), wielu z nich pochodzi też z mniejszych firm związanych z Internetem i outsourcingiem usług informatycznych. Bardzo dużo osób na tym stanowisku ma 27-33 lata, ale nie brakuje też starszych, w wieku 45-50 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik/menedżer ds. zarządzania relacjami z klientem

Przełożony: zależnie od struktury i specyfiki firmy CRM może raportować do general managera lub managing director (dyrektora zarządzającego); może też - w przypadku rozbudowanej struktury - odpowiadać przed dyrektorem ds. technicznych czy dyrektorem IT.

Podwładni: operatorzy bazy danych i wszystkie inne osoby, które odpowiadają za obsługę, tworzenie, modyfikację i serwis systemów zarządzania relacjami z klientem (programiści, analitycy techniczni), jak również konsultanci ds. danego systemu.

Zakres obowiązków: zarządzanie łańcuchem dostaw, zintegrowane systemy zarządzania (pakiety ERP, które obejmują modułowo poszczególne działy zarządzania przedsiębiorstwem, np. finansów, produkcji, zasobów ludzkich, logistyki). Konsultacje dla klientów (wewnętrznych i zewnętrznych), a także zarządzanie zespołem osób pracujących bezpośrednio z bazami danych i obsługujących system.

Kolejne zadanie to monitorowanie i analiza jakości wdrażanych systemów, zapewnienie zgodności procedur i innych przepisów zarówno wewnętrznych danej firmy, jak i

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

zewnętrznych uregulowań, przygotowywanie raportów na potrzeby statystyczne oraz konkretnego zapotrzebowania (np. na zlecenie klienta), współpraca z kooperantami i poddostawcami, prowadzenie szkoleń dla użytkowników, uczestnictwo w konferencjach, sympozjach i szkoleniach.

Oczekiwane kompetencje: wyższe wykształcenie ekonomiczne, ale często wymagane jest wykształcenie techniczne z uzupełniającymi studiami podyplomowymi z ekonomii, finansów czy zarządzania lub MBA. Wymagana jest znajomość angielskiego.

Oczekiwane jest także doświadczenie w projektach z pogranicza informatyki i marketingu (wieloaspektowe zarządzanie relacjami z klientami, systemy zintegrowanego zarządzania przedsiębiorstwem, technologie hurtowni danych Data Warehousing) oraz doświadczenie w pracy z bazami danych (projektowanie i administrowania relacyjnych baz danych np. baz Oracle czy całych tzw. hurtowni danych, znajomość narzędzi do zarządzania bazami danych np. RDBMS). Trzeba mieć pewne doświadczenia programistyczne, jest to konieczne do zrozumienia procesów zachodzących wewnątrz danych projektów oraz ułatwiają komunikację z osobami odpowiedzialnymi za techniczne aspekty funkcjonowania systemów.

Na tym stanowisku wymagana jest umiejętność zarządzania dużymi projektami oraz zespołem (cechy przywódcze), bardzo dobre zdolności analityczne i planistyczne, umiejętność koordynacji działań zespołu osób o różnych profilach, zdolność do radzenia sobie w sytuacjach awaryjnych oraz umiejętność skutecznego im zaradzenia.

Oczywiście nieodzowna jest umiejętność utrzymywania bardzo dobrych relacji z klientami instytucjonalnymi i indywidualnymi, często dobrze widziane jest doświadczenie w prowadzeniu szkoleń, prezentacji i wykładów, odporność na stres oraz umiejętność dotrzymywania terminów.

Ścieżka rozwoju zawodowego: drogę zawodową można rozpocząć od stanowiska operatora bazy danych, ankietera czy researchera. Następnym etapem jest pozycja specjalisty ds. baz danych (od strony marketingowej, np. badań rynkowych lub strony technicznej - np. programisty czy administratora baz danych. Kolejnym pośrednim stopniem może być stanowisko kierownika projektów bazodanowych (Database Project Manager) czy kierownika ds. IT.

Wynagrodzenie: pensja waha się między 7 tys. a 20 tys. zł, do możliwych bonusów należą komórka i samochód, a także szkolenia zewnętrzne, wyjazdy na zagraniczne sympozja i konferencje.

Następnym etapem kariery jest stanowisko menedżera ds. baz danych lub dyrektora ds. Call Center, dyrektora ds. sprzedaży i marketingu, dyrektora ds. obsługi klienta. Kolejne stanowisko to menedżer ds. zarządzania relacjami z klientem (Customer Relationship Manager), a następnie dyrektor ds. zarządzania relacjami z klientem, następne - dyrektor departamentu ds. baz danych (jeśli jest to duży dział z rozbudowaną strukturą) bądź dyrektor departamentu IT czy departamentu technicznego.

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Database Manager - menedżer ds. baz danych

Database Manager to stanowisko kierownicze, osoba je zajmująca opiekuje się firmową bazą danych ABC ZAWODOWCÓW

Nazwa tego stanowiska jest coraz częściej tłumaczona na polski, ze względu na istnienie odpowiedników oraz coraz bardziej powszechne zastosowanie baz danych w najmniejszych nawet firmach.

W bazie TMP Worldwide zauważalna jest przewaga kandydatów na to stanowisko z doświadczeniem w branży IT (także w firmach internetowych) i usług finansowych (banki, firmy ubezpieczeniowe, fundusze emerytalne). Jest jednak także spora grupa kandydatów z doświadczeniem w różnorodnych urzędach i firmach zajmujących się badaniem opinii publicznej. Przeważają kandydaci w wieku 27-33 lat.

Stanowisko: database manager (spotykane skróty Dbase Manager, DB Manager)

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik/menedżer ds. baz danych

Przełożony: zależnie od struktury i specyfiki firmy może raportować do general managera lub dyrektora zarządzającego. W przypadku, gdy kierownik ds. baz danych przypisany jest do działu technicznego lub działu marketingu, podlega dyrektorom tych działów/departamentów (dyrektorowi ds. technicznych, dyrektorowi IT lub dyrektorowi ds. marketingu)

Podwładni: operatorzy bazy danych (różnie nazywani w różnych organizacjach. Osoby te mają za zadanie wprowadzać dane do bazy oraz uaktualniać ją), ankieterzy i researcherzy odpowiedzialni za pozyskiwanie i obróbkę danych, wszystkie inne osoby, które odpowiadają za tworzenie, modyfikację i serwis (programiści, analitycy techniczni).

Zakres obowiązków: opieka nad bazą danych, doradzanie użytkownikom bazy (klientom zewnętrznym i wewnętrznym), zarządzanie zespołem osób pracujących bezpośrednio z bazą danych, monitorowanie i analiza jakości i ilości wprowadzanych danych, zapewnienie zgodności procedur i innych przepisów zarówno wewnętrznych danej firmy, jak i tych ustawowo narzuconych (np. w agencjach doradztwa personalnego dostosowanie bazy danych, otoczenia oraz personelu mającego kontakt z danymi do wymogów ustawy o ochronie danych osobowych oraz kodeksu etycznego branży doradczej).

Kolejne zadanie to przygotowywanie raportów na potrzeby firmy oraz na zlecenie klienta oraz aktywna współpraca z innymi osobami w dziale i w całej firmie (najczęściej dotyczy to działu marketingu i informatycznego), współpraca z kooperantami i poddostawcami (np. firmami udostępniającymi swoje bazy danych), prowadzenie szkoleń dla użytkowników bazy oraz osób z jej obsługi.

Oczekiwane kompetencje: na ogół nieodzowna jest znajomość angielskiego, dobrze widziane jest wyższe wykształcenie (najczęściej ekonomiczne, ale często wymagane jest techniczne).

Pracodawcy wymagają doświadczenia w pracy z bazami danych (też od strony

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

technicznej, a więc umiejętności programowania w językach bazodanowych, np. SQL, 4GL, projektowania i administrowania relacyjnych baz danych np. baz Oracle, znajomość narzędzi do zarządzania relacyjnymi bazami danych).

Zazwyczaj większy nacisk położony jest na umiejętności zarządzania projektami oraz zespołem (cechy przywódcze), zdolności analityczne i planistyczne.

Oczekiwane są zdolności interpersonalne: umiejętność koordynacji działań często wieloosobowego zespołu (w skład którego wchodzi m.in. programiści, ale i specjaliści od badań rynkowych), a także umiejętność pracy w zespole.

Wymaga się również doświadczenia w prowadzeniu szkoleń, dyspozycyjności, chęci do pracy w zmiennym wymiarze godzin, odporności na stres oraz umiejętności dotrzymywania terminów.

Ścieżka rozwoju zawodowego: ścieżka zaczyna się od stanowiska operatora bazy danych, ankietera lub researchera. Kolejny krok to specjalista ds. baz danych (od strony marketingowej, np. badań rynkowych) lub od strony technicznej - z pozycji programisty czy administratora baz danych.

Może być też pośredni stopień - stanowisko kierownika projektów bazodanowych (project manager), lub kierownika ds. IT. Następny etap to menedżer ds. baz danych, później dyrektor departamentu ds. baz danych (jeśli jest to duży dział z rozbudowaną strukturą) bądź dyrektor departamentu IT czy departamentu technicznego

Wynagrodzenie: pensje wahają się od 3-18 tys. zł brutto, szkolenia zewnętrzne.

Distribution Manager - kierownik ds. dystrybucji

! Distribution Manager to wstępne stanowisko kierownicze w dziedzinie logistyki, wiążące się z zarządzaniem procesami. Według informacji TMP Worldwide stanowisko to jest najczęściej spotykane w branży logistycznej, w firmach związanych z dystrybucją towarów i usług - FMCG, produkcją, imporem i/eksportem.

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer ds. dystrybucji/ kierownik ds. dystrybucji

Przełożony: może raportować bezpośrednio do Operation Managera, General Managera (dyrektora generalnego) lub Managing Directora (dyrektora zarządzającego), ewentualnie, przy rozbudowanej strukturze do Dyrektora ds. Logistyki, Dyrektora ds. Dystrybucji lub do regionalnego Dyrektora ds. Dystrybucji. Podwładni: pracownicy działu ds. dystrybucji oraz często pośrednio wszystkie osoby związane z procesami dystrybucji - pracownicy floty samochodowej, firm kurierskich. Zakres obowiązków: projektowanie, wdrażanie i zarządzanie siecią dystrybucji na danym obszarze, rozwijanie i wdrażanie procesów pozwalających zredukować koszty, także zgodnych z normami ISO, zarządzanie zespołem ludzkim w firmie o często wielooddziałowej strukturze, organizacja komórki ds. dystrybucji, rekrutowanie zespołu, ustanawianie procedur, negocjowanie umów z poddostawcami, stworzenie sieci firm współpracujących, współtworzenie wymogów jakościowych dla nowych procesów czy

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

usług, aktywna wymiana informacji z innymi działami, współpraca z urzędami, pomoc przy wdrażaniu i nadzór nad modułami systemów informatycznych, wspomagających zarządzanie, bieżąca kontrola wyniku finansowego i nadzorowanie realizacji budżetu, przygotowywanie raportów i prezentacji jakościowych na potrzeby zarządu.

Oczekiwane kompetencje: minimum 2-4 letnie doświadczenie w firmie zajmującej się dystrybucją lub w dziale ds. dystrybucji (wiedza o najnowszych systemach dystrybucyjnych, możliwych do zastosowania technologiach), wykształcenie minimum średnie, znajomość branży, umiejętność zarządzania procesami, zdolności przywódcze, umiejętność kierowania ludźmi, odpowiedzialność i sumienność, umiejętność pracy w dużych zespołach i dotrzymywania terminów, dyspozycyjność. Ścieżka rozwoju zawodowego: możliwy start jako kierowca, zaopatrzeniowiec, pracownik magazynu lub działu dystrybucji w przedsiębiorstwie, przedstawiciel handlowy. Kolejnym etapem jest pozycja specjalisty ds. jakości, specjalisty ds. transportu, specjalisty ds. dystrybucji. Następnie można objąć obowiązki Distribution Managera, Quality Managera (kierownika ds. jakości). Następnymi etapami mogą być stanowiska Distribution Directora (dyrektora ds. dystrybucji), Operations Managera (kierownika/ dyrektora ds. operacyjnych). Kolejne szczeble to praca na stanowisku dyrektora zarządzającego (Managing Director) - zwłaszcza w mniejszych firmach produkcyjnych i technologicznych, a także - możliwe najwyższe stanowiska dyrektora generalnego (General Director) czy prezesa.

Wynagrodzenie: Według danych TMP Worldwide średnio 4- 8 tys. zł brutto, do tego szkolenia zewnętrzne.

Financial Controller - kontroler finansowy

Kontrolera finansowego na etacie spotkać można najczęściej w dużych firmach - największe zapotrzebowanie zgłaszały jak dotąd firmy z sektora telekomunikacyjnego (operatorzy telefonii komórkowej) oraz informatycznego (producenci sprzętu, a także duże państwowe przedsiębiorstwa i urzędy). Wielu kontrolerów finansowych zatrudniają firmy-audytory zewnętrzeni (m.in. firmy konsultingowe z tzw. wielkiej piątki firm konsultingowych).

Najwięcej osób na tym stanowisku przekroczyło 35 rok życia (średni wiek to ok. 40 lat), jednakże stosunkowo dużo osób starających się o tę posadę ma 29 do 33 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: kontroler finansowy.

Przełożony: dyrektor finansowy, zarząd firmy.

Podwładni: pracownicy działu księgowego lub finansowego (księgowi, młodszy księgowi, asystenci działu).

Zakres obowiązków: kontrola działalności (audyt) zgodnie z zachowaniem zasad rachunkowości oraz tajemnicy firmy, a także sprawdzanie zgodności procesów księgowości zarządczej ze standardami firmy (grupy firm), budżetowanie kosztów funkcjonowania i środków (akcji) handlowych, kontrolowanie przepływów pieniężnych,

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

kosztów i inwestycji (minimalizacja ryzyka), w przypadku dużych firm spotkania z kierownikami centrów kosztów w celu identyfikacji przyczyn przekroczenia kosztów i wydatków inwestycyjnych oraz ustalenia strategii działania, przygotowywanie sprawozdań finansowych, analizowanie informacji, współtworzenie standardów i wpływ na rozwój systemu finansowego firmy, nadzorowanie i rozwój podległego zespołu, nadzorowanie właściwego utrzymania, przechowywania i archiwizacji dokumentacji, analiza okresowych raportów o sytuacji finansowej firmy (planów budżetowych, bilansu, cash flow, deklaracji rozliczeniowych firmy dla ZUS, GUS, Urzędów Skarbowych), stworzenie systemu raportowania, bieżące i okresowe raportowanie do zarządu i /lub centrali firmy (w przypadku oddziałów), często też do zakresu obowiązków wchodzi konsolidacja procedur oraz opracowywanie schematów i prototypów w zakresie informatycznych systemów wspomagających zarządzanie (np. modułu księgowego czy modułu controllingu w systemie SAP R/3), przynależność i współpraca z różnymi organizacjami profesjonalnymi, np. Stowarzyszeniem Księgowych w Polsce.

Oczekiwane kompetencje: kilkuletnie (min. 5, 6 - letnie) doświadczenie w finansach i księgowości, w tym dobrze widziane min. 2-3-letnie doświadczenie w analizie finansowej i controllingu, doświadczenie we współpracy z zespołem, zarządzanie grupą i procesami, wykształcenie wyższe (kierunkowe), dobrze widziane podyplomowe studia z np. rachunkowości i zarządzania, czy finansów i bankowości, uprawnienia i licencje (np. Ministerstwa Finansów, Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, ACCA), znajomość międzynarodowych standardów rachunkowości (US GAAP) oraz bardzo dobra znajomość polskich przepisów m.in. prawa bilansowego, podatkowego, dewizowego oraz zasad rachunkowości, znajomość pakietów oprogramowania księgowo-finansowego oraz zintegrowanych systemów wspomagania zarządzania przedsiębiorstwem, znajomość języka angielskiego, wysoko rozwinięte umiejętności analityczne i planistyczne, zdolność do realistycznej oceny sytuacji, wysoki poziom odpowiedzialności i uczciwości, orientacja na wyniki, odporność na stres, umiejętność pracy pod presją czasu.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako asystent działu księgowego/ finansowego czy wsparcie administracyjne w firmie konsultingowej. Następnie można objąć stanowisko młodszego księgowego (Junior Accountant)/ specjalisty d/s finansowo księgowych/ inspektora kredytowego. Kolejnym etapem w karierze jest pozycja analityka finansowego/ księgowego/ zastępcy głównego księgowego. Następnie można zająć pozycję starszego analityka finansowego/ głównego księgowego (Chief Accountant)/ samodzielnego księgowego (Independent Accountant). Kolejnym etapem może być pozycja kontrolera finansowego (Financial Controller)/ dyrektora finansowego (CFO - Chief Financial Officer). Następnie można zająć stanowisko dyrektora ds. Operacyjnych (COO - Chief Operations Officer)/ dyrektora zarządzającego (Managing Director)/ dyrektora generalnego (General Director). Jednym z ostatnich stanowisk jest

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

stanowisko vice prezesa ds. finansowych, a następnie możliwe jest objęcie najwyższego stanowiska w firmie - prezesa (CEO - Chief Executive Officer)

Wynagrodzenie: na podstawie danych TMP Worldwide wynagrodzenie miesięczne osób starających się o to stanowisko wynosi średnio 5 - 7 tys., w dużych instytucjach i firmach międzynarodowych kontrolerzy finansowi zarabiają średnio 13-15 tys. brutto miesięcznie, zaś pensja najwyższej klasy specjalistów w zakresie finansowej kontroli wewnętrznej przekraczać może 20 tys. Możliwe są także bonusy i premie (zazwyczaj uznaniowe), szkolenia i opłacane przez firmę kursy/ licencje (często również zwrot kosztów np. za kierunkowe studia podyplomowe czy MBA), a także międzynarodowe podróże służbowe i konferencje.

General director

Stanowisko to występuje we wszystkich sektorach gospodarki, jest jedną z najwyższych i najbardziej odpowiedzialnych pozycji w firmie, stąd osoby na tym stanowisku są doświadczonymi menedżerami (ich wiek - zazwyczaj po 30, średnio ok. 45 lat, z długim stażem i doświadczeniem).

Stanowisko i odpowiedniki: General manager/ President / CEO.

Polskie odpowiedniki lub opis: Dyrektor generalny, prezes firmy. **Przełożony:** W przypadku międzynarodowych korporacji może raportować do CEO (często regionalnego lub kierującego różnymi dywizjami czy oddziałami firmy); ponadto odpowiada przed zarządem i radą nadzorczą.

Podwładni: Pośrednio wszyscy pracownicy firmy, bezpośrednio zazwyczaj dyrektorzy i kierownicy.

Zakres obowiązków: Kreowanie, wdrażanie i kontrolowanie krótko- i długoterminowej strategii firmy (np. planowanie strategiczne w zakresie sprzedaży, marketingu, finansów, inwestycji), tworzenie wizji i misji przedsiębiorstwa, strategiczne zarządzanie kapitałem ludzkim - przywództwo, tworzenie planów taktycznych i kontrola działań operacyjnych, okresowa kontrola wykonalności bieżących celów, analiza raportów o sytuacji firmy, jej produktów, usług oraz konkurencji, podejmowanie decyzji o kluczowym znaczeniu dla firmy - o inwestycjach, przejęciach innych podmiotów gospodarczych, fuzjach, relacje typu B2B (business to business) z kluczowymi klientami firmy, relacje z kołami biznesu i agendami rządowymi, kontakty na najwyższym szczeblu, prowadzenie konferencji, uczestnictwo w wielu imprezach służbowych, ale też np. charytatywnych czy wydawanych z jakichś okazji, np. bale, koncerty czy inne wydarzenia publiczne.

Oczekiwane kompetencje: Ugruntowane doświadczenie menedżerskie, doświadczenie w finansach, zarządzaniu strategicznym, sprzedaży i/lub marketingu, wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu ludźmi, działem lub firmą, umiejętność zarządzania dużymi przedsięwzięciami, wykształcenie: magisterskie oraz pożądane podyplomowe studia ekonomiczne (zwłaszcza MBA), doświadczenie w

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

międzynarodowym środowisku, również w zarządzaniu międzynarodowymi zespołami lub zespołami w różnych krajach, bardzo dobra znajomość języka angielskiego i ewentualnie innego obcego, umiejętności prezentacyjne, negocjacyjne, zdolność analitycznej oceny sytuacji, planowania strategii, wizji firmy.

Ścieżka rozwoju zawodowego

Można zaczynać od najniższych stanowisk, np. asystenckich (asystent działu, później asystent dyrektora - executive assistant), stanowisk specjalistycznych (np. doradca, analityk finansowy, specjalista ds. inwestycji, specjalista ds. kontraktów). Następnym etapem jest etap kierowania projektami, zespołem czy działem (kierownik projektu - project manager, kierownik zespołu - team leader, kierownik działu). Kolejne stanowiska, które można objąć, to stanowiska kierownicze niższego szczebla (np. kierownik ds. marketingu i sprzedaży, kierownik działu finansowego, kierownik mniejszego oddziału). Następny etap to stanowiska kierownicze wyższego szczebla (kolejność może być traktowana jako ścieżka awansów, ale rzadko kiedy wszystkie stopnie muszą zostać wypełnione), pełnienie tych stanowisk można łączyć też z funkcją członka zarządu: dyrektor departamentu, działu, filii lub oddziału, country manager (dyrektor wszystkich oddziałów krajowych), dyrektor/regionalny dyrektor ds. operacyjnych, dyrektor zarządzający, dyrektor generalny, wiceprezes, prezes/CEO. Wynagrodzenie na tym stanowisku według danych TMP Worldwide kształtuje się w granicach od 10 tys. zł (mniejsze firmy lub przedsiębiorstwa państwowe), górny pułap może dochodzić do kilkudziesięciu tysięcy dolarów w międzynarodowych korporacjach (do dyspozycji wszelkiego rodzaju narzędzia i dodatki służbowe).

Graphic Designer - projektant grafik

Posiadając umiejętności graficzne i plastyczne, można szukać zatrudnienia lub dodatkowych zarobków, wykonując prace projektowe i realizacyjne w zakresie grafiki i reklamy jako grafik-projektant.

Zatrudnienie na tym stanowisku można znaleźć nie tylko w agencjach reklamowych, firmach poligraficznych, studiach projektowych, lecz również np. w dużych koncernach utrzymujących swoje własne działy projektowe /marketingowe. Dużo ofert pracy o takim profilu udostępniają firmy internetowe.

Na podstawie losowo wybranej próby osób szukających pracy za pośrednictwem TMP Worldwide można stwierdzić, że wśród aplikujących grafików przeważają osoby z wyższym wykształceniem; średnia wieku to ok. 28-30 lat. Wiele z tych osób ma doświadczenia związane z fotografią, renowacją zabytków, grawerstwem. Wielu kandydatów prowadzi lub prowadziło własną działalność gospodarczą, podejmując się realizacji okresowych zleceń na rzecz klientów, rzadziej występują tu formy pracy na etacie.

Polskie odpowiedniki lub opis: projektant grafik, artysta grafik, grafik liternik, technik plastyk, grafik plastyk.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Przełożony: zazwyczaj przełożonym jest szef zespołu grafików lub główny Webmaster w przypadku firm IT. Jeśli stanowiska te są w strukturze firm z innych sektorów, pracownicy raportują często do dyrektora działu marketingu/ reklamy.

Podwładni: jest to stanowisko samodzielne, chyba że tworzona jest grupa projektowa / zadaniowa o bardziej złożonej strukturze (np. przy tworzeniu korporacyjnych stron internetowych - wtedy bardziej doświadczona osoba, wybrana na szefa projektu może kierować pracą kilku osób, również pracowników firm zewnętrznych oraz niezależnych podwykonawców). Zakres obowiązków: projektowanie grafiki (obecnie najczęściej projektowanie i obróbka komputerowa), projektowanie i wykonywanie materiałów reklamowych i różnego rodzaju struktur użytkowych, związanych z reklamą wizualną (projekty opakowań, plakaty, bannery, miniboardy, afisze reklamowe, foldery, ogłoszenia prasowe, kalendarze, druki wielkoformatowe, loga, gazetki pracownicze), projektowanie i przygotowywanie materiałów do plotowania, współpraca z fotografikami w zakresie realizowania projektów, obróbka cyfrowa zdjęć do materiałów reklamowych.

Często (zwłaszcza w mniejszych firmach) grafik zajmuje się też zadaniami Webdevelopera - tworzeniem i administracją firmowej witryny internetowej, współpracą z innymi osobami w dziale i w całej firmie (najczęściej dotyczy to działów marketingu, handlowego i informatycznego) oraz firmami zewnętrznymi (np. udostępniającymi swoje bazy danych), prowadzenie szkoleń dla użytkowników serwisu/intranetu.

Oczekiwane kompetencje: zdolność do pracy w warunkach stresu oraz bez nadzoru przełożonego, dobrze widziane jest doświadczenie w branży reklamowej (zwłaszcza w agencjach marketingowych), minimum średnie wykształcenie (np. liceum plastyczne, policealne studium reklamy), wyższe jest atutem (techniczne, plastyczne lub ekonomiczne, z naciskiem na specjalizacje: grafika użytkowa, projektowanie graficzne, sztuka reklamowa, rysunek, architektura, marketing produktów i usług), zdolność dotrzymywania terminów i wytrwałość w dążeniu do celu, staranność, kreatywność, inicjatywa, dyspozycyjność, możliwość pracy w zmiennym wymiarze godzin, biegła znajomość edytorów graficznych i narzędzi programistycznych na platformy PC i Macintosh (takich jak np.: QuarkXPress, Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Dimension, Adobe Streamline, Corel Draw, Macromedia Flash, FrontPage, Golive, CSS, Dreamweaver, Fruity Loops, SF Acid, Fireworks, 3D Studio Max, JavaScript, DHTML, HTML, Flash, systemy operacyjne Windows i Mac), umiejętność obsługi urządzeń peryferyjnych (naświetlarki, nagrywarki, skanery, aparaty cyfrowe).

Ścieżka rozwoju zawodowego: o posadę grafika mogą ubiegać się nie tylko osoby z wykształceniem plastycznym czy technicznym, ale także osoby, które pracowały np. w agencjach reklamowych, działach marketingu, firmach konsultingowych, wydawnictwach tradycyjnych, a nawet studenci (także innych kierunków) z pewnym, nawet amatorskim, doświadczeniem w obróbce cyfrowej fotografii, animacji, projektowaniu stron www.

Po kilku latach (lub przynajmniej kilkunastu dużych projektach - mniej liczą się tu lata

Szczerze sprzyja przygotowanym

doświadczenia, a bardziej zawartość portfolio) pracy na etacie lub na zlecenia jako projektant grafiki - otwierają się możliwości obsady na stanowiskach specjalisty ds. multimediiów, Webmastera, Webdevelopera / Internet Developera. Awansem jest pozycja Art Directora (dyrektora artystycznego), Art & Repertoire Directora (dyrektora artystycznego i repertuarowego), Creative Directora (dyrektora kreatywnego, dyrektora programowego), a w dalszej perspektywie Senior Art Directora, czy też dyrektora ds. promocji lub dyrektora ds. marketingu.

Wynagrodzenie: pensje od 2 tys. zł brutto, wiele osób wynagradzanych jest jednakże premiovio, w zależności od wykonanych projektów - wtedy średnia całkowita płaca podzielona na miesiąc dochodzić może do 5-6 tys. zł brutto.

Help desk manager - kierownik biura (centrum) informatycznego

Stanowisko to najczęściej występuje w firmach zajmujących się obrotem nieruchomości, firmach budowlanych i developerskich, w dużych instytucjach finansowych (nie tylko w bankach hipotecznych), w koncernach z branży FMCG oraz w firmach telekomunikacyjnych (wyszukiwanie, dzierżawa, kupno terenów, np. pod różnego rodzaju instalacje). Co do wieku osób ubiegających się o stanowisko dyrektora ds. nieruchomości to jest to minimum 29 lat, średnia wieku osób będących na podobnych stanowiskach to ok. 40 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik help desk/kierownik wsparcia technicznego/kierownik biura (centrum) informatycznego.

Przełożony: dyrektor zarządzający (managing director) lub prezes w mniejszych firmach, w organizacjach o rozbudowanej strukturze zazwyczaj dyrektor ds. informatyki (CIO) lub dyrektor techniczny.

Podwładni: wszystkie osoby, które odpowiadają za pomoc informatyczną klientom wewnętrznym (pracownikom i partnerom firmy, często wszystkim, nawet odległym oddziałom firmy - tzw. wsparcie pierwszego stopnia, czyli dla użytkowników), jak również klientom zewnętrznym (gdy połączone są funkcje komórek help desk i call center - telefonicznego biura obsługi klienta). Funkcje pracowników help desku mogą być różnicowane na konsultantów udzielających wskazówek i porad przez telefon/za pomocą Internetu i na tych, którzy osobiście spieszą z pomocą w razie problemów i wątpliwości związanych z korzystaniem z produktów/usług firmy (np. inżynierowie wsparcia technicznego); w skład help desku wchodzi także specjaliści informatycy odpowiedzialni za prawidłowe, bezawaryjne funkcjonowanie infrastruktury technicznej organizacji (np. specjaliści ds. informatyki, administratorzy, specjaliści ds. bezpieczeństwa sieci) oraz wszystkie inne osoby związane z administracyjną i operacyjną stroną obsługi klientów przed sprzedażą i po niej produktów/usług firmy (np. opiekunowie klienta).

Zakres obowiązków: konsultacje dla klientów zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych, zarządzanie zespołem osób, monitorowanie i analiza jakości pracy

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

podwładnych oraz zastosowanych rozwiązań technicznych mających usprawnić i zapewnić nieprzerwane działanie wszystkich systemów, jak np. systemów wspierających zarządzanie przedsiębiorstwem - SAP, Baan - nadzorowanie systemów informacji wewnętrznej, aktywna współpraca z innymi działami w obrębie firmy, zwłaszcza w zakresie poznania ich potrzeb technicznych (zasady bieżącej obsługi, szkolenia użytkowników), współpraca z komórkami administracyjnymi (zakup sprzętu, outsourcing usług informatycznych), tworzenie strategii działań i planu budżetu, ustanawianie standardów profesjonalnej obsługi użytkowników i klientów, prowadzenie szkoleń, uczestnictwo w konferencjach, sympozjach i szkoleniach, często pomoc przy rekrutacji zespołu.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie minimum średnie (najczęściej informatyczne połączone dodatkowo z kursami/studiami z zakresu marketingu i zarządzania), znajomość funkcjonowania systemów informatycznych w dużych organizacjach oraz umiejętność sprawnego rozwiązywania problemów występujących w takich sieciach, doświadczenie w obsłudze klienta (praca w help desku czy call center), znajomość języka obcego, najlepiej angielskiego (w wielu przypadkach jest ona nieodzowna), wysoka komunikatywność, zdolności doradcze, umiejętność utrzymywania dobrych relacji, umiejętność koordynacji działań często wieloosobowego zespołu, praktyka w zarządzaniu procesami, bardzo dobre zdolności organizacyjne, analityczne oraz planistyczne, umiejętność podejmowania ważnych decyzji (także pod presją czasu, w sytuacjach awaryjnych), dyspozycyjność (w help desku jest często praca zmianowa, w dużych instytucjach zdarza się też, że przez siedem dni w tygodniu), przydatne jest doświadczenie w rekrutacji (dobór zespołu), umiejętność zapobiegania sytuacjom awaryjnym, nastawienie na jakość i profesjonalizm, często mile widziane jest doświadczenie w prowadzeniu szkoleń, prezentacji i wykładów, umiejętność dotrzymywania terminów i prowadzenia wielu zadań jednocześnie, odporność na stres.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako researcher, asystent w dziale help desku czy call center, operator help desku. Następnie można zająć stanowisko informatyka, młodszego administratora, specjalisty w dziale help desku, konsultanta w call center. Kolejna pozycja w karierze to administrator sieci, administrator danego systemu informatycznego, koordynator w dziale help desku. Następnym stanowiskiem może być pozycja kierownika ds. call center, kierownika ds. obsługi klienta. Zwieńczeniem kariery może być stanowisko dyrektora ds. help desku, dyrektora ds. call center, dyrektora ds. technicznych, dyrektora ds. informatyki (chief information officer), dyrektora ds. zarządzania relacjami z klientem (customer relationship director).

Wynagrodzenie: zależnie od wielkości firmy i jej specyfiki pensja waha się pomiędzy 5-10 tys. zł brutto, w dużych korporacjach może dochodzić do 15 tys. zł, dodatkowo - telefon komórkowy, szkolenia zewnętrzne, udział w konferencjach.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Import/Export Manager - kierownik do spraw importu i eksportu

Stanowisko to spotyka się najczęściej w międzynarodowych koncernach z sektora FMCG, w branży elektrotechnicznej, budowlanej, logistycznej; wiele firm zajmujących się dystrybucją jest jednocześnie importerami/eksporterami (wyraźnie widoczne jest to na przykładzie wyrobów alkoholowych). Średnia wieku osób na stanowisku kierownika ds. importu/eksportu to ok. 27-37 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik do spraw importu i eksportu.

Przełożony: dyrektor działu ds. importu/eksportu, dyrektor ds. logistyki, dyrektor zarządzający (Managing Director).

Podwładni: asystent menadżera, zespół ds. importu/eksportu.

Zakres obowiązków: rozwój handlu zagranicznego firmy, definiowanie potencjału rynku i umacnianie pozycji firmy na rynku, osiąganie zamierzonych udziałów w rynku, uczestniczenie w tworzeniu firmy lub jej oddziału na rynku lokalnym, przygotowywanie ofert, składanie i przyjmowanie zamówień u producentów z zagranicy, kontrola realizacji kontraktów zagranicznych, przygotowywanie dokumentów niezbędnych w eksporcie i imporcie (faktury, świadectwa pochodzenia, dokumenty przewozowe), czuwanie nad zgodnością otrzymywanych oraz wystawianych dokumentów z polskimi przepisami prawnymi i umowami międzynarodowymi, organizowanie transportu krajowego i międzynarodowego oraz spedycji wyrobów, promocja i ochrona marki i image'u firmy w reklamie eksportowej, kontrola jakości usług, analizy rynkowe produktów, badanie konkurencji, analiza potrzeb klientów, kontakty z urzędami celnymi, agencjami celnymi, Głównym Urzędem Cel, współpraca z bankami (akredytywy dokumentowe, inkasa, przelewy bankowe, kredyty) i firmami ubezpieczeniowymi, kierowanie działem - zarządzanie zespołem ludzi, kontakty z kluczowymi klientami i dostawcami (ściska współpraca z kontrahentami zagranicznymi), negocjacje handlowe, przygotowywanie i uczestniczenie w targach i wystawach międzynarodowych, promocja eksportu, praktyczna realizacja gospodarczych procedur celnych - np. uszlachetnienia czynnego, uszlachetnienia biernego, odprawy czasowej, wnioski o zwrot cła, księgi uszlachetnienia czynnego (biernego), analiza sprzedaży i kosztów bezpośrednich oraz kosztów pośrednich według grup towarowych i kierunków sprzedaży (kluczowych klientów), sporządzanie okresowych statystyk sprzedaży w ujęciach ilościowych i wartościowych, opracowywanie analiz i przygotowywanie raportów do zarządu i centrali firmy, sporządzanie planów i budżetu oraz analizy ich realizacji, osiąganie zaplanowanych celów (zgodnie z wcześniej przyjętym planem budżetowym).

Oczekiwane kompetencje: wyższe wykształcenie (najczęściej ekonomiczne), mile widziane podyplomowe kierunkowe studia związane z handlem zagranicznym lub dyplom MBA, przynajmniej kilkuletnie doświadczenie w dziale albo firmie zajmującej się importem lub eksportem, dobra znajomość przepisów celnych, umów międzynarodowych oraz ich nowelizacji, doświadczenie we współpracy z klientami międzynarodowymi, umiejętność negocjacji, znajomość technik sprzedaży, umiejętność

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

zarządzania procesami, bardzo dobre zdolności analityczne oraz planistyczne, zmysł organizacyjny, umiejętność podejmowania ważnych decyzji (zawieranie umów na duże kwoty), doświadczenie we współpracy z urzędami, umiejętność koordynacji działań grupy ludzi oraz pracy "na odległość", doświadczenie w wyborze partnerów biznesowych i poddostawców, umiejętność dotrzymywania terminów, systematyczność, punktualność, odpowiedzialność, umiejętność rozwiązywania konfliktów oraz działania pod presją.

Scieżka rozwoju zawodowego: karierę można zacząć jako asystent w dziale handlu zagranicznego/logistycznym/sprzedaży. Następnie można objąć stanowisko specjalisty ds. importu/ eksportu, koordynatora ds. handlu zagranicznego, specjalisty ds. logistyki, handlowca. Kolejnym etapem może być posada kierownika ds. sprzedaży i marketingu/kierownika ds. handlowych, kierownika ds. importu/eksportu. Następnym szczeblem kariery może być stanowisko dyrektora departamentu/działu ds. handlu zagranicznego, dyrektora ds. sprzedaży i marketingu. Stanowiska dyrektora zarządzającego, dyrektora ds. operacyjnych, dyrektora generalnego, następnie wiceprezesa ds. handlowych, wiceprezesa ds. handlu zagranicznego mogą być zwieńczeniem kariery zawodowej.

Wynagrodzenie: zależnie od wielkości firmy i branży może to być przedział 4-20 tys. zł brutto, do tego telefon komórkowy, często samochód służbowy lub ryczałt na benzynę, a także szkolenia zewnętrzne.

IT Manager - kierownik ds. informatyki

Nazwa stanowiska jest obecnie rozpowszechniona i bardzo dobrze rozpoznawalna, stosuje się ją nawet częściej niż jej polskie odpowiedniki (nie tylko w dużych międzynarodowych firmach z branży teleinformatycznej, lecz także we wszystkich spółkach, gdzie tworzony jest wewnętrzny zespół ds. IT). Wiek kandydatów - średnia ok. 30 lat. Przeważa kierunkowe informatyczne wykształcenie wyższe, wiele osób ma również ukończone lub jest w trakcie studiów podyplomowych, np. z zarządzania. **Polskie odpowiedniki lub opis:** kierownik ds. Informatyki/ kierownik ds. IT. Często spotykana jest też inna anglojęzyczna nazwa stanowiska - Information Officer (szef ds. informatyki).

Przełożony: dyrektor IT (IT Director/ CIO - Chief Information Officer), lub bardzo często dyrektor zarządzający lub dyrektor finansowy.

Podwładni: zespół/ departament ds. IT, złożony najczęściej z pomocy technicznej (Technical Support), pracowników tzw. help desku (wsparcie użytkowników końcowych) czy konsultantów ds. systemów, specjalistów ds. baz danych, czy danego systemu. Pośrednio podejmuje decyzje także wobec podwykonawców i dostawców.

Zakres obowiązków: organizacja, implementacja i bieżąca administracja systemami teleinformatycznymi firmy (WAN, LAN, Intranet, systemy wspomagające zarządzanie, sieć telekomunikacyjna), organizacja i bieżące zarządzanie departamentem informatyki,

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

w tym również rekrutacja jego pracowników, planowanie budżetu i kontrola procesów decyzyjnych, wybór dostawców sprzętu i innych kooperantów zewnętrznych oraz uczestnictwo w negocjacjach handlowych, kierowanie projektami IT, zapewnienie zgodności procedur i innych przepisów wewnętrznych i zewnętrznych w zakresie ochrony danych i bezpieczeństwa systemu informatycznego danej firmy, przygotowywanie raportów na potrzeb przełożonych/ zarządu, współpraca z innymi działami firmy, opracowywanie najlepszych procedur oraz wprowadzanie usprawnień dotyczących infrastruktury technicznej, planowanie i wdrażanie nowych systemów informatycznych, ułatwiających działania operacyjne i wspomagających zarządzanie przedsiębiorstwem, prowadzenie szkoleń dla podwładnych oraz użytkowników/ w razie potrzeby doradztwo także wobec klientów zewnętrznych.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie techniczne (preferowane wyższe informatyczne), doświadczenie i znajomość narzędzi do zarządzania projektami (Project Management Tools) oraz systemami informatycznymi (MIS - Management Information System), cechy przywódcze oraz doświadczenie w kierowaniu zespołem IT, dobra znajomość języka angielskiego, zdolności analityczne i planistyczne, elastyczność i otwartość na nowości, umiejętność ciągłego uczenia się, dyspozycyjność oraz duża odporność na stres.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę można zacząć jako specjalista ds. technicznych (wsparcie techniczne)/ programista/ młodszy administrator sieci informatycznych. Następnie można objąć obowiązki konsultanta technicznego (np. konsultanta ds. danego systemu)/ programisty-analityka/ administrator sieci. Kolejnymi pozycjami zawodowymi mogą być stanowiska kierownika projektów (Project managera) np. ds. oprogramowania czy baz danych/ kierownika ds. baz danych (Database Manager)/ kierownika ds. IT. Następnie można pracować jako dyrektor departamentu IT czy departamentu technicznego (Chief Information Officer - CIO/ Technical Director). Zwieńczeniem kariery są stanowiska Wice prezes ds. informatyki (często CIO jest w randze wice prezesa), możliwe jest także objęcie najwyższych stanowisk - prezesa/ CEO, zwłaszcza w firmach tzw. nowych technologii.

Wynagrodzenie: zależnie od organizacji i wielkości działu IT, 5 - 20 tys. zł brutto, w firmach średniej wielkości jest to zazwyczaj przedział 6-10 tys. zł brutto. Do tego samochód służbowy, laptop, telefon komórkowy - narzędzia pracy, szkolenia zewnętrzne.

Key Account Manager - kierownik ds. kluczowych klientów

Account Manager - nazwa tego stanowiska rzadko jest tłumaczona na polski, bo słowo kierownik nie kojarzy się większości pozytywnie (patrz - kierownik sklepu czy kierownik urzędu), zaś menedżer brzmi nowocześniej.

Zwrot key account lub account tłumaczyć należałoby opisowo - kluczowi klienci firmy, klienci korporacyjni firmy, najważniejsi i najwięksi klienci. Można zatem zamiast key

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

account manager używać określenia kierownik do spraw kluczowych klientów, lecz jest to już pięć zamiast trzech wyrazów.

Stanowisko: account manager/key account manager (często spotykany skrót KAM).

Jest to wstępne stanowisko kierownicze, choć wiąże się raczej z zarządzaniem projektami i procesami niż zespołem ludzi. Inaczej jest w przypadku, gdy firma ma wielu handlowców (tak jest w branży FMCG i w sektorze ubezpieczeniowym), wtedy KAM odpowiedzialny jest również za koordynację pracy reprezentantów

Polskie odpowiedniki lub opis: Kierownik ds. kluczowych klientów, opiekun klienta (zwłaszcza w bankowości), kierownik sprzedaży

Przełożony: sales manager (kierownik ds. sprzedaży) lub sales director (dyrektor ds. sprzedaży), ewentualnie key account director (dyrektor ds. kluczowych klientów). Może raportować do general managera lub managing director (dyrektora zarządzającego).

Podwładni: Przedstawiciele handlowi (sales representatives) lub może być to samodzielne stanowisko.

Zakres obowiązków: opieka nad klientami korporacyjnymi, doradzanie klientom, prezentacja, negocjacje oraz sprzedaż produktu/usługi (min. 10 godzin tygodniowo spędzonych bezpośrednio u istniejących lub/i potencjalnych klientów), przygotowywanie umów i koordynacja ich realizacji, monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników własnego produktu/usługi, przygotowywanie raportów marketingowych i cenowych, akcji promocyjnych, aktywna współpraca z innymi osobami w obrębie działu, firmy (zwłaszcza z działem marketingu), możliwe prowadzenie szkoleń dla przedstawicieli handlowych.

Oczekiwane kompetencje: minimum dwu- lub trzy-letnie doświadczenie w zakresie sprzedaży (zwłaszcza w obrębie danej branży), wyższe wykształcenie (zazwyczaj ekonomiczne, lecz w przypadku np. firm z branży teleinformatycznej mile widziane wykształcenie techniczne i ewentualne dodatkowe studia podyplomowe czy MBA, bardzo dobra znajomość angielskiego (rzadziej innego), bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, umiejętność analizy, umiejętność pracy w zespole, dyspozycyjność, odporność na stres (bardzo ważna!)

Ścieżka awansu: Aby ubiegać się o to stanowisko, trzeba mieć przynajmniej dwa-trzy lata doświadczenia w pracy przedstawiciela handlowego, ewentualnie specjalisty ds. promocji lub marketingu.

Key account manager może awansować na kierownika ds. sprzedaży, regionalnego kierownika ds. sprzedaży lub dyrektora ds. kluczowych klientów, a później na dyrektora ds. sprzedaży lub dyrektora zarządzającego.

Wynagrodzenie: płaca zasadnicza (3,5 tys.-6,5 tys. zł brutto) i premia zależna od wyników i zadowolenia klientów, bonusy: samochód służbowy, laptop, telefon komórkowy, prywatna opieka medyczna, szkolenia.

Z analizy danych z bazy firmy TMP Worldwide wynika, że większość osób pełniących

Szczerze sprzyja przygotowanym

funkcję account managera ma 24-33 lata. Średni wiek kandydatów ubiegających się o te stanowiska to 26 lat, więc można przyjąć, że jest to czas, kiedy kandydaci mają ukończone studia oraz minimum dwa-trzy lata doświadczenia zawodowego. Zauważalna jest przewaga kandydatów z doświadczeniem w branży FMCG, usług finansowych oraz z agencji reklamowych. Bardzo ważna jest znajomość produktów i usług z danego sektora, a w przypadku firm IT i sektora telekomunikacyjnego liczy się wykształcenie kierunkowe oraz doświadczenie techniczne.

Land Development Director/ Real Estate Director - dyrektor ds. nieruchomości

Stanowisko to najczęściej występuje w firmach zajmujących się obrotem nieruchomościami, firmach budowlanych i developerskich, w dużych instytucjach finansowych (nie tylko w bankach hipotecznych), w koncernach z branży FMCG oraz w firmach telekomunikacyjnych (wyszukiwanie, dzierżawa, kupno terenów np. pod różnego rodzaju instalacje). Co do wieku osób ubiegających się o stanowisko dyrektora ds. nieruchomości to jest to minimum 29 lat, średnia wieku osób będących na podobnych stanowiskach to ok. 40 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: Dyrektor ds. Nieruchomości, Dyrektor ds. Akwizycji Gruntów, Dyrektor ds. Organizacji i Rozwoju, szef zespołu zarządzającego nieruchomościami firmy.

Przełożony: zazwyczaj dyrektor zarządzający (Managing Director) lub prezes firmy.

Podwładni: asystent, zespół researcher'ów, ewentualnie pozostali pracownicy departamentu ds. nieruchomości.

Zakres obowiązków: kompleksowy nadzór procesu inwestycyjnego - pozyskiwanie i zarządzanie terenami, istniejącymi budynkami i budowlami, negocjacje oraz przygotowywanie dokumentacji pod przejęcia terenów/obiektów, planowanie strategii rozwoju dla danych obszarów/obiektów, kierowanie pracami zmierzającymi do zmiany typu zagospodarowania terenu (np. jego podziału), przygotowywanie pod względem administracyjnym i prawnym oraz często również i technicznym terenów czy obiektów, aktywna współpraca z biurami architektonicznymi, zarządzanie programami współpracy z lokalnymi władzami oraz grupami środowiskowymi, negocjacje i kontakty z klientami, organizowanie przetargów, negocjacje i bieżąca współpraca z firmami budowlanymi i innymi poddostawcami, dobór zespołu i zarządzanie pracą podległych pracowników (coaching), planowanie budżetu oraz strategii finansowej, kontrola wydatków, badania rynku, analiza potencjału danego obszaru, aktywna współpraca w obrębie firmy (zwłaszcza z komórkami operacyjnymi), przygotowywanie raportów i prezentacji, osiąganie zaplanowanych celów (zgodnie z wcześniej przyjętym planem budżetowym), uczestnictwo w konferencjach i targach branżowych, udział w przygotowywaniu wystaw i targów, opracowanie analiz dla potrzeb zarządu.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Oczekiwane kompetencje: wyższe wykształcenie (najczęściej ekonomiczne), dobrze widziane podyplomowe kierunkowe studia związane z zarządzaniem nieruchomościami i inwestycjami, przynajmniej kilkuletnie doświadczenie zawodowe związane z zarządzaniem nieruchomościami lub zagospodarowywaniem terenów/obiektów, doświadczenie we współpracy z klientami (też instytucjonalnymi), umiejętność negocjacji, znajomość technik sprzedaży, umiejętność zarządzania procesami, bardzo dobre zdolności organizacyjne, analityczne oraz planistyczne, umiejętność podejmowania ważnych decyzji (zawieranie umów na duże kwoty), doświadczenie we współpracy z administracją samorządową oraz państwową, umiejętność koordynacji działań grupy ludzi (coaching) oraz pracy w interdyscyplinarnych zespołach, doświadczenie w rekrutacji oraz w wyborze partnerów biznesowych i poddostawców, nastawienie na wyniki, doświadczenie w prowadzeniu prezentacji, ogólne zdolności doradcze, umiejętność dotrzymywania terminów.

Ścieżka rozwoju zawodowego: początkiem drogi zawodowej może być stanowisko asystenta/researcher'a w agencji nieruchomości, w firmie developerskiej lub w dziale zajmującym się obsługą nieruchomości dużej firmy; ewentualnie pierwsze kroki w kontaktach z klientami, przygotowywaniu dokumentacji handlowej oraz negocjacjach często można nabyć w działach ds. sprzedaży/marketingu lub firmach o profilu handlowo-usługowym. Następnie można pracować jako agent w obrocie nieruchomościami, doradca w firmie developerskiej, specjalista ds. nieruchomości w firmie, referent ds. nieruchomości, ewentualnie jako specjalista ds. sprzedaży i marketingu/ specjalista ds. obsługi klienta. Kolejna pozycja to stanowisko rzeczoznawcy majątkowego, starszego negocjatora (zwłaszcza w wyspecjalizowanych międzynarodowych agencjach nieruchomości), kierownika ds. zarządzania nieruchomościami, kierownika ds. sprzedaży i marketingu/ kierownika ds. obsługi klienta. Karierę można kontynuować na stanowisku dyrektora Departamentu Relacji Inwestorskich/ Dyrektora Departamentu Obrotu Nieruchomościami/ Land Development Directora, prezesa agencji nieruchomości, Dyrektora ds. Sprzedaży i Marketingu czy Dyrektora ds. Obsługi Klienta.

Wynagrodzenie: zależnie od wielkości firmy może to być przedział 5 - 15 tys. veloperzy z kapitałem zachodnim, działy inwestycyjne instytucji finansowych) może dochodzić do 20 tys. zł, do tego telefon komórkowy, często samochód służbowy lub ryczałt na benzynę, też szkolenia zewnętrzne.

Localization Manager - kierownik ds. lokalizacji lub ds. polonizacji
Nazwa stanowiska jest spotykana w branży teleinformatycznej. Wiek kandydatów - średnio ok. 30 lat. Przeważa kierunkowe informatyczne wykształcenie wyższe. Osoba na tym stanowisku zajmuje się głównie dostosowywaniem oryginalnej wersji produktu IT do wymogów rynku klienta - mogą tu wchodzić w grę zagadnienia związane z kwestiami odnoszącymi się do specyfiki np. językowej (produkt anglojęzyczny) lub branżowej (np.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

system komputerowy przeznaczony dla banku, ale wymagający dostosowania go do konkretnego rodzaju banku). Localization Manager może realizować projekt polonizacji danego produktu IT we współpracy z wieloma innymi osobami odpowiedzialnymi za wdrożenie projektu zarówno ze strony firmy wykonującej tę usługę, jak i ją zlecającej. Czas trwania danego projektu - w zależności od jego zaawansowania - nawet do półtora czy dwóch lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: Kierownik ds. lokalizacji lub ds. polonizacji.

Przełożony: Jeśli Localization Manager wykonuje projekt na zasadzie np. umowy-zlecenia, wtedy może podlegać dyrektorowi ds. danego produktu lub rynku z firmy, która zleca projekt. Jeśli osoba taka pracuje na etacie, wtedy podlega zazwyczaj Business Unit Managerowi w danej firmie.

Podwładni: W ramach projektu może to być zespół tłumaczy, programistów, informatyków/konsultantów wdrożeniowych, analityków biznesowych, reprezentantów klienta, przedstawicieli firm współpracujących.

Zakres obowiązków: Tłumaczenia, weryfikacje, synchronizacje, formatowanie dokumentacji (ekranów, raportów, komunikatów systemu), współpraca z tłumaczami, przygotowywanie raportów, praca nad prowadzeniem projektu technicznego. Następnie przygotowanie harmonogramu publikacji dla spolonizowanego produktu, zapewnienie, że wszystkie elementy są dobrze zintegrowane, rozwiązywanie kwestii, które mogłyby wpłynąć na czas lub koszt publikacji, odpowiedzialność za poprawność dokumentów, zapewnienie, że informacje firmy/klienta (np. strony internetowe, newsletters) zawierają najważniejsze zaktualizowane informacje uwzględniające spolonizowaną wersję, asystowanie przedstawicielom klienta, współpraca z partnerami - dostawcami, sprzedawcami, konsultantami, którzy są związani z danym produktem i wprowadzają go na lokalny rynek, współpraca z działem marketingu i sprzedaży oraz zewnętrznie z użytkownikami produktu, kierowanie projektem, organizacja, implementacja, administracja programami/systemami, organizacja i bieżące zarządzanie pracami zespołu, w tym również rekrutacja jego pracowników, planowanie budżetu i kontrola procesów decyzyjnych, wybór dostawców i innych kooperantów zewnętrznych, uczestnictwo w negocjacjach handlowych, zapewnienie zgodności procedur i innych przepisów wewnętrznych i zewnętrznych, przygotowywanie raportów na potrzeby przełożonych/zleceńodawcy, współpraca z innymi działami firmy, opracowywanie najlepszych procedur oraz wprowadzanie modyfikacji, prowadzenie szkoleń dla podwładnych oraz użytkowników, doradztwo także wobec klientów zewnętrznych. Oczekiwane kompetencje

Wiedza z zakresu IT, wykształcenie wyższe, doświadczenie i znajomość w zakresie prowadzenia projektów informatycznych, zwłaszcza przy lokalizacji rozwiązań IT, doświadczenie w kierowaniu zespołem, dobra znajomość danego języka obcego, umiejętności współpracy z innymi, elastyczność i otwartość na nowości, dobra organizacja pracy, umiejętność ciągłego uczenia się, pracy pod presją czasu,

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

dyspozycyjność oraz duża odporność na stres. Ścieżka rozwoju zawodowego Ze względu na to, że stanowisko nie jest często spotykane, trudno mówić tu o ustrukturyzowanej ścieżce kariery zawodowej. Zazwyczaj klienci poszukują osób z doświadczeniem w zakresie prowadzenia tego typu projektów - zasadniczo mogą to być informatycy/programiści znający języki obce lub mogą to być tłumacze języków obcych specjalizujący się zagadnieniach informatycznych.

Wynagrodzenie: Zależnie od rodzaju projektu oraz tego czy jest to praca na etat (przedział 8-10 tys. zł) czy wykonywana na zlecenie (różne stawki). W przypadku projektu, który jest istotny dla danej firmy, wynagrodzenie może wynosić 30-40 tys. zł.

Logistics Manager - menedżer ds. logistyki

Osoba na stanowisku kierownika ds. logistyki odpowiedzialna jest za kierowanie pionami logistyki w przedsiębiorstwach produkcyjnych lub handlowych, może być to też osoba na stanowisku kierowniczym w przedsiębiorstwie odpowiedzialnym za działalność logistyczną (np. firmy logistyczne, przewozowe, spedycyjne). Według informacji TMP Worldwide stanowisko to jest najczęściej spotykane w międzynarodowych korporacjach z branży FMCG, kosmetycznej i motoryzacyjnej. Ponieważ jeszcze do niedawna brakowało na rynku osób z wykształceniem kierunkowym, szanse na pracę jako kierownicy ds. logistyki miały osoby z doświadczeniem w prowadzeniu własnych firm, znające zasady księgowości, podstawy finansów przedsiębiorstwa. Obecnie wiele uczelni ekonomicznych ma w swojej ofercie zajęcia z logistyki, wiele prowadzi studia podyplomowe z tego zakresu.

Największe zapotrzebowanie na specjalistów z doświadczeniem i wykształceniem w kierunku transportu, gospodarki magazynowej i zarządzania projektami zgłaszają operatorzy logistyczni, tam też istnieje możliwość zapoznania się z najnowocześniejszymi systemami zarządzania dostawami, gospodarką magazynową, organizacją siatki transportu, tam też dla wielu młodych absolwentów jawią się szanse zdobycia doświadczenia we wdrażaniu i nadzorowaniu projektów logistycznych zarówno ze strony jakościowej jak i kosztowej.

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer ds. logistyki/ kierownik ds. logistyki/ kierownik ds. logistyki i transportu.

Przełożony: może raportować bezpośrednio do General Managera (dyrektora generalnego) lub Managing Directora (dyrektora zarządzającego), ewentualnie, przy rozbudowanej strukturze, do Dyrektora ds. Logistyki lub do regionalnego Dyrektora ds. Logistyki.

Podwładni: pracownicy działu ds. logistyki oraz często pośrednio wszystkie osoby związane z procesami logistycznymi.

Zakres obowiązków: projektowanie, wdrażanie i zarządzanie operacjami logistycznymi w kraju i całej Europie, zarządzanie dużym zespołem ludzkim w firmie o często wielooddziałowej strukturze, organizacja działu/ departamentu ds. Logistyki, rekrutowanie zespołu, ustanawianie procedur, wdrażanie norm ISO, negocjowanie

Szczęście sprzyja przygotowanym

umów z poddostawcami, stworzenie sieci firm współpracujących, współtworzenie wymogów jakościowych dla nowych procesów czy usług, aktywna wymiana informacji z innymi działami, współpraca z urzędami, pomoc przy wdrażaniu i nadzór nad modułami informatycznych systemów, wspomagające zarządzanie, bieżąca kontrola wyniku finansowego i nadzorowanie realizacji budżetu, przygotowywanie raportów i prezentacji jakościowych dla potrzeb zarządu.

Oczekiwane kompetencje: minimum 3-4 letnie doświadczenie w firmie zajmującej się logistyką lub w dziale ds. logistyki (wiedza o najnowszych systemach logistycznych, możliwych do zastosowania technologiach), wykształcenie wyższe ekonomiczne, bardzo często uzupełniane studiami podyplomowymi z dziedziny logistyki, znajomość rynku usług logistycznych, spedycyjnych i transportowych w Polsce i Europie, znajomość i praktyczne stosowanie nowoczesnych metod analiz kosztów i jakości w działalności logistycznej, znajomość obowiązujących norm i procedur prawnych, umiejętność oceny efektywności zastosowanych przez przedsiębiorstwo systemów, sprawdzanie ich zgodności z wymaganiami prawnymi, organizacyjnymi oraz systemami zapewnienia i utrzymania jakości, bardzo dobra znajomość języka angielskiego, umiejętność zarządzania projektami, zdolności przywódcze, umiejętność kierowania zespołem ludzi, odpowiedzialność i sumienność, umiejętność pracy w dużych, często również międzynarodowych zespołach.

Ścieżka rozwoju zawodowego: możliwy start jako kierowca, zaopatrzeniowiec, pracownik magazynu lub też jako pomocnik działu księgowego czy działu logistyki w przedsiębiorstwie. Następnie można pracować na stanowisku fakturzysty czy księgowy. Kolejnym etapem jest pozycja specjalisty ds. jakości, specjalisty ds. transportu, specjalisty ds. logistyki. Następnie można objąć obowiązki Logistics Manager'a (menedżera ds. logistyki), Quality Manager'a (kierownika ds. jakości). Następnie etapami mogą być stanowiska Logistics Director'a (dyrektora ds. logistyki), Operations Manager'a (kierownika/ dyrektora ds. operacyjnych). Kolejne pozycje, to praca na stanowisku dyrektora zarządzającego (zwłaszcza w mniejszych firmach produkcyjnych i technologicznych), a także - możliwe najwyższe stanowiska dyrektora generalnego czy prezesa.

Wynagrodzenie: Według danych TMP Worldwide średnio 6 - 9 tys. zł brutto, do tego szkolenia zewnętrzne, częste wyjazdy za granicę na konferencje czy targi.

Maintenance Manager - kierownik utrzymania ruchu

W bazie kandydatów TMP Worldwide większość osób pełniących tę funkcję znajduje się w przedziale wiekowym 35-50 lat. Zapotrzebowanie na kandydatów Maintenance Manager lub Engineering and Maintenance Manager zgłaszają najczęściej koncerny i ogólnie przemysł - producenci komponentów samochodowych, urządzeń automatyzacji procesów technologicznych oraz przemysł elektrotechniczny i AGD. Stanowisko to często występuje też w formie anglojęzycznej w firmach zarządzających budynkami biurowymi, osiedlami mieszkaniowymi i innymi obiektami.

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik utrzymania ruchu, kierownik administracji technicznej.

Przełożony: General Manager (dyrektor generalny) lub Managing Director (dyrektor zarządzający).

Podwładni: pracownicy administracyjni (zwłaszcza technicy i inżynierowie), pośrednio też pracownicy współpracujących firm poddostawczych czy podwykonawczych.

Zakres obowiązków: techniczna administracja przedsiębiorstwem/obiektem - zapewnienie prawidłowego stanu technicznego linii produkcyjnych i budynków, organizowanie i kierowanie pracami związanymi z instalacją, utrzymaniem ruchu oraz serwisowaniem maszyn, narzędzi i używanych systemów, kontrola procesów użytkowania sprzętu, opracowywanie programów zapobiegających ewentualnym awariom - wdrażanie i nadzór nad systemami utrzymania ruchu, rozwiązywanie różnorodnych bieżących problemów natury technicznej, ciągłe uzupełnianie wiedzy nt. produktów/sprzętu, identyfikacja i analiza bieżących i przyszłych wymagań sprzętowych/serwisowych, zlecenie i odbiór prac, nadzór nad pracami utrzymania ruchu zakładu/objektu oraz współpracujących firm (dostawców, podwykonawców), odpowiedzialność za zapewnienie sprawnego funkcjonowania dostaw ciepła, elektryczności, gazu i napływu powietrza, planowanie budżetu oraz kontrola wydatków (optymalizacja nakładów na inwestycje oraz utrzymanie w dobrym stanie istniejących zasobów), podejmowanie właściwych działań w kierunku minimalizacji kosztów, nadzór nad bezpiecznym prowadzeniem działalności firmy / użytkowania obiektu - od spraw zaopatrzenia, poprzez działalność inwestycyjną, rozwojowo-modernizacyjną, utrzymanie ruchu - kontrola wymogów bhp i ppoż, kontrola i zatwierdzanie jakości stosowanych technologii i systemów, działania nakierowane na zwiększenie efektywności systemów zarządzania firmą/ obiektem, w razie potrzeby współplanowanie i nadzorowanie przebudowy i restrukturyzacji zakładu, rekrutacja i kierowanie dużymi zespołami ludzi.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe techniczne (np. specjalność technologia produkcji, automatyka, mechanika precyzyjna, mechatronika), minimum kilkuletnie doświadczenie w zakresie kontroli jakości, utrzymania ruchu oraz dobra znajomość danej branży (wiedza o produktach i technologiach), znajomość nowoczesnej metodologii i trendów w zarządzaniu procesami produkcji i jakością, wiedza i doświadczenie w zakresie zarządzania liniami produkcyjnymi w oparciu m.in. o zintegrowane systemy jakości ISO, QS, VDA, TQM oraz systemy przepływu materiałów Kanban czy dostawy Just-In-Time, biegłość w posługiwaniu się dokumentacją, także w języku angielskim, odpowiedzialność, sumienność, skrupulatność, samodzielność i bardzo dobra organizacja działań, zdolności analityczne, bardzo dobra organizacja pracy, umiejętność zarządzania ludźmi.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako montażysta, pracownik wsparcia

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

technicznego, asystent kierownika ds. produkcji czy kierownika ds. jakości. Następne możliwe stanowiska to: konstruktor, automatyk, inżynier technolog, inżynier czy specjalista ds. jakości, doradca techniczny, inżynier wsparcia technicznego. Kolejnym szczeblem kariery są pozycje starszego specjalisty ds. jakości, koordynatora ds. jakości, kierownika serwisu, technicznego inspektora nadzoru, inżyniera utrzymania ruchu (Maintenance Engineer), specjalisty ds. zaopatrzenia technicznego (Maintenance Procurement Specialist). Następnie można pracować jako kierownik ds. Utrzymania Ruchu (Maintenance Manager), kierownik ds. zarządzania jakością (Quality Manager), Production Manager (kierownik produkcji). Zwieńczeniem kariery są stanowiska Plant Managera/ Operations Managera (menedżera ds. operacyjnych) oraz dyrektora generalnego i prezesa.

Wynagrodzenie: według danych TMP Worldwide w małych zakładach produkcyjnych pensja na stanowisku kierownika ds. utrzymania ruchu to ok. 4-6 tys. zł brutto, w zakładach dużych międzynarodowych koncernów (np. z branży motoryzacyjnej czy elektronicznej) średnia pensja to 8-15 tys. zł brutto, ale może dochodzić do 20-23 tys. zł miesięcznie.

Market Research Manager - menedżer/dyrektor ds. badań rynkowych

Osoby związane z badaniami rynku są dość młode. Wielu uczniów, studentów zdobywa pierwsze doświadczenia zawodowe jako ankieterzy czy telemarketerzy, niewielu jednak kontynuuje pracę w zawodzie analityka rynku czy kierownika projektów badawczych. Ci ostatni zaś praktyczne umiejętności i biegłość w obsłudze komputerowych programów analitycznych i statystycznych pogłębiają dzięki magisterskimi studiami ekonomicznymi (często jest to ekonometria, statystyka, marketing), a nawet doktoranckimi studiom podyplomowymi/ w swojej specjalizacji. Potem znajdują pracę w licznych agencjach badawczych, centrach badań rynkowych oraz ośrodkach badań opinii publicznej, a także w firmach konsultingowych. Wiele dużych firm potrzebuje też własnych analityków i koordynatorów badań - tworzone są albo odrębne departamenty badawcze, albo działają oni w strukturach działu marketingu czy sprzedaży.

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer/dyrektor ds. badań rynkowych.

Przełożony: dyrektor generalny, prezes.

Podwładni: ankieterzy, koderzy, specjaliści ds. badań, koordynatorzy regionalni, szefowie projektów, asystenci.

Zakres obowiązków: prowadzenie działu/zespołu ds. badań, zarządzanie siecią ankietarską i promocyjną, projektowanie i analiza badań (marketingowych, jakościowych), kontrola realizacji badań, sporządzanie analizy konkurencyjności, program poprawy pozycji firmy/produktu na rynku, szacowania wielkości rynku na nowo wprowadzony produkt na rynek wraz z prognozą zysków ze sprzedaży, analizy odbiorców poszczególnych grup produktów, koordynacja projektów promocyjnych, badań terenowych, uczestnictwo w targach i sympozjach branżowych, merytoryczne i koncepcyjne opracowanie analiz, podsumowań i raportów, zapewnienie infrastruktury

Szczerze sprzyja przygotowanym

informacyjnej firmy (dostęp pracowników do internetu/intranetu oraz różnorodnych tematycznych baz danych), rozwiązywanie bieżących problemów podczas realizacji projektów badawczych, ułatwienie nawiązania komunikacji oraz zachęcanie do współpracy między działami i oddziałami firmy - tworzenie tzw. kanałów informacyjnych, desygnowanie właściwych komórek organizacyjnych i konkretnych ludzi do zajmowania się danymi częściami procesu przekazywania informacji, zarządzanie grupą osób współpracujących (np. ankieterów i koderów pracujących na umowę zlecenie, koordynatorów regionalnych zlokalizowanych w odległych często miejscach), promocja wiedzy o firmie, rynku i konkurencji, prowadzenie szkoleń i prezentacji, organizacja różnego typu konferencji, seminariów, zjazdów, pozyskiwanie nowych klientów/zleceń w przypadku firm zajmujących się usługami w zakresie badań rynku/opinii publicznej, utrzymywanie kontaktów z klientami oraz firmami współpracującymi, odpowiedzialność finansowa za dział realizacji badań, współpraca z zarządem firmy, jak również ze wszystkimi działami i jednostkami firmy, a w szczególności z działami marketingu, sprzedaży, badań i rozwoju (Research & Development) i informatycznym.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie ekonomiczne, kilkuletnie doświadczenie w analizach rynkowych, umiejętność współpracy oraz zarządzania zespołem ludzkim (nieraz bardzo licznym oraz zlokalizowanym w różnych miejscach), doświadczenie w zarządzaniu projektami oraz cechy przywódcze (leadership), znajomość języka angielskiego, bardzo dobre zdolności analityczne i planistyczne, umiejętności organizacyjne, systematyczność, dyscyplina, wysoka komunikatywność oraz bardzo dobrze rozwinięte inne zdolności interpersonalne.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako ankieter, koder, researcher, asystent działu ds. badań, telemarketer. Kolejnym stanowiskiem może być administrator działu ds. badań, koordynator projektu, specjalista ds. marketingu, specjalista ds. badań rynkowych. Następną pozycją w karierze może być stanowisko analityka rynku, kierownika projektu, szefa zespołu badawczego, regionalnego koordynatora badań, konsultanta w firmie konsultingowej. Zwieńczeniem kariery może być objęcie obowiązków dyrektora ds. badań rynkowych, Research and Development Directora (R&D - dyrektora ds. badań i rozwoju), Chief Knowledge Officera (CKO - dyrektora ds. zarządzania wiedzą).

Wynagrodzenie: zależnie od wielkości organizacji - przedział 4-10 tys. brutto, w dużych firmach, oprócz laptopa i telefonu komórkowego - także samochód służbowy, dodatkowo szkolenia zewnętrzne.

Marketing Manager - kierownik ds. marketingu

Większość Marketing Managerów, zajmujących do tej pory stanowiska niezależne od działów handlowych firm zaczyna łączyć funkcje marketingowe z funkcjami sprzedażowymi. Część z nich staje się więc Sales & Marketing Managerami, redukowane

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

są też działy marketingu lub, nierzadko, wchłaniane przez działy handlowe. Sytuacja taka wynika m.in. ze względów kosztowych - np. ograniczania budżetów marketingowych. Dlatego też obecnie, oprócz posiadania doświadczeń " czysto marketingowych" od kandydatów na stanowiska Marketing Managerów wymaga się kompetencji w zakresie sprzedaży.

Wśród osób aktywnie poszukujących zatrudnienia na tym stanowisku zauważalna jest przewaga kandydatów z branży FMCG (dóbr szybko zbywalnych), firm produkcyjnych oraz z agencji reklamowych. Bardzo ważna jest tu znajomość produktów i usług z danego sektora, a np. w przypadku firm z sektora IT i telekomunikacyjnego liczy się wykształcenie kierunkowe i doświadczenie. Z danych firmy TMP Worldwide wynika, że średni wiek kandydatów ubiegających się o to stanowisko to 27-29 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: Kierownik ds. marketingu (lub kierownik ds. sprzedaży i marketingu - Sales and Marketing Manager).

Przełożony: Dyrektor handlowy (Sales Director) lub dyrektor generalny (General Manager).

Podwładni: Pracownicy działu marketingu, specjaliści ds. reklamy i marketingu, Account Managerowie (opiekunowie klienta), Brand Managerowie (opiekunowie marki). Może się zdarzyć, że jest to samodzielne stanowisko, gdy firma nie posiada osobnego działu marketingu - wtedy taka osoba jest łącznikiem pomiędzy firmą a współpracującymi agencjami (reklama, PR, organizacja targów).

Zakres obowiązków: Opieka nad działem marketingu, prowadzenie kampanii reklamowych i promocyjnych produktów i usług, lansowanie nowych produktów oraz zwiększanie efektywności sprzedaży i rozpoznawalności marki, doradzanie klientom wewnętrznym i zewnętrznym - od fazy badań, planowania, wprowadzenia na rynek, do kontroli efektów, prezentacja, negocjacje oraz sprzedaż, przygotowywanie umów i koordynacja ich realizacji (ściśła współpraca z działem handlowym), koordynacja kreacji i produkcji materiałów promocyjnych, informacji prasowych, targów, konkursów, koordynacja projektów promocyjnych dealerów (firm partnerskich), przedstawiciele handlowych, pracowników działu, monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników własnych produktów i usług, przygotowywanie raportów marketingowych i cenowych, akcji promocyjnych, aktywna współpraca z innymi osobami w obrębie działu, firmy (zwłaszcza z działem sprzedaży, dyrektorem działu sprzedaży, dyrektorem generalnym, prezesem) oraz z firmami outsourcingowymi (agencje reklamowe, PR, itp.) i firmami współpracującymi (partnerami, dealerami, itp.), współtworzenie strategii marketingowej firmy

Oczekiwane kompetencje: Wymagane jest minimum trzy-czteroletnie doświadczenie w zakresie marketingu (promocja, reklama) na stanowisku kierowniczym, wyższe wykształcenie (zazwyczaj ekonomiczne), a przynajmniej licencjat (np. na kierunku marketing i zarządzanie), wymagana jest bardzo dobra znajomość

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

angielskiego (niekiedy dodatkowo innego obcego języka), bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, umiejętność pracy w zespole, cechy przywódcze.
Ścieżka rozwoju zawodowego: Pierwszym etapem kariery może być praca w charakterze asystenta w dziale marketingu czy sprzedaży, ewentualnie asystenta menedżera ds. marketingu. Kolejnym etapem będzie stanowisko koordynatora lub specjalisty ds. marketingu (min. 1,5-2 lata doświadczenia w reklamie, promocji). Następny szczebel to pozycja Key Account Managera (ds. kluczowych klientów), Sales Executive, Brand Manager / Product Manager (menedżer ds. marki / produktu). Po zdobyciu doświadczenia na stanowisku specjalisty lub koordynatora ds. marketingu, Brand Managera lub Product Managera, można przejść na stanowisko kierownika ds. marketingu lub sprzedaży i marketingu, ewentualnie Senior Brand Managera (starszego menedżera ds. marki). Kolejne stanowiska to regionalny kierownik ds. marketingu (marketingu i sprzedaży) / dyrektor ds. marketingu (marketingu i sprzedaży), następnie potencjalnie dyrektor zarządzający i dyrektor generalny. Zwieńczeniem kariery może być stanowisko prezesa / CEO firmy.

Wynagrodzenie: Płaca zasadnicza zaczyna się od około 4-5 tys. zł brutto, może osiągać poziom do 15-17 tys. zł brutto, zwłaszcza w dużych, rentownych firmach. Do tego mogą dochodzić premie i bonusy zależne od wyników oraz od sukcesów całego zespołu (np. podpisanie umowy z klientem, przekroczenia danego poziomu sprzedaży, zawarcia współpracy z nowym klientem w efekcie np. owocnych prezentacji czy targów), komórka, rzadziej samochód służbowy, szkolenia.

Medical Representative - przedstawiciel medyczny

Nazwa tego stanowiska tłumaczona jest jako przedstawiciel medyczny, występuje ono w branży farmaceutycznej. Medical Representative może występować w dwu postaciach - w pierwszym przypadku osoba ta kontaktuje się zazwyczaj z dyrektorami szpitali oraz ordynatorami (lecznictwo zamknięte), w drugim - osoba taka odpowiedzialna jest za kontakt z przychodniami i aptekami (lecznictwo otwarte).

Polskie odpowiedniki lub opis: przedstawiciel medyczny, przedstawiciel naukowo-medyczny, przedstawiciel naukowy.

Przełożony: zależnie od wielkości firmy, ale zazwyczaj dyrektor regionalny sprzedaży.

Podwładni: brak, czasem osoby na tym stanowisku wprowadzają w zakres obowiązków osoby rozpoczynające pracę przedstawiciela medycznego.

Zakres obowiązków: naukowa promocja leków etycznych (wydawanych na receptę), skierowana do lekarzy różnych specjalności, współpraca ze środowiskiem medycznym - nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów, współpraca z Product Managerami w zakresie zdobywania wiedzy dotyczącej produktów, współpraca z przedstawicielami środowiska farmaceutycznego, którzy zajmują się dystrybucją i sprzedażą oferowanych przez firmę produktów, przygotowywanie analiz i raportów, organizowanie sympozjów i konferencji, spotkań naukowych dla lekarzy, kreowanie wizerunku firmy.

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Oczekiwane kompetencje: wyższe wykształcenie - medyczne, farmaceutyczne, biologiczne czy chemiczne (zdarza się także, że na stanowisku tym pracują osoby po weterynarii czy fizyce), ogólna wiedza medyczna, doświadczenie w branży, jęz. angielski, umiejętność nawiązywania kontaktów, silna osobowość, operatywność, zaangażowanie, elastyczność, dyspozycyjność, umiejętność samodzielnej pracy, prawo jazdy oraz telefon w miejscu zamieszkania.

Ścieżka rozwoju zawodowego: istnieją trzy najbardziej prawdopodobne kierunki rozwoju zawodowego - sprzedaż, dział marketingu i dział medyczny (badania kliniczne) - w każdym z nich szansa na poszerzanie zakresu obowiązków zależnie od struktury działu.

Wynagrodzenie: zależy od regionu, wielkości firmy i doświadczenia zawodowego przedstawiciela - 3-7 tys. brutto, telefon komórkowy, laptop, samochód służbowy, zaplecze socjalne, szkolenia.

Office Manager - kierownik biura

Stanowisko spotykane we wszystkich sektorach przemysłu oraz typach i rozmiarach organizacji. Osoba taka odpowiedzialna jest za właściwe funkcjonowanie biura bądź siedziby firmy. Średnia wieku analizowanych osób z bazy TMP Worldwide to 33 lata

Office manager to stanowisko spotykane we wszystkich sektorach przemysłu oraz typach i rozmiarach organizacji. Osoba taka odpowiedzialna jest za właściwe funkcjonowanie biura bądź siedziby firmy. Średnia wieku analizowanych osób z bazy TMP Worldwide to 33 lata.

Polski odpowiednik lub opis: kierownik biura.

Przełożony: w zależności od wielkości firmy raportuje do kierownika/dyrektora oddziału, kierownika/dyrektora administracyjnego lub kierownika/dyrektora finansowego.

Podwładni: (średnio 6-10 osób) w małych firmach jest to samodzielne stanowisko. W większych kierownikowi biura podlegają pracownicy administracyjni oraz pracownicy recepcji. Także wieczorna zmiana raportuje do kierownika biura.

Zakres obowiązków: koordynacja korespondencji przychodzącej i wychodzącej (także e-maili i faksów), zarządzanie dostawami, przygotowanie zamówień, kontakty z dostawcami urzędów biurowych, materiałów piśmienniczych, serwisowanie sprzętu, koordynacja cateringu i przesyłek kurierskich, rezerwacja biletów, kontakty z biurami tłumaczeń i innymi współpracującymi firmami. Odpowiedzialność za prawidłowy przepływ informacji, dystrybucję poczty wśród pracowników, uaktualnianie wewnętrznych numerów telefonów i adresów, w mniejszych firmach także za odbieranie telefonów. Często kierownik biura zajmuje się także zestawieniami wydatków dla księgowości, w mniejszych firmach może być odpowiedzialny za rekrutację pracowników niższego szczebla.

Oczekiwane kompetencje: Dobrze widziane jest wykształcenie wyższe. Wymagane:

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

bardzo dobre umiejętności organizacyjne i interpersonalne, komunikatywność, znajomość obsługi Pakietu MS Office w środowisku Windows (szczególnie Word i Excel). Duże firmy oczekują również co najmniej dwuletniego doświadczenia w prowadzeniu biura oraz bardzo dobrej znajomości języka angielskiego. Międzynarodowe korporacje wymagają także znajomości drugiego języka obcego angielskiego, niemieckiego lub francuskiego.

Ścieżka rozwoju zawodowego: kierownik biura zwykle może awansować do stanowiska kierownika administracyjnego lub na stanowisko osoby odpowiedzialnej za projekt lub logistykę. Inna ścieżka rozwoju zawodowego zakłada awans na stanowisko asystenckie CEO (*chief executive officer* - prezes) dużej firmy, gdzie wymagane są bardzo dobre umiejętności w zarządzaniu projektami.

Wynagrodzenie: z danych firmy doradztwa personalnego TMP Worldwide wynika, że wynagrodzenie miesięczne na tym stanowisku waha się od 2 do 9 tys. zł. Do tego dochodzi premia (w wysokości dwóch-trzech pensji podstawowych), samochód służbowy, laptop, komórka, prywatna opieka medyczna, wyjazdy na konferencje i seminaria, a także (w formie uznaniowej) wczasy na koszt firmy.

Payroll Manager - kierownik ds. kadrowo-płacowych, menedżer ds. wynagrodzeń

Wśród osób ubiegających się o to stanowisko i zajmujących je przeważają pracownicy z wyższym wykształceniem ekonomicznym (po rachunkowości, finansach, bankowości), są także osoby (choć jest ich mniej) z licencjatem lub tytułem ekonomisty (średnie). Przeważający wiek to 28-35 lat, ale zdarzają się też kandydaci (choć głównie kandydatki) w wieku powyżej lat 40.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik ds. kadrowo-płacowych, menedżer ds. wynagrodzeń.

Przełożony: dyrektor personalny lub dyrektor generalny, często też bezpośrednim przełożonym jest dyrektor finansowy (CFO).

Podwładni: pracownicy działu wynagrodzeń lub księgowości (księgowi, specjaliści ds. kadrowo-płacowych), administratorzy działu personalnego.

Zakres obowiązków: zarządzanie systemem wynagrodzeń i całokształt spraw związanych z płacami (zasiłki chorobowe, opiekuńcze, rodzinne, pielęgnacyjne, wychowawcze, rehabilitacyjne oraz inne nieobecności; korekty wynagrodzeń, potrącenia komornicze i inne); stworzenie systemu dokumentacji pracowniczej (utrzymywanie i uaktualnianie bazy danych pracowników), sporządzanie listy płac, officebanking (dokonywanie i kontrolowanie przelewów), realizacja innych spraw kadrowych (urlopy - wymiar, ewidencja; wystawianie świadectw pracy i zaświadczeń w związku z przejściem na emeryturę lub rentę, zawieranie umów-zleceń i umów o dzieło, ubezpieczenia grupowe pracowników, odprowadzenia podatkowe), kontakty z ZUS i urzędami skarbowymi, współpraca z dyrektorem personalnym lub dyrektorem generalnym w zakresie wszelkich spraw pracowniczych (doradztwo kadrowo-płacowe), kierowanie

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

zespołem i procesami, informowanie pracowników odnośnie kwestii płacowych oraz zmian w przepisach, osiąganie operacyjnych i organizacyjnych celów, przygotowywanie okresowych raportów dla władz firmy, sprawdzanie zgodności procedur z wymaganiami prawnymi.

Oczekiwane kompetencje: wyższe wykształcenie (preferowane ekonomiczne, najchętniej finanse czy rachunkowość), kilkuletnie doświadczenie na stanowiskach administracyjnych i specjalistycznych w dziale ds. wynagrodzeń, bardzo dobra znajomość prawa pracy, obsługa programów finansowo-księgowych oraz kadrowo-płacowych (np. Polsystem, Teta, Simple), bardzo dobra obsługa MS Office, zazwyczaj wymagana minimum średnia znajomość języka angielskiego, bardzo dobre zdolności analityczne i umiejętność wyciągania wniosków (raportowanie), zdolność do radzenia sobie w sytuacjach awaryjnych oraz umiejętność skutecznego im zarządzania, odporność na stres oraz umiejętność dotrzymywania terminów, dokładność i sumienność, bardzo dobra organizacja pracy, asertywność.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę można rozpocząć jako referent ds. kadrowo-płacowych, administrator/asystent działu personalnego, młodszy księgowy, pracownik administracyjny biur księgowych i podatkowych. Kolejnym etapem może być pozycja specjalisty ds. kadrowo-płacowych, specjalisty ds. płac i zasiłków, księgowego lub samodzielnego księgowego. Następnie można objąć stanowisko głównego księgowego, kierownika ds. wynagrodzeń czy kierownika personalnego. Zwieńczeniem kariery może być pozycja dyrektora finansowego lub dyrektora personalnego.

Wynagrodzenie: rozpiętość między 5 a 13 tys. brutto, do bonusów zaliczyć można (zależnie od firmy) szkolenia zewnętrzne, opiekę medyczną i inne. Stosowane są także nagrody - np. za usprawnienie systemu informacyjnego czy za profesjonalizm obsługi. Zamiast systemu bonusów nagrodą za obowiązkowość, usprawnienia w pracy, brak omyłek czy prowadzenie świetnie pracującego, efektywnego zespołu ds. wynagrodzeń może być docenienie w postaci szybszego awansu (nie za pięć, lecz np. za dwa lata będzie można zostać dyrektorem działu ds. kadrowo-płacowych czy dyrektorem personalnym - w tym wypadku, jeśli kompetencje wychodzą poza sprawy administracyjno-płacowe).

Plant Manager - dyrektor przedsiębiorstwa produkcyjnego

W bazie kandydatów TMP Worldwide większość osób pełniących tę funkcję znajduje się w przedziale wiekowym 40-50 lat. W wielu firmach kandydat na stanowisko Plant Manager wylaniany jest w drodze konkursu. Zapotrzebowanie na kandydatów zgłaszają przeważnie koncerny, producenci komponentów samochodowych, urzędzie automatyzacji procesów technologicznych, producenci opakowań oraz przemysł elektrotechniczny i produkcji AGD.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik/dyrektor zakładu/przedsiębiorstwa produkcyjnego/fabryki.

Przełożony: General Manager (dyrektor generalny) lub Managing Director (dyrektor

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

zarządzający).

Podwładni: pracownicy produkcyjni i administracyjni, pośrednio też pracownicy współpracujących firm poddostawczych czy podwykonawczych.

Zakres obowiązków: administracja zakładem produkcyjnym, kontrola procesu produkcyjnego, nadzór nad działaniami zakładu i ewentualnie podległych spółek (podwykonawcami, poddostawcami), rozwiązywanie problemów natury technicznej, organizacyjnej i personalnej, konstruowanie budżetu, organizacja i zarządzanie centrami kosztów oraz optymalizacja zapasów materiałów, produkcji w toku i produktu finalnego, kontrolowanie bieżących kosztów produkcji i podejmowanie właściwych działań w kierunku ich minimalizacji, nadzór nad bezpiecznym prowadzeniem produkcji i pozostałej działalności zakładu, koordynacja stanowisk pracy na poszczególnych etapach produkcji, zatwierdzanie stosowanych technologii i systemów produkcyjnych, zwiększenia efektywności poprzez wprowadzanie zintegrowanych systemów zarządzania, zatwierdzanie planów oraz kontrola wydajności produkcji, zlecenie i odbiór prac działu badań i rozwoju produktu (Research and Development Department), współtworzenie strategii handlowej i marketingowej, w razie konieczności współplanowanie i nadzorowanie przebudowy i restrukturyzacji zakładu, kierowanie dużymi zespołami ludzi.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe techniczne (np. specjalność technologia produkcji, automatyka, mechanika precyzyjna), dodatkowo uzupełnione studiami podyplomowymi (np. podyplomowymi studiami menedżerskimi dla inżynierów w formie programu MBA), wieloletnie doświadczenie w przemyśle oraz dobra znajomość danej branży (wiedza o produktach i technologiach), znajomość nowoczesnej metodologii i trendów w zarządzaniu procesami produkcji i jakością, wiedza i doświadczenie w zakresie zarządzania zakładami produkcyjnymi w oparciu m.in. o zintegrowane systemy jakości ISO, QS, VDA, TQM oraz systemy przepływu materiałów Kanban czy dostawy Just- In-Time, umiejętność audytu wewnętrznego, biegłość w posługiwaniu się dokumentacją, odpowiedzialność, sumienność, skrupulatność, samodzielność i bardzo dobra organizacja działań, otwartość na nowe rozwiązania, odporność na stres, bardzo dobra organizacja pracy, umiejętność zarządzania ludźmi, cechy lidera.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę można zacząć jako montażysta, asystent np. w dziale technicznym wsparcia sprzedaży, asystent kierownika ds. produkcji czy kierownika ds. jakości. Następnym stanowiskiem może być stanowisko konstruktora, inżyniera technologa, inżyniera czy specjalisty ds. jakości, doradcy technicznego. Kolejna pozycja, to starszy specjalista ds. jakości, koordynator ds. jakości, kierownik serwisu, techniczny inspektor nadzoru. Następnie można objąć obowiązki Project Managera (szefa projektu), Production Managera (kierownika produkcji), Quality Managera (menedżera ds. jakości). Kolejnymi mogą być stanowiska dyrektora działu zarządzania jakością (Quality Director), dyrektora działu badań i rozwoju (Research

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

and Development Director). Następnie można pracować jako Plant Manager/Operations Manager (menedżer ds. operacyjnych). Jedne z ostatnich, to stanowiska dyrektora zarządzającego, dyrektora generalnego, prezesa.

Wynagrodzenie: według danych TMP Worldwide w małych zakładach produkcyjnych pensja na stanowisku Plant Managera to ok. 5-7 tys. zł brutto, w zakładach dużych międzynarodowych koncernów (np. z branży motoryzacyjnej czy elektronicznej) średnia pensja to 13-17 tys. zł brutto, wynagrodzenie dochodzić też może do 25-26 tys. zł miesięcznie.

Portfolio Manager - kierownik zarządzający portfelem, kierownik ds. portfela inwestycyjnego

Pojęcie Portfolio Managera generalnie odnosi się do dwóch obszarów inwestycyjnych: inwestycji bezpośrednich / portfelowych (venture capital) oraz rynku kapitałowego i pieniężnego (giełda).

Portfolio Manager w funduszach inwestycyjnych typu venture capital:

Kandydaci na to stanowisko (grupa fachowców jest ograniczona) wywodzą się przeważnie z sektora ubezpieczeń, bankowości inwestycyjnej (corporate finance) lub renomowanych firm consultingowych, ale także ze spółek produkcyjnych i handlowych. Na tym stanowisku bardziej niż staż atut stanowią umiejętności analityczne, zdolność antycypowania oraz - przede wszystkim - bardzo dobra znajomość osób i głęboka ekspertyza danego obszaru inwestycyjnego.

Zakres obowiązków: Portfolio Manager odpowiedzialny za jest opiekę nad kapitałem inwestycyjnym (aktywami) funduszu, poprzez poszukiwanie i pozyskiwanie spółek portfelowych: publicznych i niepublicznych, będących przedmiotem zaangażowania kapitałowego oraz stały nadzór operacyjno - finansowy. Kluczową dla inwestycji bezpośrednich jest faza sprzedaży podmiotu inwestorowi strategicznemu lub kapitałowemu, ewentualnie - w przypadku spółek niepublicznych - wprowadzenie ich na giełdę.

Portfolio Manager może sam posiadać udziały w podmiotach zależnych, bądź być osobiście zaangażowany kapitałowo; często również - z racji nadzoru operacyjnego nad spółką - sprawuje funkcje członka rady nadzorczej.

Portfolio Manager dokonujący inwestycji na rynku pieniężnym i kapitałowym (giełda):

Odpowiedzialny jest za odpowiedni dobór tzw. portfela inwestycyjnego - grupę walorów (akcji, obligacji, instrumentów pochodnych) lub walut, które są później przedmiotem inwestycji / spekulacji. W tym przypadku Portfolio Manager specjalizuje się najczęściej w określonej, sektorowej lub branżowej grupie spółek (np.: branża TMT - spółki technologiczne), bądź - w przypadku rynku pieniężnego - relacji walutowych.

Zakres obowiązków: Nadrzędnym zadaniem Portfolio Managera jest alokacja

Szcście sprzyja przygotowanym

kapitału na rynku pieniężnym lub inwestycje w akcje spółek publicznych (notowanych na giełdzie), w taki sposób, aby stopa zwrotna kapitału była znacznie lepsza od parametrów rynkowych (poziom inflacji) i alternatywnych możliwości wygenerowania zysku.

Portfolio Manager może być również odpowiedzialny za określoną grupę klientów.

Różnice: Podstawową różnicą pomiędzy tymi stanowiskami jest inne podejście analityczne do realizowanych inwestycji. O ile w przypadku Portfolio Managera w funduszu venture capital pożądana jest bardzo dobra znajomość analizy fundamentalnej spółki / sektora / branży, o tyle w przypadku rynku kapitałowego niezbędna jest dodatkowo umiejętność przeprowadzania tzw. analizy technicznej waloru / waluty / instrumentu. Kolejną różnicą jest horyzont czasowy dokonywanych inwestycji: w przypadku Portfolio Managerów funduszy venture capital jest to zazwyczaj od trzech do pięciu lat. Natomiast Portfolio Manager rynku kapitałowego/ pieniężnego rozliczany jest za wyniki w skali miesiąca lub kwartału.

Podobieństwa: W obu przypadkach Portfolio Managerowie często legitymują się licencją maklera papierów wartościowych, rzadziej licencją doradcy inwestycyjnego.

Polskie odpowiedniki lub opis: Kierownik zarządzający portfelem, kierownik ds. portfela inwestycyjnego.

Przełożony: w przypadku Portfolio Managera pracującego w przedsiębiorstwach typu venture capital zwierzchnikiem może być szef funduszu, partner (osoba związana często kapitałowo z funduszem), w przypadku Portfolio Managera na rynku kapitałowym / pieniężnym jest to dyrektor departamentu zarządzania kapitałami.

Podwładni: w jednym i drugim przypadku - analitycy finansowi.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe ekonomiczne, kilkuletnie doświadczenie w analizie fundamentalnej spółek, w przypadku Portfolio Managera rynku kapitałowego - doświadczenie w analizie fundamentalnej oraz dodatkowo - technicznej, znajomość środowiska biznesowego danego sektora, w którym specjalizuje się Portfolio Manager. W przypadku Portfolio Managera funduszy venture capital, są to często osoby mające głęboką wiedzę dotyczącą restrukturyzacji, komercjalizacji i prywatyzacji podmiotów również z udziałem Skarbu Państwa. Dodatkowo: znajomość języka angielskiego, analitycznych programów komputerowych (Excel, Predict), komunikatywność i zdolności interpersonalne,

Obok umiejętności analizy finansowej przedsiębiorstwa, potrzebna jest także wiedza obejmująca zagadnienia prawne, rzadziej - marketing i HR. Bardzo pożądaną umiejętnością są zdolności negocjacyjne.

Ścieżka rozwoju zawodowego: zazwyczaj karierę można rozpocząć jako analityk finansowy, następnie przyjąć obowiązki analityka portfela inwestycyjnego. Kolejnym etapem jest pozycja Portfolio Managera. Zwieńczeniem kariery mogą być stanowiska szefa funduszu, partnera czy dyrektora departamentu zarządzania kapitałami.

Wynagrodzenie: w przypadku Portfolio Managera w funduszu Venture Capital - od 15

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

do 25 tys. zł brutto miesięcznie. Ponadto często udziały w zyskach z realizowanych inwestycji, ewentualnie dywidenda z akcji spółek portfelowych. Zdarza się, że renomowane fundusze stosują również opcje menedżerskie "wiążące" pośrednio pracownika z firmą. W przypadku Portfolio Managera na rynku kapitałowym wynagrodzenie wynosi: 8 - 20 tys. zł, do tego premie za zrealizowane wyniki.

PR Manager - kierownik ds. public relations

Z danych firmy doradztwa personalnego TMP Worldwide wynika, że wśród kandydatów na to stanowisko dominują osoby w wieku 30-35 lat, z doświadczeniem w branży FMCG, telekomunikacyjnej, bankowej oraz z sektora publicznego.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik ds. public relations.

Przełożony: PR Director, a gdy jest to samodzielne stanowisko - dyrektor generalny lub zarządzający, czy nawet bezpośrednio prezes (CEO).

Podwładni: specjaliści ds. PR oraz wszyscy pomocnicy z działu PR w przypadku, gdy istnieje osobny dział PR.

Zakres obowiązków: kształtowanie wizerunku firmy, kontakty z mediami, organizacja konferencji prasowych, nadzór nad współpracującymi agencjami PR, przygotowywanie materiałów informacyjnych, folderów i ulotek, gazetek firmowych oraz informacyjnych materiałów wewnętrznych (np. publikowanych w intranecie).

Do zadań kierownika ds. PR należy też planowanie i koordynacja przebiegu programów informacyjnych, organizacja imprez oraz wszystkich specjalnych projektów (targi, prezentacje, imprezy charytatywne) mających na celu propagowanie i upublicznianie działalności firmy, jej usług czy produktów. Kierownik monitoruje i analizuje zachowania rynkowe konkurencji oraz wyniki promocji własnych produktów czy usług. Przygotowuje raporty z informacjami zwrotnymi z zewnątrz, np. po ukazaniu się informacji prasowej. Jest zobowiązany do współpracy z innymi osobami w obrębie firmy (zwłaszcza z działem marketingu i sprzedaży), zarządza zespołem ds. PR w firmie, planuje budżet i kontroluje wydatki na PR.

Oczekiwane kompetencje: wymagane jest wykształcenie wyższe, magisterskie lub kierunkowe licencjackie, doskonała znajomość angielskiego oraz minimum dwu- lub trzyletnie doświadczenie w dziedzinie public relations (zdobyte w agencjach PR albo w obrębie danej branży - zwłaszcza jest to ważne w firmach z branży zaawansowanych technologii).

Konieczna jest łatwość nawiązywania kontaktów i łatwość pisania oraz umiejętność występowania i przemawiania publicznie do dużej grupy, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne. Potrzebne są: zdolność obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, głęboka znajomość rynku i śledzenie aktualnych wydarzeń, umiejętność zrozumienia potrzeb klienta (zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego), umiejętność pracy w zespole oraz zdolności przywódcze (leadership), umiejętność podejmowania decyzji oraz radzenia sobie w trudnych, często awaryjnych sytuacjach, dyspozycyjność,

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

odporność na stres - bardzo ważna!

Ścieżka rozwoju zawodowego: pracę można rozpocząć jako pracownik administracyjny agencji informacyjnej czy agencji reklamowej/researcher. Następnie można zająć stanowisko sprawozdawcy/reportera/specjalisty ds. promocji/specjalisty ds. marketingu/specjalisty działu, firmy lub urzędu.

Kolejnym etapem może być zajęcie stanowiska kierownika ds. marketingu ds. public relations. Potem przechodzi się na stanowisko rzecznika prasowego/kierownika ds. PR. Ostatnim stanowiskiem może być pozycja dyrektora biura prasowego/dyrektora ds. PR. **Wynagrodzenie:** średnio 5-10 tys. zł brutto, możliwe bonusy to: laptop, komórka, szkolenia

Pre sales manager - menedżer zespołu przedsprzedaży

Stanowisko to występuje najczęściej w branży IT i telekomunikacyjnej, w firmach sprzedających rozwiązania teleinformatyczne. Kryterium selekcyjnym kandydatów jest zazwyczaj doświadczenie związane z daną technologią, udokumentowane sukcesy handlowe, znajomość specyficznych wymagań klientów oraz bardzo często wykształcenie techniczne i dodatkowe certyfikaty. Większość osób pełniących tę funkcję ma minimum trzyletnie doświadczenie zawodowe i znajduje się w przedziale wiekowym 27-31 lat.

Osoba na tym stanowisku zajmuje się doradztwem technicznym dla pracowników działu handlowego oraz kierowaniem zespołem wsparcia technicznego. Określenie "Pre Sales" oznacza proces związany z przygotowaniem procesu sprzedaży od strony zgodności z wymogami technicznymi.

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer zespołu przedsprzedaży, kierownik ds. technicznego wsparcia sprzedaży.

Przełożony: zazwyczaj kierownik/dyrektor ds. sprzedaży lub dyrektor ds. technicznych. **Podwładni:** pracownicy działu technicznego wsparcia sprzedaży (Technical Sales Support, Pre Sales Support), inżynierowie przedsprzedaży (Pre Sales Engineers), asystenci działu.

Zakres obowiązków: kontakt z klientami, uczestnictwo w prezentacjach produktów/usług, przygotowanie ofert, merytoryczne sprawdzanie dokumentacji udostępnianej klientom, obsługa reklamacji, analiza informacji dotyczących opłacalności danego projektu i stanu wykorzystania sprzętu, organizowanie szkoleń produktowych dla sprzedawców, współpraca z dostawcami, analiza konkurencji, sporządzanie raportów, współpraca z innymi działami (np. marketingu, inwestycji czy ds. danego produktu), kierowanie i motywowanie zespołu.

Oczekiwane kompetencje: 3-4 letnie doświadczenie w dziale technicznego wsparcia przed- i (lub) po sprzedaży (najwyżej cenione jest doświadczenie w międzynarodowych koncernach, znajomość korporacyjnych standardów i systemów wsparcia procesów

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

sprzedaży), wykształcenie wyższe techniczne, umiejętność zarządzania zespołem, zorientowanie na klienta, zdolność do obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, umiejętność podejmowania decyzji i prowadzenia prezentacji, wysoka komunikatywność, kreatywność, samodzielność, odporność na stres, dyspozycyjność, znajomość języka angielskiego, łatwość nawiązywania kontaktów, jak również wyrozumiałość i cierpliwość. Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako asystent działu technicznego lub handlowego. Następnym etapem może być stanowisko specjalistyczne (np. inżynier systemowy, konsultant w firmie zajmującej się produkcją lub wdrożeniami systemów teleinformatycznych) potem stanowisko konsultanta ds. wsparcia technicznego (Technical Support Consultant, Pre Sales Consultant), inżyniera wsparcia technicznego i inżyniera przedsprzedaży (Technical Support Engineer, Pre Sales Engineer). W przypadku, gdy w grę wchodzi kierowanie większymi projektami i zespołem ludzkim, stanowiska te ewoluują w stronę menedżerską (Technical Support Manager, Pre Sales Manager). Drogę zawodową można kontynuować w dziale technicznym (Technical Director), bądź w dziale handlowym (Sales Manager/Director). Ukoronowaniem ścieżki zawodowej mogą być w branży nowych technologii stanowiska najwyższej kadry zarządzającej (Managing Director, Chief Executive Officer). **Wynagrodzenie:** płaca zasadnicza - średnio ok. 8-10 tys. zł, co łącznie z premiami może wynieść 12-15 tys. zł miesięcznie (w korporacjach i dużych firmach np. telekomunikacyjnych całkowite wynagrodzenie Pre Sales Managera osiąga pułap 25-30 tys. zł), samochód służbowy, laptop, telefon komórkowy, czasem - akcje firmy oraz częste szkolenia i udział w konferencjach branżowych.

Procurement Director - dyrektor ds. zakupów

Nazwa tego stanowiska tłumaczona jest zazwyczaj jako dyrektor ds. zakupów i pojawia się coraz częściej. Jednak w zależności od charakteru i skali działalności firmy - zakres obowiązków osoby na tym stanowisku może być różny. W niektórych przedsiębiorstwach nie ma samodzielnego stanowiska związanego z dokonywaniem zakupów, a obowiązki te powierzone są dyrektorowi lub kierownikowi ds. logistyki. Najczęściej stanowisko to występuje w branżach FMCG, teleinformatycznej i farmaceutycznej.

Jeżeli chodzi o wiek - także w zależności od typu firmy mogą to być osoby, które niegdyś pełniły rolę kierownika ds. zaopatrzenia i w tej chwili mają około 50 lat, częściej jednak na tym stanowisku spotyka się osoby w wieku 28-35 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: dyrektor ds. zakupów, dyrektor ds. zarządzania zakupami.

Przełożony: Procurement Director może raportować do dyrektora finansowego, dyrektora generalnego lub prezesa zarządu (w zależności od struktury organizacyjnej firmy).

Podwładni: w zależności od charakteru firmy (wielkość, liczba dostawców, skala dokonywanych zakupów) Procurement Directorowi podlegać mogą specjaliści odpowiedzialni za poszczególne grupy zakupowe, może też sam prowadzić całość

Szczyście sprzyja przygotowanym

zakupów.

Zakres obowiązków: tworzenie standardów i procedur związanych z zakupami, rozpoznanie rynku dostawców produktów i usług, nawiązywanie kontaktów z dostawcami, negocjacja i zawieranie umów, okresowa ocena dostawców, monitorowanie procesu zakupów oraz optymalizacja kosztów, zarządzanie ludźmi, analizy i raportowanie, administrowanie, współpraca z innymi działami firmy.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe kierunkowe lub ekonomiczne z uzupełniającymi podyplomowymi, znajomość języka angielskiego, kilkuletnie doświadczenie w branży, umiejętność rozwijania oraz prowadzenia efektywnej polityki zaopatrzenia, znajomość systemów e-procurement, umiejętność zarządzania ludźmi oraz procesami, nawiązywania i utrzymywania kontaktów, zorientowanie na klienta, umiejętności strategicznego myślenia, kreowania zewnętrznego wizerunku, współpracy w środowisku międzynarodowym, umiejętności negocjacyjne, zarządzania czasem, silna osobowość, elastyczność.

Ścieżka rozwoju zawodowego: Ze względu na ciągłe kształtującą się specyfikę tego stanowiska trudno określić tu typową ścieżkę kariery - pracę można rozpocząć jako analityk lub specjalista ds. zakupów, następnie można objąć obowiązki kierownika lub dyrektora ds. zakupów i z czasem poszerzać je o coraz to nowe obszary odpowiedzialności.

Wynagrodzenie: pensja na tym stanowisku wynosi średnio około 7-8 tys. brutto, może w niektórych przypadkach dochodzić do powyżej 10 tys. lub więcej, do tego telefon komórkowy, laptop, samochód.

Product Group Manager - kierownik grupy produktów

Product Group Manager jest kierowniczym stanowiskiem, łączącym zarządzanie zespołem ludzkim z zarządzaniem projektami i procesami. Na podstawie danych z bazy kandydatów TMP Worldwide można zauważyć, że większość osób pełniących te funkcje znajduje się w przedziale wiekowym 30-45 lat. Znaczna jest przewaga kandydatów z branży FMCG (dóbr szybko zbywalnych) oraz firm produkcyjnych, stanowisko to też dosyć często pojawia się w sektorze telekomunikacyjnym. Pracodawcy poszukujący kierownika grupy produktów zaznaczają (zazwyczaj jako niezbędne) posiadanie przez kandydatów znajomości produktów/ usług z danego sektora oraz wykształcenie kierunkowe, w szczególności w przypadku firm z sektora IT/telekomunikacyjnego.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik grupy produktów.

Przełożony: kierownik lub dyrektor ds. marketingu. Może raportować do General Directora (dyrektora generalnego) lub Managing Directora (dyrektora zarządzającego).

Podwładni: asystenci, pozostali pracownicy działu produktowego - w tym kierownicy ds. poszczególnych produktów (Product Managers), dealerzy i przedstawiciele handlowi.

Zakres obowiązków: opieka nad grupą produktów firmy, planowanie i prowadzenie długo- i krótkoterminowych akcji i kampanii reklamowych i promocyjnych w obrębie

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

danej grupy, lansowanie nowych produktów/ odmian produktów oraz zwiększanie efektywności sprzedaży i rozpoznawalności marki będących już na rynku wykorzystując ATL i BTL (ATL = above-the-line, czyli działania reklamowe wykorzystujące mass-media, zaś BTL = below-the-line, czyli działania promocyjno-reklamowe nie wykorzystujące mass-mediów), doradztwo we wszystkich stadiach powstawania produktu - od badań, planowania, wdrażania, do kontroli efektów, negocjacje handlowe i podpisywanie umów, kreowanie strategii sprzedaży produktów, koordynacja działań dealerów i przedstawicieli handlowych, planowanie i nadzór badań rynkowych (ilościowych i jakościowych), analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników produktów, przygotowywanie raportów marketingowych i cenowych na potrzeby działań zespołu oraz raportów dla zarządu, planowanie, zarządzanie i kontrola budżetu działu i poszczególnych produktów, aktywna współpraca z innymi osobami w obrębie firmy (zwłaszcza z działem sprzedaży) oraz z firmami współpracującymi (np. z agencjami reklamowymi i badawczymi).
Oczekiwane kompetencje: minimum 3-4 - letnie doświadczenie w zakresie marketingu (mile widziane zarówno po stronie klienta, jak i agencji reklamowych), wyższe wykształcenie, bardzo dobra znajomość języka angielskiego i ewentualnie innego obcego, wysoka kreatywność, zdolność analitycznego i strategicznego myślenia, odpowiedzialność, zaangażowanie, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, umiejętność zarządzania ludźmi (w tym motywowanie oraz ocena pracowników), cechy lidera.

Ścieżka rozwoju zawodowego: możliwy start jako asystent menedżera lub całego działu ds. marketingu/ sprzedaży, też telemarketer, ankieter. Następnie można pracować jako copywriter (osoba odpowiedzialna za tworzenie haseł reklamowych), Junior Account Manager (młodszy opiekun klienta), koordynator lub specjalista ds. marketingu. Kolejnym szczeblem kariery może być stanowisko Brand Managera (kierownika marki), Product Managera (menedżera produktu), Account Managera (opiekuna klienta)/ Key Account Managera (kierownika ds. kluczowych klientów). Następną pozycją jest stanowisko Product Group Managera, Senior Brand Managera (starszego menedżera ds. marki), kierownika ds. marketingu. Kolejne stanowiska, to obowiązki regionalnego kierownika ds. marketingu, dyrektora ds. marketingu, następnie dyrektora ds. marketingu i sprzedaży, dyrektora zarządzającego, dyrektora generalnego i zwieńczenie kariery - stanowisko prezesa (CEO).

Wynagrodzenie: płaca zasadnicza - według danych TMP Worldwide może to być przedział 5 - 20 tys. brutto, do tego premia i bonusy zależne od wyników (np. podpisania umowy z nowym klientem, przekroczenia danego poziomu sprzedaży) oraz premie uznaniowe (zależne od wyników całego zespołu, wyników finansowych grupy produktów), też - telefon komórkowy, laptop, samochód służbowy, szkolenia i konferencje, również zagraniczne.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Production Manager - Manufacturing - kierownik produkcji

Pozycja kierownika produkcji jest odpowiedzialnym stanowiskiem, wiążącym się z zarządzaniem zarówno procesami, jak i często - koordynacją pracy dużego zespołu. Głównymi zadaniami pracownika na tym stanowisku są: podniesienie wydajności, wdrażanie nowych koncepcji produkcji, a także nowych technologii. W bazie kandydatów TMP Worldwide większość osób pełniących tę funkcję znajduje się w przedziale wiekowym 40-50 lat. Zapotrzebowanie na kandydatów na stanowiska Production Managera zgłaszają przeważnie duże firmy i zakłady produkcyjne, niezależnie od sektora. Klienci poszukują osób o długim stażu i doświadczeniu, lecz otwartych na nowoczesne technologie i sposoby zarządzania przedsiębiorstwem. Wiele firm restrukturyzuje swoje fabryki, wprowadzając zintegrowane systemy zarządzania procesem produkcyjnym, do których implementacji oraz poprawnego funkcjonowania potrzebny jest know-how na dany temat. Stąd też bardzo ważne jest wykształcenie techniczne oraz znajomość produktów z danego sektora.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik produkcji.

Przełożony: dyrektor produkcji działu Zarządzania Jakością. Może raportować bezpośrednio do General Managera (dyrektora generalnego) lub Managing Directora (dyrektora zarządzającego).

Podwładni: zależnie od struktury i specyfiki danej firmy, podwładnymi są pracownicy działu produkcji lub/i działu ds. jakości (w dużych firmach i zakładach produkcyjnych), m.in. montażyści, koordynatorzy poszczególnych etapów produkcji, technolodzy, specjaliści ds. jakości, kontrolerzy.

Zakres obowiązków: kontrola procesu produkcji i/lub administracja zakładem produkcyjnym, kontrola działań zakładów produkcyjnych i ewentualnie podległych spółek (np. podwykonawcy, poddostawcy), rozwiązywanie problemów natury technicznej, organizacyjnej i personalnej, nadzór nad bezpiecznym prowadzeniem produkcji - w tym nad właściwym wykorzystaniem maszyn i urządzeń, przestrzeganiem przepisów BHP i przeciwpożarowych, koordynacja stanowisk pracy na poszczególnych etapach produkcji, optymalizacja czasu pracy, kontrolowanie bieżących kosztów produkcji i podejmowanie właściwych działań w kierunku ich minimalizacji, w mniejszych zakładach również przyjmowanie zamówień, kalkulacje, ustalanie sposobów (technologii) i terminów realizacji, sporządzanie raportów i analiz wydajności produkcji, ścisła współpraca z działem badań i rozwoju produktu (Research and Development), opiniowanie i aktywne uczestnictwo w nowych projektach wdrażanych w firmie, utrzymywanie stałej łączności z działami handlowym i marketingowym, ewentualnie udział w przebudowie i restrukturyzacji zakładu, kierowanie ludźmi.

Oczekiwane kompetencje: minimum 4-5 letnie doświadczenie w danej branży (wiedza o produktach i technologiach), wykształcenie wyższe techniczne (np. specjalność technologia produkcji, automatyka, mechanika precyzyjna), dobrze, jeśli dodatkowo uzupełnione studiami podyplomowymi (np. podyplomowymi studiami

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

menedżerskimi dla inżynierów w formie programu MBA), umiejętność przeprowadzanie wewnętrznych audytów, doświadczenie w certyfikowaniu przedsiębiorstw zgodnie z wymaganiami prawnymi, organizacyjnymi oraz systemów zapewnienia i utrzymania jakości, znajomość nowoczesnej metodologii i trendów w zarządzaniu procesami produkcji i jakością, znajomość metodologii usuwania awarii w zautomatyzowanych systemach produkcyjnych, znajomość przepisów przeciwpożarowych i BHP, odpowiedzialność i sumienność, otwartość na nowe rozwiązania, samodzielność w działaniu, odporność na stres, bardzo dobra organizacja pracy, biegłość w posługiwaniu się dokumentacjami, umiejętność pracy w zespole.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć karierę jako montażysta, asystent np. w dziale technicznym wsparcia sprzedaży, asystent kierownika ds. produkcji czy kierownika ds. jakości. Następnym etapem może być pozycja konstruktora, inżyniera technologa, inżyniera czy specjalisty ds. jakości, doradcy technicznego. Kolejne stanowiska, to starszy specjalista ds. jakości, koordynator ds. jakości, kierownik serwisu. Następnie można objąć obowiązki Quality Manager'a (menedżera ds. jakości), Production Manager'a (kierownika produkcji). Kolejną pozycją może być Operations Manager (menedżer ds. operacyjnych), potem dyrektor działu zarządzania jakością/ dyrektor działu badań i rozwoju. Ostatnim etapem jest pozycja dyrektora zarządzającego (zwłaszcza w mniejszych firmach produkcyjnych i technologicznych), a także możliwe - najwyższe stanowiska dyrektora generalnego czy prezesa.

Wynagrodzenie: według danych TMP Worldwide w dużych przedsiębiorstwach średnio 6 - 8 tys. brutto, w mniejszych zakładach produkcyjnych 4 - 6 tys. Brutto

Production Manager - Media - kierownik produkcji

Media Production Manager (np. TV Production Manager, Radio Production Manager, Print Production

Manager) jest to stanowisko łączące zarządzanie pracą ludzi z zarządzaniem projektami i procesami. W bazie kandydatów TMP Worldwide większość osób pełniących tę funkcję znajduje się w przedziale wiekowym 28-34 lata. Zauważalna jest przewaga kandydatów młodych, kreatywnych, bardzo mobilnych i dyspozycyjnych, z doświadczeniem w agencjach reklamowych lub powstających od paru lat spółkach medialnych.

Wykształcenie kierunkowe jest mniej istotnym kryterium wyboru kandydatów - w tym przypadku bardziej liczą się doświadczenie, zdolności organizatorskie i znajomość danej tematyki.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik produkcji/szef produkcji/szef produkcji filmowej lub

telewizyjnej/kierownik ds. realizacji TV.

Przełożony: dyrektor produkcji, Managing Director (dyrektor zarządzający).

Podwładni: asystenci produkcji, montażysty, członkowie ekipy realizacyjnej w studiu, wozach transmisyjnych i satelitarnych.

Zakres obowiązków: kierownictwo produkcji programu/serii programów,

Szczyście sprzyja przygotowanym

zarządzanie działem produkcji - nadzór nad realizacją materiałów (zdjęć, nagrań dźwiękowych, nagrań filmowych, spotów reklamowych), planowanie i realizacja procesu produkcji, sporządzanie budżetów, planowanie kosztów, kontrola bieżących wydatków produkcyjnych, współtworzenie planów marketingowych, koordynacja, monitorowanie i kontrola przebiegu trwających działań marketingowych, obsługa medialna, koprodukcja z innymi firmami, organizacja kampanii reklamowych i informacyjnych bądź współpraca z zewnętrznymi agencjami reklamowymi/agencjami PR, współpraca z organizatorami imprez towarzyszących produkcji (np. wystaw, konferencji prasowych, akcji reklamowych, spotkań z widzami/słuchaczami), doradzanie we wszystkich stadiach po-wstawania programu, postprodukcja, uczestnictwo w przygotowywaniu umów handlowych - zakup i sprzedaż materiałów filmowych, reklamowych, promocyjnych, tworzenie standardów merytorycznych, ilościowych i jakościowych dla nowych produkcji, współpraca z urzędami i innymi organizacjami (np. fundacjami), planowanie i współtworzenie strategii rozwoju działu/firmy, przygotowywanie raportów i prezentacji.

Oczekiwane kompetencje: minimum dwu-trzyletnie doświadczenie w danej tematyce, bardzo dobra znajomość danego rynku, znajomość narzędzi i technik produkcji danego medium, wykształcenie minimum średnie, choć poszukiwane jest zazwyczaj wyższe kierunkowe (marketing, reklama, dziennikarstwo, kulturoznawstwo, szkoła filmowa, teatralna), w wielu przypadkach wiedza uzupełniana jest także studiami podyplomowymi menedżerskimi. Umiejętność nawiązywania i utrzymywania dobrych kontaktów z producentami gadżetów reklamowych, agencjami reklamowymi i domami medialnymi, znajomość języka obcego, najczęściej angielskiego, umiejętność pracy w interdyscyplinarnych zespołach, energia, zapał do pracy, wysoka dyspozycyjność i mobilność, umiejętność motywowania podległego zespołu, cechy przywódcze (leadership), bardzo dobra organizacja pracy własnej i współpracowników.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę można zacząć jako asystent działu produkcji, asystent kierownika produkcji. Następnie można pracować jako dziennikarz, reporter, specjalista ds. reklamy/promocji/marketingu.

Kolejną pozycją może być stanowisko kierownika planu, drugiego reżysera, kierownika produkcji. Kolejnym etapem kariery może być pełnienie obowiązków dyrektora ds. produkcji telewizyjnej, dyrektora ośrodka telewizyjnego. Wieniącymi karierę stanowiskami mogą być pozycje dyrektora zarządzającego, dyrektora telewizji (kanału), możliwe jest także objęcie najwyższych stanowisk - dyrektora generalnego czy prezesa spółki/holdingu.

Wynagrodzenie: według danych TMP Worldwide średnio 5-8 tys. zł brutto plus premie za sukces, ewentualnie partycypacja w zyskach firmy. W spółkach z kapitałem zagranicznym płace są średnio o 20 proc. wyższe niż w agencjach państwowych. Dodatkowo - telefon komórkowy, może być też ryczałt na benzynę lub samochód służbowy.

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Project Manager - kierownik/menedżer projektu

Na tym stanowisku zauważalna jest przewaga kandydatów kierujących projektami informatycznymi (także z zakresu biznesu elektronicznego), telekomunikacyjnymi, finansowymi oraz inwestycyjnymi (zwłaszcza w branży budowlanej). Według danych TMP Worldwide większość osób zajmujących stanowisko project managera ma 27-33 lata, ale sporo ma większy staż i doświadczenie zawodowe

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik/menedżer projektu.

Przełożony: jeżeli stanowisko project managera jest w danej firmie samodzielne, wówczas bezpośrednim przełożonym jest dyrektor generalny lub zarządzający. Jeżeli stanowisko to jest umieszczone w obrębie np. działu technicznego czy marketingu, menedżer danego projektu podlega dyrektorom tych działów (dyrektorowi ds. technicznych, IT lub dyrektorowi ds. marketingu).

Podwładni: w przypadku odrębnego stanowiska (rzeczywiste zarządzanie projektem, a nie zespołem) jedynymi podległymi osobami mogą być asystenci lub pomocnicy. Jeżeli włączone jest ono w strukturę działu, osób współpracujących i podlegających kierownikowi projektu może być od kilku do kilkudziesięciu. Mogą mu podlegać asystenci, reasercherzy, konsultanci i osoby wykonujące główne części projektu (np. programiści, projektanci i analitycy systemów), a także osoby kierujące poszczególnymi sekcjami projektu i koordynujące prace podzespołów (np. sprawujący funkcje project leadera - prowadzącego projekt czy team leadera - kierownika danego zespołu).

Zakres obowiązków: zarządzanie zespołem osób bezpośrednio podległych oraz koordynacja działań osób współpracujących w ramach danego przedsięwzięcia.

Planowanie i wprowadzanie strategii działań w ramach danego projektu, sporządzanie biznes planów, monitorowanie, analiza jakościowa i ilościowa rynku oraz dostępnych zasobów (w tym kapitału ludzkiego, zasobów finansowych, dostępnego czasu). Kolejne zadanie to zapewnienie zgodności procedur i innych wymaganych przez przepisy działań, usprawnianie procesów (np. budżetowania, raportowania), przygotowywanie sprawozdań i raportów okresowych i końcowych (na potrzeby statystyczne oraz na konkretne zapotrzebowanie, np. na zlecenie klientów, inwestorów czy zarządu firmy).

Wymagana jest aktywna współpraca z innymi pracownikami, promowanie innowacyjności i zmian, negocjacje i współpraca z firmami kooperującymi i poddostawcami (np. z firmami udostępniającymi swoje bazy danych, dostawcami sprzętu, firmami outsource'ingowymi), współpraca z zarządem oraz prowadzenie prezentacji i szkoleń na temat projektu.

Oczekiwane kompetencje: wymagane jest wyższe wykształcenie kierunkowe dla danej branży czy projektu, dobrze widziane są studia podyplomowe z zarządzania (z naciskiem na zarządzanie projektami) lub MBA. Często pożądane są cechy przywódcze, chęć ciągłego uczenia się i umiejętność efektywnego zarządzania wiedzą, kreatywność i otwartość na zmiany i wyzwania. Pracodawcy oczekują od osób na tym stanowisku zdolności analitycznych i planistycznych, systematyczności i orientacji na rezultaty,

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

umiejętności koordynowania działań wieloosobowego zespołu oraz osób o różnych profilach zawodowych. Oczekiwane jest doświadczenie w prowadzeniu projektów, znajomość narzędzi do zarządzania projektami (szczególnie ważne w przypadku projektów informatycznych, gdzie często niezbędna jest znajomość technik i oprogramowania wspierającego i systematyzującego działania nad projektem - od faz planowania, badań, przez wdrożenie, kontrolę, analizę rezultatów i procedury raportowania), dyspozycyjność, możliwość częstych wyjazdów, odporność na stres. **Ścieżka rozwoju zawodowego:** (jest zależna od wykształcenia i branży) pierwszym etapem - stanowiskiem wyjściowym dla danej branży może być np. programista w IT, inżynier wsparcia technicznego w telekomunikacji, reasearcher w marketingu. Kolejnym - stanowiska specjalistyczne - np. konsultant ds. danej technologii czy danego oprogramowania, specjalista ds. sieci dostępowych, specjalista ds. danego produktu czy marki. Następnym etapem jest koordynacja mniejszych zadań czy zespołów zadaniowych (stanowisko project leadera czy team leadera). Następny krok to objęcie stanowiska kierownicze niższego i wyższego szczebla - zależnie od specyfiki projektu i branży project manager może mieć doświadczenia w kierowaniu działem czy dużym zespołem lub może objąć to stanowisko, mając bagaż doświadczeń specjalistycznych czy eksperckich. Jednym z ostatnich etapów są stanowiska kierownicze oraz wymagające odpowiedzialności na szczeblu regionalnym (kierownik, a następnie dyrektor departamentu, regional project manager/regional manager). Zwieńczeniem kariery są stanowiska wyższego i najwyższego szczebla zarządzania (np. dyrektor oddziału, dyrektor ds. technicznych, dyrektor ds. operacyjnych, dyrektor zarządzający aż do prezesa/CEO).

Wynagrodzenie: zależnie od firmy i rodzaju projektu, średnio 10-16 tys. zł brutto, ale zdarzają się projekty, których kierownicy otrzymują wynagrodzenie w wysokości 30 tys. zł; do bonusów mogą należeć komórka, laptop i samochód służbowy (które są też często podstawowymi narzędziami pracy project managera).

Property executive - specjalista ds. nieruchomości

Stanowisko to najczęściej występuje w firmach zajmujących się obrotem nieruchomościami, budowlanych i developerskich, w dużych instytucjach finansowych (nie tylko w bankach hipotecznych), w koncernach z branży FMCG oraz w firmach telekomunikacyjnych (wyszukiwanie, dzierżawa, kupno terenów np. pod różnego rodzaju instalacje).

Polskie odpowiedniki lub opis: specjalista (starszy specjalista) ds. nabywania nieruchomości, specjalista ds. nieruchomości

Przełożony: Zazwyczaj dyrektor ds. nieruchomości, dyrektor ds. akwizycji gruntów, dyrektor ds. organizacji i rozwoju, szef zespołu zarządzającego nieruchomościami firmy, dyrektor zarządzający (Managing Director) lub prezes firmy.

Podwładni: Asystent ewentualnie pozostali pracownicy departamentu ds. nieruchomości; pośrednio osoba na tym stanowisku może zarządzać zespołem

Szczerście sprzyja przygotowanym

pracowników współpracujących firm (np. architektonicznych, geodezyjnych, budowlanych)

Zakres obowiązków: pozyskiwanie i zarządzanie terenami, istniejącymi budynkami i budowlami, negocjacje oraz przygotowywanie dokumentacji pod przejęcia terenów/obiektów, planowanie strategii rozwoju dla danych obszarów/obiektów, kierowanie pracami zmierzającymi do zmiany typu zagospodarowania terenu (np. jego podziału), przygotowywanie pod względem administracyjnym i prawnym oraz często również i technicznym terenów czy obiektów, aktywna współpraca z biurami architektonicznymi, zarządzanie programami współpracy z lokalnymi władzami oraz grupami środowiskowymi, negocjacje i kontakty z klientami, organizowanie przetargów, negocjacje i bieżąca współpraca z firmami budowlanymi i innymi poddostawcami, kontrolowanie budżetu oraz współtworzenie strategii finansowej, badania rynku, analiza potencjału danego obszaru, osiąganie zaplanowanych celów (zgodnie z wcześniej przyjętym planem budżetowym), aktywna współpraca w obrębie firmy (zwłaszcza z komórkami operacyjnymi), przygotowywanie raportów, uczestnictwo w targach i przetargach branżowych, opracowanie analiz dla potrzeb zarządu.

Oczekiwane kompetencje: zazwyczaj wyższe wykształcenie, przynajmniej dwu-trzyletnie doświadczenie zawodowe związane z zarządzaniem nieruchomościami lub zagospodarowywaniem terenów/obiektów, doświadczenie we współpracy z klientami (też instytucjonalnymi), umiejętność negocjacji, znajomość technik sprzedaży, bardzo dobre zdolności organizacyjne, analityczne oraz planistyczne, umiejętność podejmowania decyzji i zarządzania procesami, doświadczenie we współpracy z administracją samorządową oraz państwową, umiejętność pracy w interdyscyplinarnych zespołach, doświadczenie w prowadzeniu prezentacji, ogólne zdolności doradcze, umiejętność dotrzymywania terminów.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę można zacząć jako asystent/researcher w agencji nieruchomości, w firmie developerskiej, w dziale zajmującym się obsługą nieruchomości dużej firmy; ewentualnie doświadczenia w kontaktach z klientami, przygotowywaniu dokumentacji handlowej oraz negocjacjach można nabyć w działach ds. sprzedaży/marketingu lub w firmach o profilu handlowo-usługowym. Kolejnym etapem rozwoju zawodowego może być pozycja agenta w obrocie nieruchomościami, doradcy w firmie developerskiej, specjalisty ds. nieruchomości w firmie, referenta ds. nieruchomości, ewentualnie - specjalisty ds. sprzedaży i marketingu/specjalisty ds. obsługi klienta. Następne stanowisko to rzeczoznawca majątkowy, starszy negocjator (zwłaszcza w wyspecjalizowanych międzynarodowych agencjach nieruchomości), kierownik ds. zarządzania nieruchomościami, kierownik ds. sprzedaży i marketingu/kierownik ds. obsługi klienta. Potem - dyrektor departamentu relacji inwestorskich/ dyrektor departamentu Obrotu nieruchomościami/ Land Development Director, prezes agencji nieruchomości, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu, dyrektor ds. obsługi klienta.

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Wynagrodzenie: zależnie od wielkości firmy może to być przedział 3tys.-8 tys. zł brutto, w dużych korporacjach (developerzy z kapitałem zachodnim, działy inwestycyjne instytucji finansowych) może dochodzić do 20 tys. zł brutto, dodatkowo telefon komórkowy, laptop, często samochód służbowy lub ryczałt na benzynę.

Purchasing Manager - kierownik ds. zakupów

Osoba na stanowisku kierownika ds. zakupów odpowiedzialna jest za kierowanie działem ds. zakupów, a więc za wszystkie sprawy administracyjno-wykonawcze związane z pozyskiwaniem surowców/produktów potrzebnych dla sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa. W mniejszych firmach jest to też stanowisko samodzielne, któremu pośrednio podlegają pracownicy firm dostawczych. Purchasing Manager jest nazwą spotykaną najczęściej w przedsiębiorstwach produkcyjnych (kosmetycznych, farmaceutycznych) lub handlowych (zwłaszcza z branży FMCG, w sieciach supermarketów i centrów handlowych). Średni wiek osób sprawujących funkcję Purchasing Managera to obecnie 28-29 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik ds. zakupów, menedżer ds. dostaw, kierownik działu zaopatrzenia.

Przełożony: w dużych organizacjach może raportować do dyrektora ds. zakupów (Purchasing Directora) lub dyrektora ds. logistyki, w mniejszych przedsiębiorstwach przełożonym jest np. dyrektor ds. marketingu i sprzedaży lub dyrektor finansowy.

Podwładni: pracownicy działu ds. zakupów oraz często pośrednio pracownicy z działu logistycznego.

Zakres obowiązków: planowanie strategii zakupowej, zapewnianie zaopatrzenia w zakresie surowców i produktów (wyrobów własnych i towarów handlowych), ustalanie i kontrola wskaźników rotacji magazynowej przyjętej dla poszczególnych surowców, wyrobów gotowych i towarów handlowych, wdrażanie i planowanie nowych rozwiązań logistycznych, ustanawianie procedur, wybór dostawców (wyszukiwanie i tworzenie baz danych potencjalnych dostawców, pozyskiwanie ofert i ich wycena), negocjacje z dostawcami oraz producentami w zakresie warunków współpracy oraz asortymentu stałego i promocyjnego, analiza rynku producentów i dystrybutorów w oparciu o dane rynkowe i analizy asortymentowe (produkt, cena, jakość, logistyka), współpraca ze wszystkimi działami w celu identyfikacji potrzeb produkcji, przygotowanie planu promocyjnego i materiałów do gazetki promocyjnych, organizowanie dostaw, kontrola zapasów magazynowych, bieżąca współpraca i kierowanie dostawcami, ocena i kontrola rozwoju współpracy z dostawcami, przygotowywanie raportów z zakupionych i dostarczonych towarów, organizacja działu/zespołu ds. zakupów, udział w zatowarowaniu nowo otwieranych punktów sprzedaży, przygotowanie i realizacja planów budżetowych, podejmowanie decyzji co do poziomu cen i zapasów magazynowych, sporządzanie okresowych raportów, uczestnictwo w spotkaniach kupców z innymi spółek/organizacji stowarzyszonych w celu wspólnych negocjacji ze strategicznymi dostawcami, uczestnictwo w cyklicznych, międzynarodowych

Szczerście sprzyja przygotowanym

spotkaniach kupców/targach branżowych, współpraca z agencjami celnymi w zakresie procedur odpraw importowych, składanie i nadzorowanie reklamacji w przypadku wykrycia wad fabrycznych zakupionych surowców i towarów.

Oczekiwane kompetencje: minimum trzy-czteroletnie doświadczenie w dziale ds. zakupów lub logistyki, wykształcenie wyższe (najczęściej ekonomiczne), znajomość danej branży (kontakty wśród dostawców, wiedza nt. występujących trendów), znajomość obowiązujących procedur (zakupy, gospodarka magazynowa), umiejętności analityczne (m.in. ocena efektywności), umiejętność kierowania zespołami ludzi, odpowiedzialność i sumienność, umiejętność pracy w dużych organizacjach.

Ścieżka rozwoju zawodowego: karierę można zacząć jako asystent działu zakupów (np. Administrative Assistant in Purchasing Department), asystent kierownika zakupów, handlowiec (Sales Representative). Następnie można pracować jako specjalista ds. zakupów/kupiec (Buyer), specjalista ds. logistyki, specjalista ds. sprzedaży/marketingu. Kolejną pozycją w karierze może być koordynator ds. zakupów (Purchasing Coordinator), starszy kupiec (Senior Buyer). Kolejne stanowiska to Brand Manager, Product Manager, Purchasing Manager, Logistics Manager (menedżer ds. logistyki). Zwieńczeniem drogi zawodowej może być objęcie obowiązków dyrektora ds. zakupów, Logistics Directora (dyrektora ds. logistyki), Operations Managera (kierownika/dyrektora ds. operacyjnych), dyrektora zarządzającego (zwłaszcza w mniejszych firmach produkcyjnych i technologicznych), a także możliwe najwyższe stanowiska dyrektora generalnego czy prezesa.

Wynagrodzenie: według danych TMP Worldwide średnio 4-8 tys. zł brutto, w dużych organizacjach oraz zależnie od miejsca w strukturze firmy wynagrodzenie na tym stanowisku dochodzić może do 10 tys. zł, dodatkowo wyjazdy za granicę na konferencje czy targi

Quality Manager - menedżer ds. jakości

Quality Manager to stanowisko kierownicze, które wiąże się bardziej z zarządzaniem projektami i procesami niż zespołem. Z danych firmy TMP Worldwide wynika, że większość osób pełniących tę funkcję ma 28-34 lata. Zauważalna jest przewaga kandydatów z firm produkcyjnych, z branży teleinformatycznej i FMCG

Polskie odpowiedniki lub opis: menedżer ds. jakości/menedżer ds. systemów jakości/menedżer ds. zapewnienia jakości.

Przełożony: dyrektor działu zarządzania jakością. Quality Manager może też podlegać bezpośrednio dyrektorowi generalnemu lub zarządzającemu.

Podwładni: bardzo często jest to samodzielne stanowisko, ewentualnymi podwładnymi mogą być członkowie działu ds. jakości (w dużych firmach i zakładach produkcyjnych) - specjaliści ds. jakości, kontrolerzy i technolodzy.

Zakres obowiązków: koordynacja projektów dotyczących wprowadzenia, usprawnienia i utrzymania jakości, tworzenie wymogów jakościowych dla nowych procesów, produktów czy usług, rozwój systemów zarządzania jakością (np. zgodnie ze

Szczęście sprzyja przygotowanym

standardami ISO 9001 lub 9002, czy np. Six Sigma). Kolejne zadania to doradzanie klientom we wszystkich stadiach powstawania produktów lub usług - od badań, planowania, wprowadzania, wdrażanie i nadzór nad outsourcingiem usług. Do obowiązków należy też udział w przygotowywaniu umów handlowych (gwarancje jakości), opiniowanie, wymiana informacji z innymi działami (zwłaszcza z działem badań i rozwoju oraz działami produkcyjnymi), wdrażanie i nadzór nad systemem informacji technicznych i prawnych o produktach, monitorowanie parametrów jakościowych w wytwarzanych produktach czy oferowanych usługach, współpraca z urzędami i innymi organizacjami, np. z Urzędem Regulacji Telekomunikacji, urzędami celnymi i patentowymi, Najwyższą Izbą Kontroli.

Inne obowiązki: audyt wewnętrzny, przygotowywanie i wprowadzania procedur i instrukcji, przygotowywanie raportów i prezentacji jakościowych dla zarządu.

Oczekiwane kompetencje: wymagane jest wykształcenie wyższe, zazwyczaj techniczne, i bardzo dobra znajomość angielskiego. Bardzo często pracodawcy oczekują ukończenia studiów podyplomowych lub doktoranckich z zarządzania jakością.

Konieczna jest znajomość norm i procedur linii ISO, dobrze widziana jest wiedza na temat systemu Six Sigma, umiejętność przeprowadzanie wewnętrznych audytów, doświadczenie w certyfikowaniu przedsiębiorstw zgodnie z wymaganiami prawnymi, organizacyjnymi oraz systemów zapewnienia i utrzymania jakości.

Oczekiwana jest znajomość nowoczesnej metodologii i trendów w zarządzaniu procesami i jakością, odpowiedzialność i sumienność, umiejętność pracy w interdyscyplinarnych, często również międzynarodowych zespołach.

Wymagane jest minimum trzyletnie doświadczenie w danej branży (wiedza o produktach i technologiach).

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako asystent np. w dziale technicznego wsparcia sprzedaży, ewentualnie jako asystent menedżerów ds. produktu, marki czy jakości.

Kolejny etap to bardziej samodzielne stanowiska, np. konstruktor, inżynier technolog, inżynier czy specjalista ds. jakości. Następnie przechodzi się na pozycję starszego specjalisty ds. jakości czy koordynatora ds. jakości.

Kolejnym stanowiskiem jest stanowisko menedżera ds. produktu/menedżera ds. jakości/menedżera ds. logistyki/menedżera ds. operacyjnych.

Ostatnimi etapami mogą być pozycje dyrektora działu zarządzania jakością/dyrektora działu badań i rozwoju oraz pozycje dyrektora zarządzającego (zwłaszcza w mniejszych firmach produkcyjnych i technologicznych), możliwe jest także objęcie najwyższych stanowisk - dyrektora generalnego czy prezesa.

Wynagrodzenie: to średnio 6- 8 tys. zł brutto, bonusy w postaci licznych szkoleń i egzaminów zewnętrznych (również zagranicznych).

Research and Development Manager (R&D Manager) - kierownik ds. badań i rozwoju

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

R&D Manager jest bardzo odpowiedzialnym stanowiskiem, wymaga nie tylko umiejętności zarządzania projektami i procesami, lecz także zespołem. Liczy się też umiejętność współpracy na odległość (np. nad projektami prowadzonymi w porozumieniu z zewnętrznymi instytutami badawczymi lub jednocześnie w kilku laboratoriach koncernu). W bazie kandydatów TMP Worldwide większość osób pełniących tę funkcję znajduje się w przedziale wiekowym 30-45 lat. Zauważalna jest przewaga kandydatów z firm produkcyjnych, z branży teleinformatycznej oraz z sektora FMCG. Bardzo ważna jest znajomość produktów/ usług z danego sektora (np. praca w danej gałęzi przemysłu czy znajomość linii produkcyjnej np. wyrobów czekoladowych), a np. w przypadku firm z sektora IT / telekomunikacyjnego liczy się praktyczne doświadczenie w obrębie danej technologii oraz nierzadko międzynarodowe staże w znanych placówkach naukowych.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik ds. badań i rozwoju / menedżer zespołu R&D / menedżer działu ds. badań i rozwoju.

Przełożony: dyrektor działu R&D; R&D Manager może też raportować bezpośrednio do General Managera (dyrektora generalnego) lub Managing Directora (dyrektora zarządzającego), często spotykane w dużych korporacjach jest raportowanie do szefa centrum badawczego w centrali firmy za granicą.

Podwładni: podwładnymi mogą być wszyscy członkowie działu ds. badań i rozwoju, np. pracownicy laboratoryjni, specjaliści ds. jakości, kontrolerzy, technolodzy, researcherzy.

Zakres obowiązków: opracowywanie i wprowadzanie nowych procesów, produktów czy usług, współudział we wszystkich stadiach powstawania produktów lub usług - od badań właściwych, przez planowania, rozwój i wdrożenie, do kontroli finalnej, przygotowywanie i testowanie produktów i procesów (np. tworzenie prototypów na potrzeby testów), monitorowanie parametrów jakościowych wytworzonych wyrobów / procesów (zgodnie ze standardami ISO, AIB czy np. Six Sigma), opiniowanie i aktywne uczestnictwo w nowych projektach wdrażanych w firmie, prowadzenie projektów związanych z uzyskiwaniem oszczędności, opracowywanie i wdrażanie nowoczesnych systemów oceny wyrobów i usług, aktywna wymiana informacji z innymi działami (z działami produkcyjnymi, w dużych zakładach też z działem ds. jakości i działem marketingu), współpraca z urzędami i innymi organizacjami, np. urzędami celnymi i patentowymi, Najwyższą Izbą Kontroli, audyt wewnętrzny oraz certyfikacja na potrzeby zewnętrzne, przygotowywanie raportów i prezentacji dla zarządu oraz na potrzeby zewnętrzne, koordynowanie pracy zespołu ds. R&D.

Oczekiwane kompetencje: minimum 4-5-letnie doświadczenie w danej branży (wiedza o produktach i technologiach), wykształcenie wyższe (zazwyczaj techniczne) bardzo często pogłębiane studiami doktoranckimi i specjalizacją w danej dziedzinie, znajomość norm i procedur linii ISO, mile widziana jest wiedza na temat innych systemów jakościowych, umiejętność przeprowadzania wewnętrznych audytów,

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

doświadczenie w certyfikowaniu zgodnie z wymaganiami prawnymi, organizacyjnymi oraz jakościowymi, znajomość nowoczesnej metodologii i trendów w zarządzaniu procesami i jakością, bardzo dobra znajomość języka angielskiego, odpowiedzialność i sumienność, umiejętność pracy w interdyscyplinarnych, często również międzynarodowych zespołach.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako asystent w dziale technicznego wsparcia sprzedaży, pomocnik w dziale technicznym, dziale jakości lub dziale R&D, ewentualnie jako pracownik produkcji. Następnie można objąć bardziej samodzielne stanowiska np. jako laborant, chemik, konstruktor, inżynier technolog, inżynier czy specjalista ds. jakości, programista / specjalista ds. baz danych. Kolejnym etapem mogą być pozycje starszego specjalisty ds. jakości, architekta systemów informatycznych, analityka technologii. Następnie można pracować jako Product Manager (menedżer ds. produktu) / Quality Manager (menedżer ds. jakości) / R&D Manager (kierownik ds. R&D). Jednymi z przedostatnich stanowisk, jakie można zająć, są pozycje dyrektora działu zarządzania jakością (Quality Director) / dyrektora działu badań i rozwoju (R&D Director). Karierę mogą wieńczyć stanowiska dyrektora zarządzającego (zwłaszcza w mniejszych firmach produkcyjnych i technologicznych), a także najwyższe stanowiska - dyrektora generalnego czy prezesa.

Wynagrodzenie: według danych TMP Worldwide średnio 5- 8 tys. zł brutto, w dużych międzynarodowych koncernach średnio do ok. 8-12 tys. zł, do tego liczne szkolenia i wyjazdy (również zagraniczne) na konferencje, sympozja i prace badawcze w międzynarodowym składzie, dodatkowo opłacane są przez firmę studia podyplomowe / doktoranckie oraz egzaminy zewnętrzne, a także skierowanie / stypendia na staże zagraniczne.

Rzecznik prasowy

Większość osób pełniących funkcje rzecznika prasowego znajduje się w przedziale wiekowym 30-35 lat. Średni wiek kandydatów ubiegających się o te stanowiska to 26 lat, więc można przyjąć, że wtedy kandydaci mają ukończone studia magisterskie oraz minimum dwu-, trzyletnie doświadczenie zawodowe.

Stanowisko rzecznika prasowego spotyka się w większości branż. Obecnie bardzo wiele firm i organizacji zatrudnia osoby, które reprezentują je na zewnątrz, wypowiadają się w ich imieniu, zarządzają procesem przebiegu informacji.

Bardzo często od rzecznika prasowego zależy, jak firma lub organizacja jest postrzegana przez otoczenie. Szczególnie ważną funkcję rzecznik prasowy pełni podczas tzw. sytuacji kryzysowych oraz w momentach przełomowych. Stanowisko to stało się jednym z kluczowych w ciągu ostatnich lat, ponieważ przedsiębiorstwa oraz organizacje uświadomiły sobie, iż podstawą ich istnienia jest odpowiednie kreowanie własnego wizerunku i akceptacja społeczna.

Polski odpowiednik: Spokesman.

Przełożony: Dyrektor generalny, prezes (przedsiębiorstwo, firma, organizacja),

Szczęście sprzyja przygotowanym

minister, wiceminister (Służba Cywilna).

Podwładni: Menedżer ds. PR, specjaliści ds. PR oraz wszyscy pomocnicy z działu PR w przypadku, gdy nie jest to stanowisko samodzielne.

Zakres obowiązków: Reprezentowanie firmy/organizacji na zewnątrz, udzielanie wywiadów w imieniu firmy/organizacji, publiczne wypowiedzanie się w imieniu firmy/organizacji, kształtowanie wizerunku firmy/organizacji, pozyskiwanie informacji i zarządzanie, wspieranie korporacyjnego systemu informacyjnego, realizacja polityki informacyjnej firmy/organizacji, przygotowywanie oświadczeń władz firmy/organizacji, przygotowywanie raportów z informacjami zwrotnymi z zewnątrz, np. po ukazaniu się informacji prasowej, monitorowanie prasy, kontakty z mediami, organizacja konferencji prasowych, organizowanie spotkań władz firmy/organizacji z przedstawicielami mediów, opracowywanie odpowiedzi dla mediów oraz udzielanie telefonicznych odpowiedzi, aktywna współpraca z innymi osobami w obrębie firmy (zwłaszcza z działem marketingu i sprzedaży), zarządzanie zespołem ds. PR w firmie, nadzór nad współpracującymi agencjami PR i firmami konsultingowymi, organizacja imprez oraz wszystkich specjalnych projektów (targi, prezentacje, imprezy charytatywne) mających na celu propagowanie i upublicznianie działalności firmy lub jej poszczególnych części lub usług czy produktów, monitorowanie i analiza zachowań rynkowych konkurencji oraz wyników promocji własnych produktów/usług, planowanie budżetu i kontrola wydatków na PR, przygotowywanie materiałów informacyjnych, folderów ulotek, gazetek firmowych, informacyjnych materiałów wewnętrznych (np. publikowanych w intranecie), odpowiedzialność za realizację zadań związanych z funkcjonowaniem biura rzeczownika.

Oczekiwane kompetencje: Minimum dwu- lub trzyletnie doświadczenie z dziedziny public relations (zdobyte albo w agencjach PR, albo w obrębie danej branży - jest to ważne szczególnie w firmach z branży zaawansowanych technologii), wykształcenie wyższe (magisterskie lub kierunkowe licencjackie), wysoka komunikatywność zarówno werbalna, jak i pisemna, bardzo dobra znajomość języka angielskiego (często dodatkowo innego), ponadprzeciętne zdolności interpersonalne, umiejętność występowania publicznie i przemawiania do dużej grupy osób (znajomość zagadnień psychologii społecznej i psychologii tłumu), bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, zdolność do obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, głęboka znajomość rynku i śledzenie aktualnych wydarzeń, umiejętność zrozumienia potrzeb klienta (zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego), umiejętność pracy w zespole oraz zdolności przywódcze (leadership), umiejętność podejmowania decyzji oraz radzenia sobie w trudnych, często awaryjnych sytuacjach, dyspozycyjność, odporność na stres - bardzo ważna!

Ścieżka rozwoju zawodowego: Karierę można rozpocząć jako pracownik administracyjny agencji PR lub informacyjnej czy agencji reklamowej/researcher, asystent w biurze prasowym. Następnym stanowiskiem może być

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

dziennikarz/reporter/specjalista ds. promocji/specjalista ds. marketingu/specjalista ds. PR. Kolejna możliwa pozycja zawodowa to kierownik ds. promocji/kierownik ds. PR, następnie stanowisko dyrektora biura prasowego/ dyrektora ds. PR/głównego rzeczownika firmy/organizacji.

Wynagrodzenie: Płaca zasadnicza w przedziale 3-10 tys. zł brutto, samochód, laptop, telefon komórkowy, szkolenia zewnętrzne.

Sales Director - dyrektor ds. sprzedaży

Sales Director jest kierowniczym stanowiskiem, zajmująca je osoba zarządza zespołem sprzedaży (zajmuje się podziałem pracy dla handlowców, ich motywowaniem, ale również sprzedażą). Na podstawie danych z bazy kandydatów TMP Worldwide można zauważyć, że większość osób pełniących te funkcje ma około 30 lat, choć od jakiegoś czasu średnia ta jest nawet nieco niższa, ponieważ niektórzy dyrektorzy ds. sprzedaży zaczynają zdobywać doświadczenie już podczas studiów. Znaczna jest przewaga kandydatów z branży FMCG (dóbr szybko zbywalnych), logistycznej, motoryzacyjnej, sprzedaży hurtowej i detalicznej, firm produkcyjnych. Stanowisko to też dosyć często pojawia się w sektorze telekomunikacyjnym. Pracodawcy poszukujący Sales Directora oczekują od kandydatów znajomości produktów/ usług z danego sektora.

Polskie odpowiedniki lub opis: dyrektor ds. sprzedaży

Przełożony: General Manager lub Managing Director (dyrektor zarządzający).

Podwładni: Przedstawiciele handlowi (Sales Representatives), Key Account menedżerowie, regionalni kierownicy sprzedaży. Może to też być samodzielne stanowisko.

Zakres obowiązków: organizowanie pracy przedstawicieli handlowych, pozyskiwanie nowych klientów, doradzanie im, prezentacje, negocjacje oraz sprzedaż produktu/ usługi, budowanie relacji typu business to business, ocena i rozwój nowych możliwości sprzedażowych dla produktu/ usługi/ działu, opracowanie planów budżetu, strategii, przygotowywanie umów i koordynacja ich realizacji, monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników własnego produktu/usługi/działu, aktywna współpraca z innymi działami firmy, przygotowywanie raportów, prowadzenie szkoleń dla przedstawicieli handlowych, udział lub prowadzenie konferencji.

Oczekiwane kompetencje: kilkuletnie doświadczenie w zakresie sprzedaży (zwłaszcza w obrębie danej branży), wyższe wykształcenie (zazwyczaj ekonomiczne, lecz w przypadku np. firm z branży teleinformatycznej dobrze widziane wykształcenie techniczne i ewentualne dodatkowe studia podyplomowe czy MBA), bardzo dobra znajomość angielskiego (rzadziej innego), dobrze widziane jest doświadczenie w pracy w międzynarodowym środowisku, umiejętność pozyskiwania klientów, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, wysoka komunikatywność, zdolność do obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, umiejętność analizy, zdolności planistyczne, otwartość na zmiany, innowacyjność, umiejętność pracy w zespole, dyspozycyjność,

Szczyćcie sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

odporność na stres (bardzo ważna), osobowość lidera.

Ścieżka awansu: konieczne są przynajmniej dwa-trzy lata doświadczenia w pracy przedstawiciela handlowego. Kolejnym stanowiskiem może być pozycja sales executive/key account managera/ business development managera/ kierownika ds. sprzedaży, następnie regionalnego kierownika ds. sprzedaży lub dyrektora ds. kluczowych klientów, później dyrektora ds. sprzedaży lub dyrektora generalnego, dyrektora zarządzającego czy nawet prezesa.

Wynagrodzenie: płaca zasadnicza - powyżej 10 tys. zł brutto, premia zależna od wyników sprzedawcy i całego zespołu, bonusy: samochód służbowy, laptop, telefon komórkowy, prywatna opieka medyczna, szkolenia.

Sales Executive - specjalista/koordynator ds. sprzedaży

Na podstawie wybranych losowo stu osób zarejestrowanych jako Sales Executive/ Senior Sales Executive w bazie kandydatów TMP Worldwide, można wyciągnąć wnioszek, że większość osób pełniących tę funkcję ma minimum dwu-trzyletnie doświadczenie zawodowe i znajduje się w przedziale wiekowym 25-28 lat (69 osób); pozostałe osoby należą do przedziałów 28-30 (11 osób), 30-32 (11) i powyżej 32 (9 osób). Nazwa stanowiska występuje najczęściej w branży usług finansowych, w firmach sprzedających rozwiązania informatyczne/telekomunikacyjne oraz w agencjach reklamowych. W branży teleinformatycznej kryterium selekcyjnym kandydatów na stanowisko Sales Executive jest znajomość specyfiki/ klientów z danego sektora oraz wykształcenie techniczne.

Polskie odpowiedniki lub opis: specjalista/koordynator ds. sprzedaży, handlowiec, (regionalny) agent sprzedaży, (regionalny) przedstawiciel handlowy.

Przełożony: w mniejszych organizacjach przełożonym jest zazwyczaj kierownik/dyrektor ds. sprzedaży (zwłaszcza odpowiedzialny za dany region), w większych np. Team Manager (kierownik zespołu handlowców).

Podwładni: zazwyczaj jest to samodzielne stanowisko, Sales Executive może być też odpowiedzialny za koordynację pracy przedstawicieli handlowych/merchandiserów w danym regionie.

Zakres obowiązków: sprzedaż produktów/usług - nakierowanie na wzrost sprzedaży w regionie, pozyskiwanie klientów (indywidualnych i/lub biznesowych), prowadzenie negocjacji handlowych, kompleksowe opracowywanie ofert i zawieranie umów, identyfikacja, ocena, rozwój nowych możliwości marketingowych dla produktu/usługi, monitorowanie i analiza danych rynkowych dotyczących segmentu, konsumentów, działań konkurencji i wyników własnego produktu/usługi, raportowanie i monitorowanie sprzedaży na danym obszarze, aktywna współpraca z innymi działami firmy, organizowanie prezentacji i przetargów, organizacja i rozliczanie lokalnych akcji reklamowych i promocyjnych, udział i/lub prowadzenie konferencji, reprezentacja firmy na targach, wspomaganie pracy Team Managera, ewentualnie zarządzanie pracą i motywowanie grupy pracowników terenowych; w dużych organizacjach Sales Executive

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

może być również odpowiedzialny m.in. za rekrutację swojego zespołu, plany budżetu, opracowanie strategii, organizacje regionalnego biura handlowego, prowadzenie szkoleń.

Oczekiwane kompetencje: mile widziane jest doświadczenie w pracy na stanowiskach handlowych w międzynarodowych korporacjach, minimum średnie wykształcenie, bardzo dobre umiejętności prezentacyjne i negocjacyjne, wysoka komunikatywność, zdolność do obiektywnej i analitycznej oceny sytuacji, wysoka samodzielność, wysoka odporność na stres, dyspozycyjność.

Ścieżka rozwoju zawodowego: można zacząć jako telemarketer, merchandiser, Sales Assistant/Senior Sales Assistant, przedstawiciel handlowy, konsultant ds. sprzedaży. Następnym stanowiskiem może być specjalista ds. promocji/marketingu, customer support specialist (specjalista ds. obsługi klienta), Sales Executive/Field Sales Executive (regionalny koordynator sprzedaży), Account Manager. Kolejną pozycją w karierze może być stanowisko Senior Sales Executive/Field Sales Manager (kierownik sprzedaży w regionie)/Key Account Manager/Regional lub National Key Account Manager (kierownicy ds. kluczowych klientów. Drogę zawodową można kontynuować jako Sales Manager (kierownik ds. sprzedaży), Business Development Manager/Market Development Manager (ds. rozwoju rynku)/ ewentualnie Key Account Director (dyrektor zespołu ds. kluczowych klientów). Jednymi z ostatnich stanowisk, które można objąć, są Sales Director (dyrektor ds. sprzedaży) oraz Regional Manager (dyrektor na kraj lub region).

Wynagrodzenie: płaca zasadnicza - średnio ok. 3,5-5 tys. zł w górę, co łącznie z premiami i innymi dodatkami może osiągać pułap 8-10 tys. zł miesięcznie, do tego premia (nawet do 2,3-krotności pensji podstawowej) oraz samochód służbowy, telefon komórkowy.

Supply Chain Manager - kierownik zarządzający dostawami

Nazwa ta tłumaczona jest zazwyczaj jako kierownik zarządzający łańcuchem dostaw. Coraz częściej można spotkać się z takim stanowiskiem w firmach z branży logistycznej. Zakres obowiązków uzależniony jest tu m.in. od charakteru firmy. W mniejszych firmach Supply Chain Manager nie występuje jako odrębne stanowisko, częściej obowiązki te powierzone są kierownikom ds. logistyki (Logistics Manager).

Wiek osób ubiegających się o to stanowisko to przeważnie 28-32 lata.

Polskie odpowiedniki lub opis: kierownik zarządzający łańcuchem dostaw.

Przełożony: Supply Chain Manager może raportować do dyrektora ds. logistyki lub regionalnego dyrektora ds. łańcucha dostaw - Regional Supply Chain Managera (w zależności od struktury organizacyjnej firmy).

Podwładni: w zależności od charakteru firmy (wielkość, liczba dostawców, skala dokonywanych zakupów) Supply Chain Managerowi - oprócz pracowników administracyjnych i asystentów działu logistycznego - podlegać mogą specjaliści/konsultanci odpowiedzialni za poszczególne działy w firmie, a także

Szczerze sprzyja przygotowanym

pracownicy innych komórek (dystrybucji, importu/eksportu, planowania produkcji, obsługi klienta, inwestycji, jakości).

Zakres obowiązków: zakładanie i zarządzanie systemem scentralizowanej dystrybucji, koordynacja łańcucha dostaw, przygotowywanie i ustanawianie koniecznych we współpracy z dostawcami procedur i procesów, negocjowanie z dostawcami, monitorowanie i wykonywanie założonego poziomu wyników, przygotowanie i kontrola budżetu, optymalizacja kosztów, tworzenie standardów i procedur związanych z zakupami, rozpoznanie rynku dostawców, produktów i usług, nawiązywanie kontaktów z dostawcami, negocjacje i zawieranie umów, okresowa ocena dostawców, monitorowanie procesu zakupów, zarządzanie ludźmi, analizy i raportowanie, administrowanie, współpraca z innymi działami firmy.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe ekonomiczne (atutem są kierunkowe studia podyplomowe), kilkuletnie doświadczenie w branży, znajomość języka angielskiego, umiejętności: nawiązywania i utrzymywania kontaktów, strategicznego myślenia, negocjacyjne, zarządzania czasem, kreowania zewnętrznego wizerunku, zarządzania ludźmi oraz procesami, zorientowanie na klienta, doświadczenie w pracy w środowisku międzynarodowym, silna osobowość, elastyczność.

Ścieżka rozwoju zawodowego: ze względu na stale kształtującą się specyfikę tego stanowiska trudno określić ścieżkę kariery - pracę można rozpocząć jako asystent działu logistyki, następnie objąć obowiązki specjalisty ds. logistyki, specjalisty ds. zakupów, analityka sprzedaży, analityka ds. zakupów i z czasem poszerzać je o coraz to nowe zakresy, w tym o charakterze menedżerskim, czego ukoronowaniem może być objęcie stanowiska kierownika ds. logistyki, kierownika ds. łańcucha dostaw, kierownika ds. zaopatrzenia. Stanowisko to można też w mniejszych firmach objąć, przechodząc z działów produktowych i marketingowych, np. będąc Product Managerem (kierownikiem ds. produktu) czy doświadczonym Brand Managerem (opiekunem marki) lub też pracując na stanowiskach handlowych, związanych np. ze współpracą z zagranicą (np. Import/ Export Manager). Awans ze stanowiska Supply Chain Managera przewiduje rozszerzenie zakresu odpowiedzialności na większe obszary geograficzne (Regional Supply Chain Manager) lub awans pionowy, np. na stanowisko Supply Chain Director lub Logistics Director.

Wynagrodzenie: pensja na tym stanowisku wynosi średnio ok. 7-8 tys. brutto, może w niektórych przypadkach dochodzić do powyżej 10 tys. lub więcej, do tego telefon komórkowy, laptop, samochód.

Tax Specialist - specjalista ds. podatków

Stanowisko konsultanta/specjalisty ds. podatkowych występuje najczęściej w spółkach doradztwa podatkowego, firmach konsultingowych (w tym w firmach z tzw. wielkiej piątki), bankach, w biurach podatkowych, urzędach skarbowych, Ministerstwie Finansów. Najwięcej osób pełniących podobne funkcje nie przekroczyło 35. roku życia, stosunkowo dużo osób starających się o tę posadę ma 27-33 lata

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

Polskie odpowiedniki lub opis: specjalista ds. podatków, doradca podatkowy, konsultant w dziale podatkowym.

Przełożony: menedżer/dyrektor działu podatkowego, dyrektor finansowy.

Podwładni: jest to zazwyczaj samodzielne stanowisko, ewentualnie podlegają mu asystenci oraz niżsi hierarchią pracownicy działu (młodszy księgowi, młodszy prawnicy).

Zakres obowiązków: doradzanie klientom w sprawach z zakresu podatku dochodowego od osób prawnych, VAT, innych podatków, międzynarodowych aspektów opodatkowania, procedur celnych prawa handlowego, prawa bankowego, procedury związanej z uruchomieniem działalności gospodarczej w Polsce i inne, obliczanie podatków dochodowych, z tytułu dywidendy i innych, planowanie wysokości podatku należnego w przyszłości (na podstawie prognozowanego budżetu), wypełnianie zeznań i deklaracji podatkowych, monitorowanie zmian w bieżących przepisach prawa podatkowego, ewentualnie współpraca z działem księgowości, informowanie o zmianach podatkowych, kontrole działu księgowości pod względem zgodności, nadzór nad rejestracją i bazami danych na potrzeby podatkowe, reprezentowanie klientów/firmy w postępowaniu przed organami podatkowymi, organami kontroli skarbowej i przed NSA w zakresie sądowej kontroli decyzji prawno-podatkowych, nieustanne śledzenie komentarzy do ustaw podatkowych, optymalizacja polityki personalnej firmy z uwzględnieniem spraw podatkowych, doradztwo podatkowe w zakresie optymalizacji podatkowej projektów/inwestycji firmy, kontrola kosztów firmy, wdrożenie oraz nadzór nad zintegrowanymi systemami zarządzania przedsiębiorstwem (np. SAP), konsultacje praktyczne podczas wdrażania systemu w spółkach powiązanych, kontrola raportów dla centrali, kontrola dokumentów księgowych pod względem ryzyka podatkowego, utworzenie i monitorowanie bazy środków trwałych w SAP, współpraca z innymi członkami zespołu, przynależność i współpraca z różnymi organizacjami profesjonalnymi.

Oczekiwane kompetencje: wykształcenie wyższe prawnicze, podyplomowe studia podatkowe, uprawnienia doradcy podatkowego (np. ukończony kurs i zdany egzamin na doradcę podatkowego w Ministerstwie Finansów), bardzo dobra znajomość języka angielskiego, w tym słownictwa z zakresu prawnego, minimum trzy-czteroletnie doświadczenie w procedurach prawnych oraz w księgowości/rachunkowości, mile widziane doświadczenie zdobyte w międzynarodowych koncernach lub firmach doradczych, umiejętność sprawnego posługiwania się komputerem, znajomość oprogramowania księgowo-finansowego oraz zintegrowanych systemów wspomagania zarządzania przedsiębiorstwem, wysokorozwinięte umiejętności analityczne i planistyczne, zdolność do realistycznej oceny sytuacji, wysoki poziom odpowiedzialności i uczciwości, odporność na stres, umiejętność pracy pod presją czasu. **Ścieżka rozwoju zawodowego:** można zacząć jako asystent działu księgowego, finansowego lub prawnego/wsparcie administracyjne w firmie konsultingowej czy prawniczej/asystent kierownika ds. podatkowych (Assistant Tax Manager). Kolejnym

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

etapem może być stanowisko młodszego księgowego (Junior Accountant)/ młodszego prawnika (Junior Lawyer)/ inspektora kredytowego/inspektora podatkowego. Następnie można objąć obowiązki starszego inspektora podatkowego/doradcy podatkowego/ analityka finansowego/ księgowego/prawnika. Kolejne etapy kariery zawodowej to pozycje radcy prawnego/starszego analityka finansowego/głównego księgowego (Chief Accountant). Następnie można pracować jako kierownik działu podatkowego/księgowo-podatkowego/ w urzędach państwowych np. referatu ds. ewidencji podatkowej. Jednymi z ostatnich są stanowiska dyrektora działu ds. podatkowych/dyrektora finansowego (CFO - Chief Financial Officer)/partnera w firmie konsultingowej. Zwieńczeniem kariery mogą być obowiązki dyrektora ds. Operacyjnych (COO - Chief Operations Officer)/dyrektora zarządzający (Managing Director)/dyrektora generalnego (General Director)/ wiceprezesa ds. finansowych. **Wynagrodzenie:** na podstawie danych TMP Worldwide wynagrodzenie miesięczne osób starających się o to stanowisko wynosi średnio 3-6 tys. zł, w dużych instytucjach i firmach międzynarodowych specjaliści ds. podatkowych zarabiają średnio 6-10 tys. zł brutto miesięcznie, zaś pensja najwyższej klasy doradców podatkowych przekracza może 15 tys. zł. Dodatkowo oferowane są szkolenia i opłacane przez firmę kursy/licencje (często również zwrot kosztów, np. za kierunkowe studia podyplomowe czy MBA).

Trade Marketing Specialist - specjalista ds. marketingu handlowego
Trade Marketing Specialist, określany również jako Trade Marketing Officer/ Executive/ Co-ordinator, to stanowisko obejmujące całokształt działań marketingowych mających na celu bezpośrednio wsparcie sprzedaży. Wiąże się ono ze ścisłą współpracą zarówno ze strukturami marketingu, jak i sprzedaży. Dział trade marketingu może być jednostką odrębną lub stanowić część działu sprzedaży, channel business development (dystrybucja przy udziale partnerów handlowych) lub marketingu. Stanowisko to występuje zazwyczaj w firmach branży FMCG (dóbr szybko zbywalnych), ale pojawia się również w branży motoryzacyjnej, zaawansowanych technologii (IT i telekomunikacja) oraz w agencjach reklamowych. Bardzo ważna jest tu znajomość wszelkich aspektów działań BTL (Below the Line). Z danych TMP Worldwide wynika, że średni wiek kandydatów ubiegających się o to stanowisko to ok. 25 lat, można więc założyć, że kandydaci niedawno ukończyli studia i mają rok, dwa lata doświadczenia zawodowego.

Polskie odpowiedniki lub opis: Specjalista ds. marketingu handlowego.
Przełożony: Kierownik lub dyrektor ds. marketingu, trade marketing manager, może też raportować, w zależności od umieszczenia działu trade marketingu w strukturach firmy, do dyrektora działu sprzedaży.

Podwładni: Trade Marketing Specialist to samodzielne stanowisko.

Zakres obowiązków: Planowanie kalendarza promocji, przygotowanie działań promocyjnych dla różnych kanałów dystrybucji i sprzedaży, planowanie ogólnopolskich

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

strategii promocyjnych dla poszczególnych marek, przygotowanie i zarządzanie materiałami POS i wszystkimi niezbędnymi materiałami promocyjnymi, odpowiedzialność za działania logistyczne związane z koordynowaniem dostaw materiałów reklamowych do przedstawicieli handlowych i klientów, rozliczanie budżetu trade marketingowego, analizy konkurencji, badania i analizy rynku na podstawie danych ze współpracujących firm badawczych czy agencji reklamowych, analizy sprzedaży.

Czasem specjalista ds. marketingu handlowego zajmuje się również projektami związanymi z zarządzaniem kategorią produktów (category management) oraz działaniami związanymi z planowaniem półki (merchandisingowymi, shelf space management). Ważna jest wówczas znajomość arkusza kalkulacyjnego - Excella lub specjalistycznego programu (np. Apollo Professional - istniejącego jeszcze w niewielu firmach). Opiekun marki zobowiązany jest także do aktywnej współpracy z działem sprzedaży i marketingu.

Oczekiwane kompetencje: Wymagane jest minimum 1-2 letnie doświadczenie w zakresie marketingu (promocja BTL, reklama) oraz często w sprzedaży, dobrze widziane jest wyższe wykształcenie, a przynajmniej stopień licencjata (np. na kierunku marketing i zarządzanie). Wymagana jest również bardzo dobra znajomość rynku oraz technik jego badania, doświadczenie we wdrażaniu standardów merchandisingowych, znajomość języka angielskiego, umiejętność planowania i organizacji, zdolności analityczne, umiejętność pracy w zespole, komunikatywność. Ścieżka rozwoju zawodowego Pierwszym etapem kariery może być praca w charakterze asystenta w dziale marketingu/ sprzedaży, ewentualnie asystenta menedżera ds. marketingu, trade marketingu lub category menedżera. Kolejny etap to stanowisko koordynatora lub specjalisty ds. trade marketingu. Po zdobyciu doświadczenia na tym stanowisku można zająć pozycję menedżerską w zakresie trade marketingu, sprzedaży, zarządzania kategorią (category management).

Wynagrodzenie: Płaca zasadnicza waha się między 5 tys. zł a 8 tys. zł brutto. Dodatkowo - opcjonalnie - telefon komórkowy, rzadziej laptop, samochód służbowy.

Training and development consultant - specjalista ds. szkoleń i rozwoju
Stanowisko to spotykane jest zazwyczaj w firmach konsultingowych lub szkoleniowych. Inne używane nazwy to training consultant (konsultant-trener), learning and development consultant. Osoba na tym stanowisku jest odpowiedzialna głównie za rozwój i upowszechnianie najlepszych i najbardziej odpowiednich w danym przypadku praktyk szkoleniowych. Średni wiek osób ubiegających się o to stanowisko to około 30 lat.

Polskie odpowiedniki lub opis: trener, specjalista ds. szkoleniowych, specjalista ds. szkoleń i rozwoju, konsultant (w firmie szkoleniowej).

Przełożony: najwyższe stanowiskiem osoby w firmie (np. dyrektor generalny, prezes

Szczerze sprzyja przygotowanym

zarządu).

Podwładni: specjalista ds. szkoleń to zazwyczaj stanowisko samodzielne (w firmach szkoleniowych i konsultingowych), lecz w przypadku gdy w firmie jest wyodrębniony dział szkoleń i/lub rozwoju, podwładnymi trenera mogą być asystenci działu/researcherzy (czyli osoby odpowiedzialne za pozyskiwanie i przetwarzanie danych rynkowych)/ młodszy konsultanci.

Zakres obowiązków: do obowiązków specjalisty ds. szkoleń należy organizacja, prowadzenie oraz ewentualnie sprzedaż usług szkoleniowych (szkolenia otwarte i zamknięte), identyfikacja i analiza potrzeb szkoleniowych, przygotowanie materiałów szkoleniowych, prezentacji (często na podstawie własnych analiz i doświadczeń). W przypadku szkoleń zamkniętych, czyli organizowanych dla jednej firmy, trener musi również przeprowadzić analizę potrzeb klienta.

Trenerzy specjalizują się w określonych działach szkoleń, takich jak: umiejętności interpersonalne, zarządzanie, zachowania prokonsumenckie, kompleksowa obsługa klientów firmy (wewnętrznych i zewnętrznych) we współpracy z innymi działami, utrzymywanie bardzo dobrych relacji z dotychczasowymi klientami, pozyskiwanie nowych klientów.

Oczekiwane kompetencje: wymagane jest minimum roczne lub dwuletnie doświadczenie w szkoleniach, konsultingu i/lub sprzedaży usług. Oczekiwane jest wykształcenie wyższe (często ekonomiczne lub prawnicze), znajomość angielskiego na poziomie co najmniej komunikatywnym (preferowana bardzo dobra), doskonałe umiejętności komunikacyjne, znajomość technik autoprezentacji, prezentacji i negocjacji, zdolność do efektywnego przekazywania wiedzy innym oraz do stałego pogłębiania swojej wiedzy, rozumienie potrzeb innych osób i umiejętność doradzania (rozumienie istoty konsultingu), zdolności organizacyjne.

Ścieżka awansu: (w firmach szkoleniowych/ konsultingowych struktura jest raczej płaska): pierwszym etapem jest zazwyczaj pracownik działu obsługi klienta (np. asystent działu) lub przedstawiciel handlowy (branża usługowa). Kolejnym - asystent/ researcher w dziale szkoleń lub w firmie konsultingowej. Następnym stanowiskiem jest młodszy konsultant ds. szkoleń (junior training consultant), potem szkoleniowiec/ konsultant ds. szkoleń i rozwoju (trainer/ training and development consultant). Kolejnym etapem kariery jest training and development manager/learning and development manager, następnie account/ key account manager. Ostatnie zazwyczaj jest stanowisko dyrektora zarządzającego, dyrektora generalnego, prezesa zarządu.

Wynagrodzenie: w przypadku zatrudnienia pełnoetatowego: pensja podstawowa między 3 tys. a 7 tys., do tego dochodzą bonusy od przeprowadzanych szkoleń i udanych transakcji sprzedaży usług, często służbowy telefon komórkowy, firma pokrywa również liczne szkolenia (typu train the trainer - dla szkoleniowców).

Unit Manager - kierownik zespołu agentów ubezpieczeniowych

Wiek osób pełniących funkcję Unit Managera to zazwyczaj powyżej 30 lat (średnio 40-

Szczęście sprzyja przygotowanym

45 lat), ale zdarza się, że Unit Managerem zostaje osoba, która od początku swojej kariery związana była z branżą ubezpieczeniową i wykazała się bardzo dobrymi wynikami sprzedaży oraz umiejętnością kierowania pracą innych.

Polskie odpowiedniki lub opis: Koordynator przedstawicieli handlowych, kierownik zespołu agentów ubezpieczeniowych.

Przełożony: Może raportować do general managera lub managing directora (dyrektora zarządzającego).

Podwładni: Agenci ubezpieczeniowi, przedstawiciele handlowi (sales representatives).

Zakres obowiązków: Zarządzanie pracą podległego zespołu agentów ubezpieczeniowych (od kilku do kilkudziesięciu osób), zwiększanie sprzedaży w kolejnych okresach, szkolenia z zakresu metod sprzedaży oraz produktu, uczestniczenie w negocjacjach z klientami, coaching, planowanie, organizacja i kontrola pracy zespołu, okresowa ocena efektywności pracy podległych osób, rekrutacja i selekcja kandydatów na agentów, motywowanie pracowników, sporządzanie raportów dotyczących realizacji założonych planów sprzedaży.

Oczekiwane kompetencje:

Wiedza na temat rynku ubezpieczeń, dobrze widziana szczegółowa znajomość produktów firmy, do której aplikuje oraz innych, konkurencyjnych firm z branży, doskonała umiejętność prowadzenia szkoleń, znajomość zasad marketingu (mile widziane doświadczenia marketingowe i sprzedażowe w firmach ubezpieczeniowych lub w firmach handlowo-usługowych), praktyczna i teoretyczna znajomość technik i psychologii sprzedaży, umiejętność tworzenia ofert handlowych, wiedza z dziedziny prawa gospodarczego i prawa pracy, umiejętność obsługi komputera, znajomość języka angielskiego, prawo jazdy, dyspozycyjność.

Ścieżka awansu: Bardzo często Unit Managerem zostaje osoba ze sporym bagażem doświadczeń (w tym menedżerskich) z innych branż. Mile widziane jest doświadczenie handlowe od najniższych szczebli - handlowiec/ przedstawiciel handlowy/ doradca klienta/ agent sprzedaży/ agent ubezpieczeniowy/ Account Manager/ Key Account Manager lub w zakresie marketingu.

Wynagrodzenie: W przeważającej większości przypadków praca w charakterze Unit Managera wiąże się z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej, płaca jest też uzależniona od wyników prowadzonego zespołu. Średnie miesięczne zarobki brutto na tym stanowisku sięgają 5-5,5 tys. zł.

Webdeveloper / Webmaster

Osoby na stanowiskach Webdevelopera lub Webmastera zajmują się projektowaniem stron www. Nazwy tych stanowisk nie są tłumaczone na język polski. W bazie TMP Worldwide wśród aplikujących na te stanowiska zauważalna jest przewaga kandydatów z doświadczeniem w branży IT oraz osób młodych, w przedziale wiekowym 25-28 lata,

Szczerście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

pasjonujących się internetem. Grupa stanowisk: Webmaster, Webdeveloper/ Internet Developer/ Intranet Developer

Polskie odpowiedniki lub opis: są to stanowiska związane z internetem, projektowaniem/ utrzymywaniem serwisów internetowych i innych aplikacji w nowoczesnych technologiach. Nazwy stanowisk związanych z internetem są zazwyczaj przejmowane z języka angielskiego, jak większość wyrażen dotyczących tego medium. **Przełożony:** zazwyczaj jest nim szef zespołu programistów/ Webdeveloperów lub główny Webmaster w przypadku firm IT. Jeśli stanowiska te są w strukturze firm z innych sektorów, pracownicy raportują często do dyrektora działu informatyki, a zdarza się też, że pośrednio podlegają także dyrektorowi departamentu marketingu. **Podwładni:** są to stanowiska samodzielne, chyba że tworzona jest grupa projektowa/ zadaniowa o bardziej złożonej strukturze (np. Webdeveloper może być szefem projektu - Project Managerem i kierować grupa kilku, a w rzadszych przypadkach nawet kilkunastu osób) **Zakres obowiązków:** tworzenie i rozwój aplikacji internetowych (stron internetowych), opracowywanie struktury i architektury technicznej stron, tworzenie i aktualizowanie dostępnych serwisów, utrzymywanie założonej struktury, tworzenie scenariuszy testowych oraz testowanie systemów, pisanie procedur, rozwój, utrzymanie i aktualizacje serwisów, administracja serwerami WWW (tzw. Webowymi, odpowiedzialnymi za obsługę serwisów www, intranetu), integracja systemów informatycznych, przygotowywanie raportów na potrzeby firmy/ klientów (zwłaszcza w przypadku firm konsultingowych, zatrudniających Webmasterów i Webdeveloperów, którzy pracują na potrzeby zewnętrznych klientów firmy) oraz aktywna współpraca z innymi osobami w dziale i w całej firmie (najczęściej dotyczy to działów marketingu i informatycznego), współpraca z firmami współpracującymi (np. udostępniającymi swoje bazy danych), prowadzenie szkoleń dla użytkowników serwisu/ Intranetu. **Oczekiwane kompetencje:** Nie jest tu najważniejsza długość stażu pracy (często zatrudnia się osoby z rocznym czy dwuletnim stażem w projektowaniu/ budowaniu serwisów www), lecz ilość wykonanych zleceń oraz to dla kogo/ dla jakich firm były one wykonywane (konieczne jest posiadanie portfolio prac, do wglądu przyszłego pracodawcy). Na ogół nieodzowna jest znajomość angielskiego (nie tylko, by dobrze poruszać się w terminologii technicznej, lecz także dlatego, że wiele serwisów jest dwujęzycznych). Wykształcenie techniczne nie jest warunkiem koniecznym, ponieważ firmy zatrudniają także osoby, które ukończyły inne kierunki, ale posiadają "zmysł techniczny", nauczyły się programować i mają praktykę w technologiach internetowych. Wymagane są często doświadczenia w pracy z bazami danych i znajomość przynajmniej dwóch czy trzech języków programowania, np. JAVA, SQL, 4GL, C/C++ , (D)HTML, PHP, JavaScript, MySQL. Oczekiwane są zdolności analityczne, dyspozycyjność, chęć do pracy w zmiennym wymiarze godzin, odporność na stres oraz umiejętność dotrzymywania terminów.

Ścieżka rozwoju zawodowego: trudno określić typową ścieżkę kariery zawodowej,

Szczerze sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl

ponieważ pracę jako Webmaster czy Webdeveloper wykonują osoby o różnych wcześniejszych doświadczeniach - mogą o tę posadę ubiegać się programiści, analitycy programiści, graficy komputerowi, administratorzy i specjaliści ds. IT, ale także osoby z spoza branży informatycznej, które pracowały np. w agencjach reklamowych, działach marketingu, firmach konsultingowych, wydawnictwach tradycyjnych, a nawet studenci (nie tylko kierunków technicznych, lecz np. ekonomicznych czy plastycznych) z pewnym, nawet amatorskim, doświadczeniem w projektowaniu i obsłudze stron www. Wynagrodzenie: pensje od 2,5 tys. zł brutto, wiele osób wynagradzanych jest też premiowo, w zależności od wykonanych projektów - wtedy średnia całkowita płaca podzielona na miesiąc dochodzić może do 8-10 tys. zł brutto.

Szczęście sprzyja przygotowanym

ADRES: ul. Jana Pawła II 26/1311, 00-133 Warszawa TEL: (22) 624 12 92 INTERNET: www.aktiff.pl E-MAIL: biuro@aktiff.pl