

RAPORT BIEŻĄCY

HOOP S.A.

5 listopada 2004 r.

Raport bieżący nr 31/2004

Życiorys kandydata na członka Rady Nadzorczej

Zarząd HOOP S.A. w związku z opublikowaniem projektów uchwał które mają być przedmiotem obrad Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy zwołanego na dzień 16 listopada 2004 roku podaje do wiadomości publicznej życiorys kandydata na członka Rady Nadzorczej Pani Beaty Martynowskiej.

Beata Martynowska

Wykształcenie	1998 kursy we Francuskim Instytucie Zarządzania (Institut Francais de Gestion): Finanse I oraz II, Strategia firm, Controlling
	1993 – 1996 wewnętrzne kursy marketingu i zarządzania organizowane przez Benckiser Poland
	1993 kurs „Marketing Management” w Management Centre Europe bh w Brukseli
	1991 kurs: “International Marketing and Marketing Management “ zorganizowany przez The Norwegian Graduate School of Marketing w kooperacji ze Szkołą Główną Handlową
	1990 The Allied Lyons PLC (U.K.): uczestniczka pierwszej edycji praktyk dla młodych polskich przedsiębiorców sponsorowanej przez The British Know How Fund. Staż w brytyjskim przedsiębiorstwie, w działach: Produkcja, Kontrola Jakości, Marketing, Sprzedaż, Finanse.
	1981-1986 Uniwersytet Warszawski, Wydział Neofilologii, tytuł magistra neofilologii
	1978–1984 Szkoła Główna Planowania i Statystyki (dziś: Szkoła Główna Handlowa), Wydział Handlu Zagranicznego, tytuł magistra ekonomii
Doświadczenie zawodowe	2002-2003 MFM Sp. z o.o: <u>Dyrektor Zarządzający</u> , członek Zarządu; odpowiedzialna za przygotowanie trzyletniego biznes planu, opracowanie i wdrożenie zmian w programie, marketingu i sprzedaży, wprowadzenie procedur organizacyjnych i finansowych, opracowanie formatów i zasad raportowania.
	1998-2001 Soraya S.A./Alberto Culver USA: zatrudniona na stanowisku <u>Dyrektora Marketingu</u> , następnie promowana na <u>Wiceprezesa Zarządu</u> ; odpowiedzialna w pierwszej fazie za wszelkie działania marketingowe: relaunch wszystkich linii kosmetyków, opracowanie i wdrożenie nowych produktów, badania rynkowe, opracowanie strategii komunikacji, realizacja prasowej kampanii reklamowej, wprowadzenie profesjonalnego PR-u; po awansie na co dzień współzarządzanie firmą.
	1996-1998 Allied Domecq: <u>Group Product Manager</u> ; odpowiedzialna za: badania rynkowe i analizę danych, opracowanie i realizację strategii i planów marketingowych, realizację promocji, opracowanie kampanii reklamowej, zarządzanie budżetem.
	1992-1996 Benckiser Polska: zatrudniona na stanowisku <u>Brand Manager’a</u> ,

	awansowana na pozycję <u>Senior Brand Manager'a</u> ; bezpośrednio odpowiedzialna za sektor proszków do prania (5 marek): badania rynkowe, rozwój produktu w kooperacji z międzynarodową sekcją rozwoju proszków – Benckiser International, opracowywanie we współpracy z agencjami reklamowymi komunikacji do konsumenta (reklama telewizyjna, prasowa, outdoor, POSM), opracowywanie i wdrażanie promocji konsumenckich i handlowych, zarządzanie budżetem.
Języki	angielski – biegle francuski – dobrze rosyjski – dobrze niemiecki – podstawowo

Podstawa prawna: Pkt. 2 oraz 19 zasad ładu korporacyjnego, wynikającego z "Dobrych Praktyk w spółkach publicznych" w związku z § 27 Regulaminu Giełdy