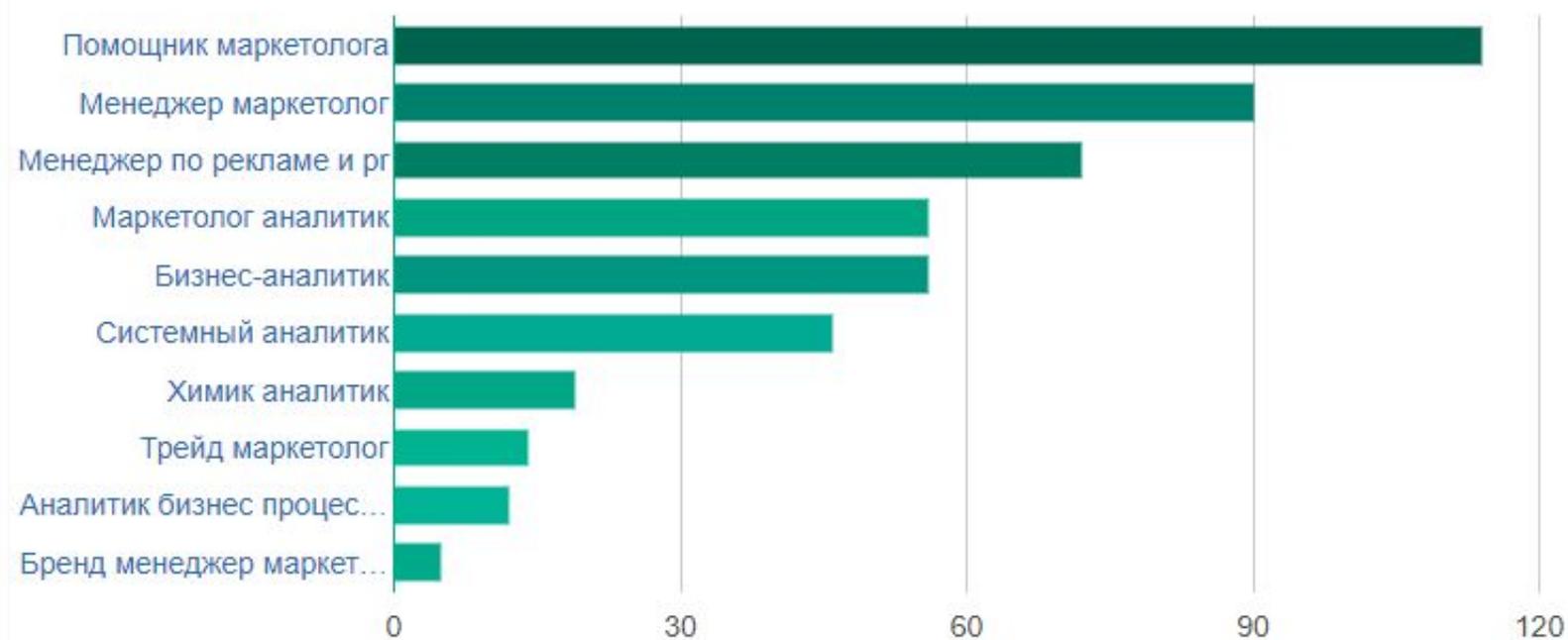




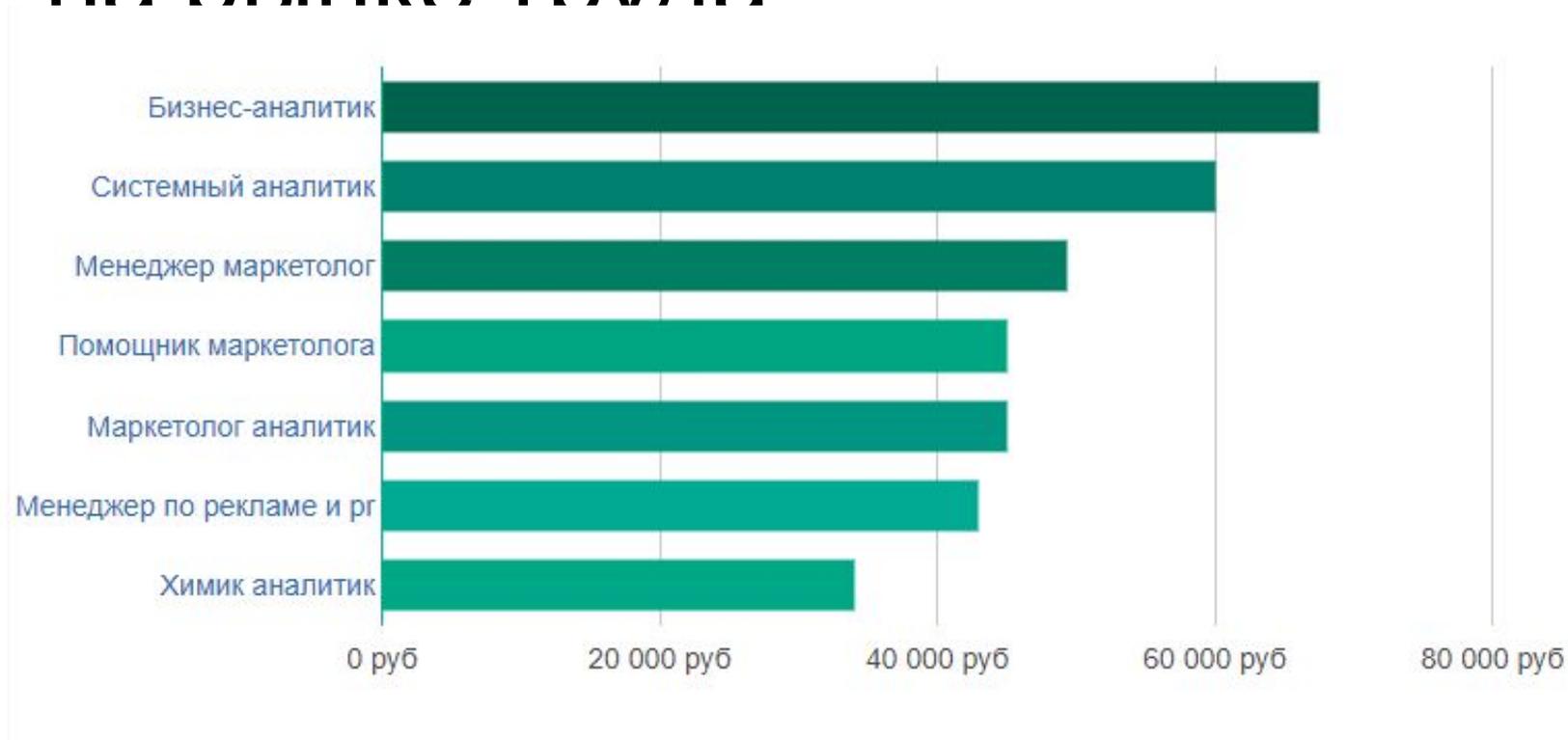
**Карьерные
ВОЗМОЖНОСТИ В
области
маркетинговых
исследований**

Востребованность маркетинговых профессий на рынке труда



**Рейтинг востребованных профессий в отрасли Маркетологи /
Специалисты по PR в Санкт-Петербурге в 2017 году**

Высокооплачиваемые профессии в области маркетинга на рынке труда



Рейтинг высокооплачиваемых профессий в отрасли Маркетологи / Специалисты по PR в Санкт-Петербурге в 2017 году

Уровень средней зарплаты в области маркетинга на рынке труда



Уровень средней зарплаты в отрасли Маркетологи / Специалисты по PR за последние 12 месяцев в Санкт-Петербурге

Средние зарплаты маркетологов в России

Нижний Новгород. В феврале 2015 года средняя зарплата маркетолога в Нижнем Новгороде превысила 29 тысяч рублей, это на 4 тысячи рублей больше, чем в феврале 2013 года. Но вообще, если смотреть на колебания зарплат в этом регионе, вывод однозначен: роста зарплат нет. В мае 2014 года, маркетологи в Нижнем получали 30 тысяч рублей, и после этого зарплаты стали незначительно, но стабильно снижаться.

Москва. Средняя зарплата маркетолога в Москве в декабре 2014 года составляла 69 тысяч рублей, а в феврале этого года — 71 тысячу рублей. Это небольшой рост, но не тенденция. Скажем, в августе 2013 года средняя зарплата составляла 75 тысяч рублей, в сентябре того же года — уже 69 тысяч рублей. Последние годы зарплаты маркетологов в Москве колеблются в районе 70 тысяч рублей.

Казань. Зарплаты маркетинговых специалистов в столице Татарстана увеличились совсем незначительно. В начале 2013 года зарплаты были в районе 23-25 тысяч рублей, в начале этого года — в районе 25-27 тысяч рублей.

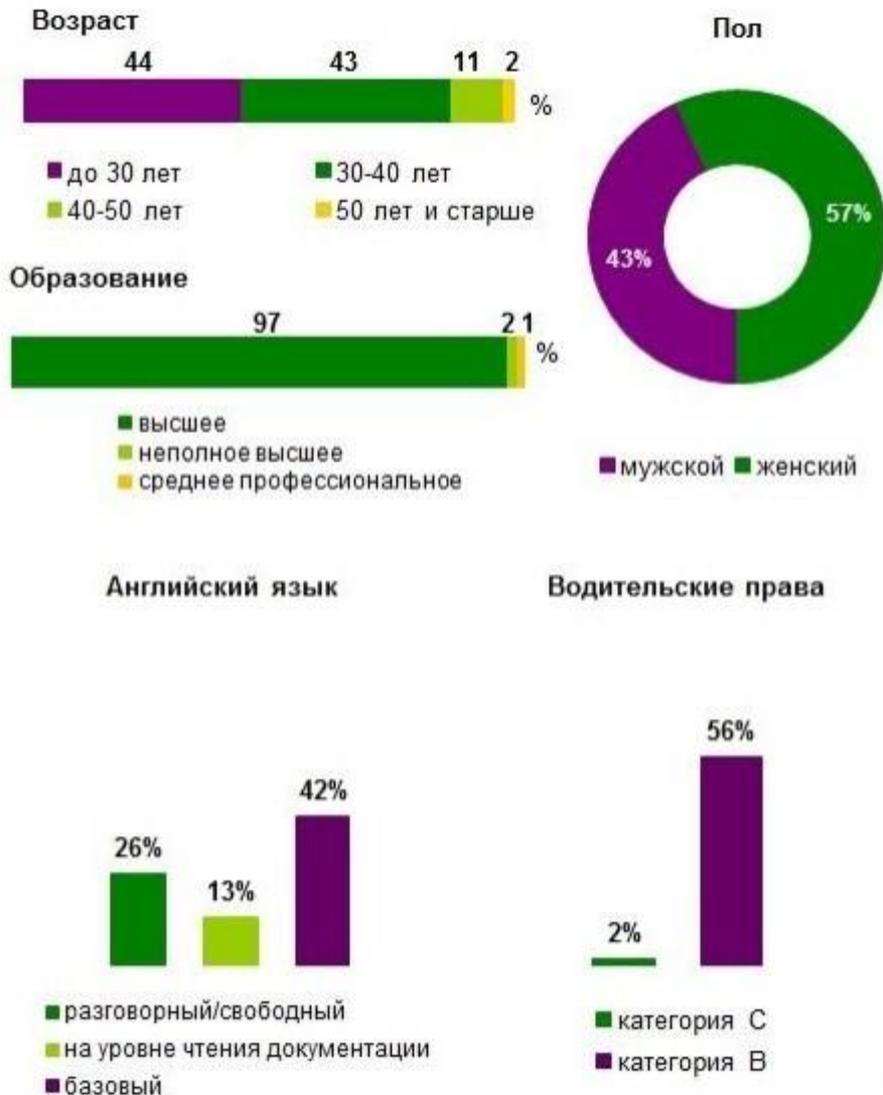
Санкт-Петербург. Петербургские зарплаты маркетологов немного подросли. В январе и феврале 2013 года они составляли 51 и 49 тысяч рублей соответственно. В декабре 2014 года петербургский маркетолог получал 61 тысячу рублей, в феврале 2015 года зарплата упала примерно на полторы тысячи. Но как бы то ни было, за два года маркетологи в Санкт-Петербурге стали зарабатывать примерно на 8-10 тысяч рублей больше.

Средняя зарплата интернет-маркетолога в России

Регион	Диапазон I	Диапазон II	Диапазон III	Диапазон IV	Медиана
	(без опыта работы маркетологом-аналитиком)	(с опытом работы 1-го года)	(с опытом работы 2-х лет)	(с опытом работы 3-х лет)	(средняя заработная плата)
Москва	40 000—50 000	50 000—55 000	55 000—85 000	85 000—120 000	68 000
Санкт-Петербург	33 000—40 000	40 000—45 000	45 000—70 000	70 000—100 000	55 000
Волгоград	21 000—27 000	27 000—30 000	30 000—45 000	45 000—65 000	36 000
Воронеж	22 000—28 000	28 000—30 000	30 000—47 000	47 000—66 000	37 000
Екатеринбург	27 000—34 000	34 000—37 000	37 000—58 000	58 000—82 000	46 000
Казань	22 000—28 000	28 000—30 000	30 000—47 000	47 000—66 000	37 000
Красноярск	25 000—31 000	31 000—34 000	34 000—53 000	53 000—74 000	42 000
Нижний Новгород	23 000—29 000	29 000—32 000	32 000—50 000	50 000—71 000	40 000
Новосибирск	26 000—33 000	33 000—36 000	36 000—55 000	55 000—78 000	44 000
Омск	21 000—27 000	27 000—29 000	29 000—45 000	45 000—64 000	36 000
Пернь	23 000—30 000	30 000—34 000	34 000—51 000	51 000—72 000	40 000
Ростов-на-Дону	24 000—29 000	29 000—33 000	33 000—51 000	51 000—72 000	41 000
Самара	24 000—28 000	28 000—33 000	33 000—51 000	51 000—72 000	40 000
Уфа	22 000—27 000	27 000—30 000	30 000—47 000	47 000—66 000	37 000
Челябинск	24 000—30 000	30 000—33 000	33 000—50 000	50 000—71 000	40 000

**Средняя зарплата интернет-маркетолога в России
2015год**

Портрет специалиста в сфере маркетинга



Список карьерных возможностей



Маркетолог-аналитик

Обязанности:

- Осуществление информационной поддержки службы маркетинга и рекламы;
- Изучение особенностей продвигаемого продукта (анализ требований потребителей к продукту на основе результатов маркетинговых исследований);
- Планирование объёмов закупок и производства, прогноз продаж;
- Наблюдение за положением продукта на рынке (ходом продаж продукта, спросе на него), анализирует отношение потребителей к продукту;
- Выявление неудовлетворительных параметров продукта и требований покупателей к продукту;
- Анализ рынка, определение целевых потребительских сегментов рынка для предложения продукта;
- Анализ ассортиментной линейки;
- Анализ эффективности маркетинговых мероприятий;
- Анализ оперативных данных об итогах продаж, об остатках, о дефиците;
- Анализ конкурентов (ценовая политика, спрос на бренды и т.д.);
- Разработка предложений по минимизации расходов;
- Формирование ежедневных/еженедельных отчетов.

Список карьерных возможностей



Системный аналитик

Обязанности: • Выявление, анализ и описание требований к высоконагруженной программной системе;

- Управление требованиями;
- Проектирование программных систем и модулей;
- Постановка задач разработчикам;
- Консультации разработчиков и инженеров;
- Приемка и функциональное тестирование программного обеспечения;
- Разработка и согласование проектной и технической документации;
- Наставничество, руководство и обучение стажеров и младших аналитиков.

Список карьерных возможностей



Менеджер-маркетолог

Обязанности:

- Взаимодействие с подрядными компаниями по размещению рекламы;
- Наполнение и актуализация информации на сайтах компании;
- Поиск целевых рекламных каналов;
- Работа с дизайнером и типографиями по разработке корпоративной полиграфии;
- Web-аналитика: анализ эффективности ресурсов и РК в интернете;
- Предложение идей по повышению эффективности веб-ресурсов компании (увеличение конверсии);
- Координация подготовки к выставкам, взаимодействие с площадками, подрядчиками;
- Участие в создании креативных концепций и рекламных кампаний;
- Разработка и реализация PR стратегии компании;
- Реализация и координация рекламных кампаний в соответствии с утвержденным планом;
- Мониторинг и анализ рынка рекламоносителей в городе;
- Написание текстов и новостей;
- Документооборот;
- Отчетность.

Список карьерных возможностей



Помощник маркетолога

Обязанности:

- Ежемесячный сбор информации о ценах и коммерческих условиях реализации объектов первичного рынка жилой недвижимости (квартир, таунхаусов, коттеджей, паркингов) под видом покупателя.
- Поиск и сбор информации о перспективных проектах в сегменте жилой первичной недвижимости. Основные источники: телефонное интервью (80% рабочего времени), мониторинг сайтов, сбор информации из групп дольщиков в социальных сетях, посещение специализированных мероприятий (Ярмарка недвижимости, Жилищный форум, экскурсии на объекты для покупателей, общественные слушания и пр.).
- Анализ и внесение собранной информации в аналитическую базу данных.
- Формирование простых форм маркетинговой отчетности.

Требования к претендентам на ДОЛЖНОСТЬ

Высшее образование

(маркетинг,
экономика,
социология,
статистика)

Английский язык не
ниже Upper Intermediate

Коммуникабельность

Активная жизненная
позиция

Знание EXCEL

Навыки составления
презентаций,

Знание EXCEL

Умение работать в
команде

Качества, необходимые специалисту в области маркетинговых исследований

Аналитическое мышление

Усидчивость

Критическое мышление

Креативность

Нестандартный подход к решению задач