

ПРОФЕССИЯ МАРКЕТОЛОГ

Подготовила
Студентка 1 курса
Группы Марк-18
Мерзлова Александра

Происхождение профессии

- Потребность в маркетологах появилась в середине XX в. В определенный момент компаниям стало тесно в рамках ограниченной территории, где уже все, кому это было нужно, стали клиентами. Одно дело, когда со всеми потребителями общаешься лично, но другое дело, когда компания выходит на общенациональный уровень, продажи в другие регионы и страны. В разных регионах у покупателей разная покупательская способность и разные потребности. Для этого руководителям компаний и потребовались маркетологи, которые смогли бы собирать и анализировать экономическую ситуацию в регионах, и создавать варианты влияния на нее



Происхождение профессии

- Другой причиной возникновения этой профессии стало **многообразие** товаров и услуг, появившихся на рынке.
- Производителям стало все трудней обосновывать ценность своего товара, и с ростом конкуренции стал расти престиж профессии маркетолога. Именно от их работы стало зависеть, насколько правильно товар будет донесен до конечного потребителя.



- **Маркетолог** сегодня – это человек, который привлекает целевую аудиторию. Если сравнивать с охотой, то маркетологи – это загонщики. А продавцы – это те, кто нажимают на спусковой крючок.
- **Маркетинг** – это одна из важнейших частей продаж в компании. Весь процесс продаж делится на 2 этапа:
 - ❖ Привлечение потенциальных покупателей (собственно это и называют маркетингом);
 - ❖ Продажи (это когда мы берем потенциального покупателя и превращаем его в реального покупателя).

Требования к маркетологам

- **Требования к маркетологам достаточно серьезны:**

- ✓ высшее образование;
- ✓ аналитический склад ума;
- ✓ умение прогнозировать поведение покупателей, определять целевую аудиторию и их приоритеты по покупке;



Плюсы и минусы

- **Маркетолог**, бесспорно, должен быть креативным, он должен выдавать интересные идеи и решения. Стандартные методы рекламы уже приелись и вызывают только негативные эмоции, ощущение, что покупателю хотят навязать что-то. Именно поэтому маркетологи должны незаметно преподнести рекламу, а это уже настоящее искусство.

+ преимуществами являются: разнообразие деятельности, возможности влиять на экономическую деятельность компаний и организаций.

- ограничением является: высокая конкуренция на рынке.



Содержание деятельности

- **Специалист-маркетолог** на крупном предприятии выполняет довольно широкий круг обязанностей. Они могут включать в себя отслеживание цен на продаваемую продукцию, анализ ее конкурентоспособности, сбор информации о текущем состоянии рынка. Также, сюда относится поиск и анализ данных о производителях, поставщиках и т.д.
- **В задачу маркетолога** входит исследование рынков сбыта определенного вида продукции, примерное определение ёмкости рынка, анализ покупательной способности различных регионов и групп населения.



Обязанности маркетолога

- ❖ Анализ рынка, изучение сходных продуктов, торговых марок, конкурентов;
- ❖ Подготовка проектов по продвижению и реализации продукции;
- ❖ Проведение опросов по продвигаемому продукту;
- ❖ Проведение рекламных акций и презентаций продукции;
- ❖ Формирование имиджа продукта на рынке;



Требования к знаниям и умениям специалиста

- В первую очередь, для успешного освоения профессии маркетолога необходимы базовые знания по математике, экономике и статистике.
 - **Квалифицированный маркетолог должен знать:**
 - ❖ Методики анализа рынка;
 - ❖ Основы экономики, коммерции и рекламы;
 - ❖ Методики проведения исследований маркетинговых компаний;
 - ❖ Основы продвижения товаров и др.;
 - **Квалифицированный маркетолог должен уметь:**
 - ❖ Анализировать значительные объемы данных и быстро реагировать на ситуацию;
 - ❖ Проводить опросы населения, прогнозировать общественное мнение;
 - ❖ Работать с рекламными материалами и др.;

Требования к индивидуальным особенностям специалиста

- Маркетолог должен обладать следующими **профессиональными качествами**:
 - ❖ Склонность к работе с информацией;
 - ❖ Развитые логические способности;
 - ❖ Способность к концентрации внимания;
 - ❖ Развитые лексические способности;
 - ❖ Развитые математические способности;
 - ❖ Склонность к работе в сфере общения;



Области применения профессии

- Маркетологи могут работать **в таких организациях и сферах**, как:
 - ❖ Маркетинговые компании;
 - ❖ Рекламные агентства;
 - ❖ Предприятия и организации и т.п.



День Маркетолога

- День маркетолога принято отмечать **25 октября**. Это профессиональный праздник, который является ежегодным, но не выделяется в производственном календаре какими-то особыми отметками. Дата отмечается не только в России. Она является значимой для маркетологов Беларуси, Украины и ряда других стран СНГ.

*С Днем
маркетолога!*

25.10



