

CERCETĂTOR MARKETING ȘI SONDAJE

PROFIL OCUPAȚIONAL

Descrierea ocupației: Practicanții unei astfel de ocupații identifică și analizează tendințe de marketing și vânzări.

Cod COR: FĂRĂ COD (grupa 2581)

A. Sarcini principale

Această componentă cuprinde acele sarcini aferente unei ocupații care au cea mai mare importanță pentru ocupația respectivă și permit diferențierea între o persoană cu performanțe ridicate în profesia respectivă (expert) și o persoană cu performanțe reduse (novice).

- Culege și analizează date de ordin demografic, preferințe, nevoi, valori, opinii, comportamente;
- Identifică pe baza datelor culese potențiale piețe sau factori ce afectează cererea pentru un anumit produs sau serviciu;
- Elaborează rapoarte privind rezultatele cercetării, ilustrând cu grafice și tabele;
- Măsoară și analizează satisfacția clienților și angajaților;
- Identifică și analizează tendințe de marketing și vânzări;
- Oferă informații care ajută firmele să-și localizeze poziția pe piață;
- Măsoară eficiența programelor și strategiilor de marketing, publicitate și comunicare;
- Desfășoară studii asupra opiniilor consumatorilor, colaborând cu specialiști în marketing, statisticieni etc.;
- Participă la ședințe la nivel managerial, informează și oferă propuneri privind promovarea, distribuția, designul și prețurile produselor și serviciilor companiei;
- Colectează date despre principalii competitori, analizându-le prețurile, vânzările și strategiile de marketing și distribuție;
- Urmărește statisticile oficiale precum și tendințele în literatura de specialitate;

B. Contextul muncii

Această componentă conține informațiile esențiale despre mediul în care practicanții unei ocupații își exercită activitățile menite să ducă la îndeplinire sarcinile aferente și eventualele riscuri la care aceștia se expun.

B₁. Mediul fizic

- Cercetătorul de marketing și sondaje lucrează în cea mai mare parte a timpului într-un spațiu închis – birou
- Ocupația implică și muncă de teren în vederea culegerii directe a datelor sau supervizării operatorilor de teren

B₂. Mediul socio-organizațional

- În anumite proiecte de cercetare, se lucrează sub presiunea timpului (ex. pentru respectarea termenelor beneficiarului cercetării)
- În general munca este bogată în interacțiuni cu oameni aparținând unei diversități largi de categorii sociale

B₃. Riscuri. Alte notificări speciale

- Nu este cazul

C. Nivelul de educație și calificare

Exercitarea oricărei ocupații necesită un anumit traseu de educație sau training finalizat printr-o calificare. Conform Cadrelui European al Calificărilor (EQF) există 8 niveluri de calificare (N1-N8).

- Studii superioare de specialitate (nivel licență)
- Nivel de calificare: N6

D. Cunoștințe și deprinderi

Cunoștințele colecții de informații relaționate, specifice unui domeniu. Ele sunt rezultatul învățării formale sau non/informale. Deprinderile sunt cunoștințele procedurale, adică blocuri de cunoștințe despre cum să faci o activitate (proceduri, strategii, tehnici), de regula cu o anumită unealtă.

Cunoștințe referitoare la:

- Servicii clienți și personal
- Vânzări și marketing
- Limba română
- Administrație și management
- Comunicații și mass-media
- Matematică
- Calculatoare și electronice

Tipuri de deprinderi

- Deprinderi folosite în învățare
- Deprinderi de rezolvare a problemelor
- Deprinderi de gestionarea resurselor

E. Aptitudinile

Aptitudinea reprezintă un set de procese cognitive, psihomotorii sau senzoriale necesare pentru a obține performanță într-o gamă de activități. Succesul în activitatea respectivă presupune pe lângă aptitudini, un set de cunoștințe dobândite printr-o rută educațională.

E1. Aptitudini cognitive

| Aptitudine | Nivel de dezvoltare | | | | |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| | 1 (minim) | 2 (mediu inferior) | 3 (mediu) | 4 (mediu superior) | 5 (maxim) |
| 1. Abilitatea generală de învățare | | | | X | |
| 2. Aptitudinea verbală | | | X | | |
| 3. Aptitudinea numerică | | | | X | |
| 4. Aptitudinea spațială | | | X | | |
| 5. Aptitudinea de percepție a formei | | | X | | |
| 6. Abilități funcționărești | | | | X | |
| 7. Rapiditatea în reacții | | | X | | |
| 8. Capacitatea decizională | | | | X | |

E2. Aptitudini psihomotorii (A_P), senzoriale (A_S) și fizice (A_F)

E2. Aptitudini psihomotorii

- Dexteritatea manuală

E3. Aptitudini senzoriale

- Vedere apropiată

E4. Aptitudini fizice

- Nu sunt relevante

F. Alte caracteristici relevante

Cele mai importante caracteristici, altele decât cunoștințe, deprinderi și abilități (Knowledge, skills, abilities -KSA) sunt: interesele, surse ale satisfacției profesionale și caracteristicile de personalitate.

F1. Interese

Primele trei tipuri de interese în ordinea relevanței sunt:

I Î C (investigativ, întreprinzător, convențional)

F2. Surse ale satisfacției profesionale

- Folosirea abilităților
- Realizare personală
- Creativitate
- Responsabilitate
- Autonomie

F3. Caracteristici de personalitate

Exercitarea ocupației de CERCETĂTOR MARKETING ȘI SONDAJE poate fi realizată cu succes de către persoane care:

- manifestă înclinație psihologică deosebită către lucrurile din afara propriei persoane, orientarea atenției către ambianța fizică socială (obiectele și oameni din mediu). Dorință intensă de a acționa asupra mediului, orientare spre acțiune, ușurință în comunicare, sociabilitate, nevoie de experimentare continuă.
- posedă însușirea de a fi conștiincios; corectitudine, seriozitate. Comportamente orientate spre scopuri clar delimitate, exigență, meticulozitate, rigurozitate în realizarea sarcinilor prin conștientizarea regulilor.
- au capacitatea de a judeca lucrurile și a acționa în mod independent, neinfluențat de alții în condiții de libertate deplină.

G. Perspectiva pe piața muncii

Perspectiva pe piața muncii se referă la dinamica dezvoltării ocupației respective în raport cu ansamblul ocupațiilor prezente pe piață. Sunt utilizate trei categorii de notații care semnifică tot atâtea tendințe: creștere (dinamica ocupației e mai mare decât celelalte ocupații per ansamblu), stagnare (dinamica ei este similară cu a altor ocupații) și scădere (dinamica este sub nivelul ansamblului ocupațiilor).

- Creștere

H. Categoria de salarizare

Raportarea unui salariu la salariul minim pe economie este un indicator relativ constant și foarte informativ, independent de fluctuațiile salariale. Ca atare vom avea ocupații cu salariu minim și ocupații de n x salariul minim, unde n poate fi și un interval (ex. „2-4” x salariul minim).

(3-4) X Salariu minim pe economie

I. Ocupații similare

Sunt prezentate 2-5 ocupații care fac parte din aceeași grupă, conform opiniei specialiștilor.

- Specialist marketing
- Cercetător economist in marketing
- Asistent de cercetare economist in marketing
- Statistician