

SPECIALIST MARKETING

PROFIL OCUPAȚIONAL

(versiunea finală)

Descrierea ocupației: Practicanții unei astfel de ocupații analizează și stabilesc cererea pentru produsele și serviciile oferite de o companie și concurența ei, și identifică potențialii clienți.

Cod COR: 241 921

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).

- Dezvoltă strategia de prețuri, obiectivele companiei, și asigură satisfacția clienților în raport cu produsele și serviciile furnizate;
- Identifică, dezvoltă și evaluează strategia de marketing, bazându-se pe cunoștințe în stabilirea caracteristicilor obiectivelor pieței, și factorii care determină majorarea costurilor produselor și serviciilor;
- Evaluează aspectele financiare ale dezvoltării producției, de asemenea bugetul de cheltuieli, cercetare, dezvoltare și retragerea investițiilor neprofitabile;
- Negociază contracte cu distribuitorii, stabilește rețeaua de distribuție și strategia de dezvoltare a acestora;
- Folosește previziunile și planificarea strategică, pentru ca să asigure vânzarea și profitabilitatea produselor, liniilor de produse sau servicii, analizând dezvoltarea afacerii și monitorizând tendințele pieței;
- Se consultă cu departamentul juridic pentru a rezolva problemele privitoare la încălcarea dreptului de proprietate intelectuală sau cedarea drepturilor de autor pentru terțe persoane, producători și distribuitori;
- Sfătuiește oameni de afaceri și alte grupuri despre factorii locali, naționali și internaționali care influențează cumpărarea și vânzarea produselor și serviciilor;
- Inițiază și analizează studii de piață și interpretează rezultatele acestora;
- Analizează sondaje economice și comerciale pentru a identifica potențialul pieței pentru diferite produse și servicii;
- Se consultă cu clienții, pentru a primi sfaturi în privința așteptărilor pe care le au față de tipurilor de produse sau servicii furnizate;
- Instruiește și evaluează performanțele personalului de la marketing și vânzări și supraveghează activitatea zilnică a acestora;

- Transmite coordonatorului de marketing activitatea în politica de promovare a produselor și serviciilor, colaborând cu directorii și agenții de publicitate;
- Coordonează și participă în activitățile de promovare și expoziții colaborând cu directorii de producție și publicitate pentru produsele și serviciile companiei;
- Colaborează cu departamentul de vânzări și de PIA din companie.

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

- Majoritatea activităților se desfășoară în spațiu protejat

B₂. Mediul socio-organizațional

- Cele mai multe sarcini sunt nestructurate și executate cu presiune de timp
- De obicei munca se desfășoară după un orar fix
- Au liberate de decizie și suportă consecințele erorilor
- Sunt foarte frecvente interacțiunile interpersonale față în față, comunică și stabilește relații cu ceilalți

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 Cadrului 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:

- Vânzări și marketing
- Servicii clienți și personal
- Psihologie
- Afaceri și management
- Comunicare
- Calculatoare și electronice
- Limbi străine
- Instruire

Tipuri de deprinderi

- Deprinderi folosite în învățare
- Deprinderi sociale
- 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

- Nu sunt relevante

E3. Aptitudini senzoriale

- Claritate în vorbire

E4. Aptitudini fizice

- Nu sunt relevante

F. Alte caracteristici

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:

Î C S (întreprinzător, convențional, social)

F2. Surse ale satisfacției profesionale

- Realizare persoanlă
- Recunoaștere
- Munca în echipă
- Condiții de muncă

F3. Caracteristici de personalitate

- Practicantul unei astfel de ocupații ar trebui să fie o persoană orientată spre acțiune, conștiincioasă și serioasă, riguroasă în realizarea sarcinilor. Capabilă să efectueze timp îndelungat sarcini mereu diferite, sub presiunea timpului, cu un bun echilibru emoțional.

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 $n \times$ salariul minim, unde n poate fi și un interval (ex. „2-4” x salariul minim).

(5-6) X Salariu minim pe economie

I. Ocupații similare

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

- Specialist comunicare
- Analist de piață
- Specialist în relații publice