

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

осуществляет набор на востребованный и перспективный профиль «МАРКЕТИНГ»

Направление ГОС 080200 – Менеджмент, квалификация/степень «Бакалавр»



Основная должность – менеджер по маркетингу.

Описание профессии.

Менеджер по маркетингу занимается изучением факторов, которые оказывают влияние на процесс производства и продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю. Являясь руководителем предприятия, фирмы, организации или отдела, он выполняет комплекс мероприятий в области исследований торгово-сбытовой деятельности. Деятельность менеджера по маркетингу представляет собой работу с применением знаний законодательных актов о коммерческой деятельности, рыночной экономики и ведения бизнеса, конъюнктуры рынка, особенностей реализуемых товаров, менеджмента и экономики, основ социологии, психологии и мотивации труда, структуры управления предприятием, методов обработки информации, навыков работы с вычислительной техникой. Менеджер по маркетингу руководит коммерческо-сбытовой деятельностью предприятия. Согласовывает действия всех отделов по созданию коммерческой политики предприятия. Предлагает идеи по улучшению сети сбыта предприятия. Использует для анализа коммерческую информацию по конъюнктуре рынков сбыта. Следит, чтобы расходы предприятия были экономически обоснованы. Разрабатывает план, чтобы снизить себестоимость. Посредством статистической отчетности, обследованиям и опросам анализирует спрос на продукцию. Занимается проведением рекламных мероприятий.

Ждем вас – грамотных, любознательных, целеустремленных и трудолюбивых.

Виды деятельности:

- маркетинговые исследования;
- анализ отраслевых рынков;
- статистический анализ;
- разработка новых товаров;
- продвижение продукта;
- реклама;
- логистика и др.

Места работы:

- службы маркетинга или коммерческие подразделения организаций;
- компании маркетинговых исследований, маркетинговые центры;
- органы государственного управления;
- информационно-консультационные центры и др.

Профессиональные навыки:

- знание технологий производства и продвижения товара;
- управление спросом;
- мониторинг рынка и продаж;
- анализ конкурентной среды;
- анализ ценовых предложений;
- формирование ассортиментной матрицы;
- организация рекламных компаний и др.