

Opis zanimanja

Marketing menadžer (Marketing Manager)



Opis posla:

Marketing menadžer je osoba koja obavlja široki spektar aktivnosti kako bi proizvod ili usluga imala dobar odjek u svesti potrošača, a za krajnju cilj ima porast prodaje i dobar imidž proizvoda ili usluge. On planira, usmerava i koordinira marketing (cenu, distribuciju i promociju) proizvoda ili usluge tako što obavlja sledeće dužnosti lično ili preko podređenih asistenata: utvrđuje marketinške ciljeve kako bi obezbedio tržišno učešće i profitabilnost proizvoda ili usluge, razvoja i sprovodi marketinške planove i programe, zatim istražuje, analizira i nadgleda finansijske, tehnološke i demografske faktore kako bi se iskoristile tržišne šanse, planira i nadgleda oglašavanje i promocije, komunicira sa spoljnim propagandnim agencijama, autorima i umetnicima, daje preporuke u vezi sa strategijom formiranja cena, stara se da se sprovodi efektivna kontrola marketinških rezultata, procenjuje reakcije tržišta na propagandne programe, politiku merchandising-a, pakovanja i sastav proizvoda, preporučuje i predlaže promene i priprema i podnosi izveštaje o marketinškim aktivnostima.

Iz opisa osnovnih aktivnosti može se primetiti da je neophodno za marketing menadžerima sa blisko saraduje sa drugim službama u preduzeću, kao i sa mnogim partnerima van njega.

Marketing menadžeri mogu biti specijalizovani za razne oblasti: u farmaciji, medicini, građevini, tehnologija, turizmu... pa je vrlo bitno dobro poznavanje proizvoda i/ili usluga kompanije za koju radi.

Radni uslovi:

Rad marketing menadžera generalno se vezuje za kancelariju i korišćenje savremenih alata na računarima, u cilju kreiranja, ostvarivanja i kontrole ispunjenja marketing plana. Osim ovoga, marketing menadžer često učestvuje na sastancima te je smisao za timski rad i više nego poželjan. Ipak, veliki deo svojih aktivnosti mora sprovoditi na terenu, obilazeći partnere i organizujući sve potrebne aktivnosti kako bi se marketinški plan optimalno realizovao. Njegov posao je izuzetno dinamičan i vrlo često podrazumeva prekovremeni rad.

Poželjne kvalifikacije i osobine:

Marketing menadžer mora biti fakultetski obrazovan i sa iskustvom u oblasti marketinga i upravljanja, jer kao vođa marketing odeljenja mora biti spreman na donošenje važnih odluka.

Povremeno usavršavanje na kursovima i seminarima je preporučljivo kako bi bile unapređene komunikacione, pregovaračke, organizacione i menadžerske veštine, a s obzirom da mora da koristi, kako osnovne, tako i napredne alate za rad na računaru, neophodno je znanje rada na istom.

Izuzetno je bitna komunikativnost, organizovanost, dinamičnost i snalažljivost, kao i spremnost na naporan rad. Takođe, bitne su veštine rada u timu, ali i individualna inicijativa.

Osposobljavanje i zapošljavanje:

Fakulteti koji se bave marketing menadžmentom i ekonomijom uopšte, su obrazovne institucije na kojima se stiču osnovna znanja u ovoj oblasti, a stručna znanja mogu da se stiču kako na poslediplomskim / master studijama fakulteta tako i u institucijama koje vrše stručnu obuku i usvršavanje.

Marketing menadžer se mora stalno usavršavati i dodatno obučavati, pratiti trendove i u svom poslu, pa se preporučuje pohađanje seminara i čitanje stručnih knjiga.

Što se zapošljavanja tiče, u Srbiji je odlična je ponuda posla, a i tražnja za njim. Traži se VI stepen stručne spreme, mada najčešće VII. Bitno je obrazovanje, ali još bitnije praktično iskustvo, veštine prezentacije, organizacije, liderstva i PR-a, literarne sposobnosti, veštine vođenja kampanja, media planiranja, upravljanja sponzorskim aktivnostima, znanje engleskog jezika, rada na računaru, vozačka dozvola B kategorije.