

Кондратьєва А.Є.

ВИМОГИ РИНКУ ПРАЦІ ДО ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

На підставі аналізу інтернет-ресурсів з пошуку роботи (зокрема, <https://www.work.ua>) сформовано профіль, що відображає ознаки, які очікують роботодавці від потенційних робітників [1].

Цей профіль містить чотири категорії, що стосуються знань та навичок і є цікавими для ринку праці:

1. Професійні знання: складаються з усіх знань, безпосередньо пов'язаних зі сферою маркетингу – аналіз ринкової ситуації, планування маркетингової діяльності, розробка та реалізація комплексної маркетингової стратегії, проектне управління брендом компанії, розвиток продукту компанії, організація та оптимізація бізнес-процесів, розробка, реалізація і контроль трейд-маркетингової діяльності.

2. Знання інформаційних технологій: охоплення всіх вимог, безпосередньо пов'язаних зі сферою інформаційних та комунікаційних технологій – знання інструментів інтернет-маркетингу (digital marketing, call tracking, CRM, Google Analytics, Tag Manager, e-mail marketing тощо); робота з соціальними мережами, впевнення користування Microsoft Office, досвід роботи у 1С:8, досвід роботи з MS Project.

3. Знання іноземної мови – найбільш затребувані англійська, німецька, французька, іспанська, польська.

4. Міжособистісні навички: містять усі соціальні/поведінкові характеристики та компетенції, що пов'язані з особистісним розвитком кожної людини та здатністю спілкуватися з різними людьми в різних ситуаціях – комунікабельність, навички роботи в команді, динамічність, проактивність.

Професійні знання були визначені у 90,7% пропозиціях. Що стосується цього атрибуту, то «аналіз ринкової ситуації» є найпоширенішою навичкою, яка становить 52%, далі слідує «планування маркетингової діяльності», «розробка і реалізація комплексної маркетингової стратегії», «проектне управління брендом компанії», «розвиток продукту компанії», «організація й оптимізація існуючих бізнес-процесів» та «розробка, реалізація і контроль трейд-маркетингової активності». Щодо знань інформаційних технологій (82,2%), то 77,3% позицій спеціально потребують знань інструментів інтернет-маркетингу з уточненням певних навичок роботи, а за ними йдуть інші вимоги, такі як «робота із соціальними мережами» (63,3%), «впевнений користувач Microsoft Office» (58,7%), «досвід роботи у 1С:8» (26%), «досвід роботи з MS Project» (12%). Кількість пропозицій, що вимагають міжособистісних навичок, була дуже великою, і 76,8% пропозицій вимагали хоча б однієї з цих навичок. У цій категорії «комунікабельність» є найпоширенішою майстерністю, про яку йдеться у 58 пропозиціях та становить 38,7%, а потім затребуваною вимогою виступає «робота в команді», «динамічність», «проактивність» у 31,3%, 17,3% та 15,3% пропозицій вакансій відповідно.

Література:

Іваненко Л., Боєнко О. Розробка моделі професійної підготовки фахівців-маркетологів на основі компетентнісного підходу. *Бізнес-інформ.* 2020. № 5. С. 492-502.

Роботу виконано під керівництвом доцента кафедри Економіки та менеджменту Дудневої Ю.Є.