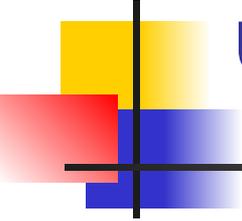


ПРОФЕССИИ В МАРКЕТИНГЕ



РГГУ
кафедра
маркетинга
и рекламы
май **2011**



Что такое маркетинг?

- **Определение понятия "маркетинг", принятое кафедрой маркетинга и рекламы:**
Маркетинг – процесс планирования и реализации бизнеса организацией (предприятием) в зависимости от требований рынка, направленный на совершенствование товаров и услуг, определение цены, выбор и организацию каналов распределения, увеличение спроса, продвижение на основе взаимовыгодного обмена ценностями между производителями и потребителями.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТОЛОГ

УМЕЕТ:

- ИССЛЕДОВАТЬ РЫНОК, Т.Е. СОБИРАТЬ, ОБРАБАТЫВАТЬ И АНАЛИЗИРОВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ
- РАЗРАБАТЫВАТЬ И ПРОДВИГАТЬ БРЕНДЫ
- ПРИВЛЕКАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
- ОРГАНИЗОВЫВАТЬ МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ
- НАЛАЖИВАТЬ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
- СОЗДАВАТЬ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ С КЛИЕНТАМИ
- А также знает ОСНОВЫ экономики, социологии, психологии, культурологии, массовой коммуникации, лингвистики



МАРКЕТОЛОГ – ЭТО:



- **ОТЛИЧНЫЙ КОММУНИКАТОР**
- **«ЧЕЛОВЕК-ОРКЕСТР»**
- **ЛИДЕР МНЕНИЙ**
- **«РЕВОЛЮЦИОНЕР»**

МАРКЕТОЛОГИ - специалисты по
организации РАЗЛИЧНЫХ направлений
маркетинговой деятельности



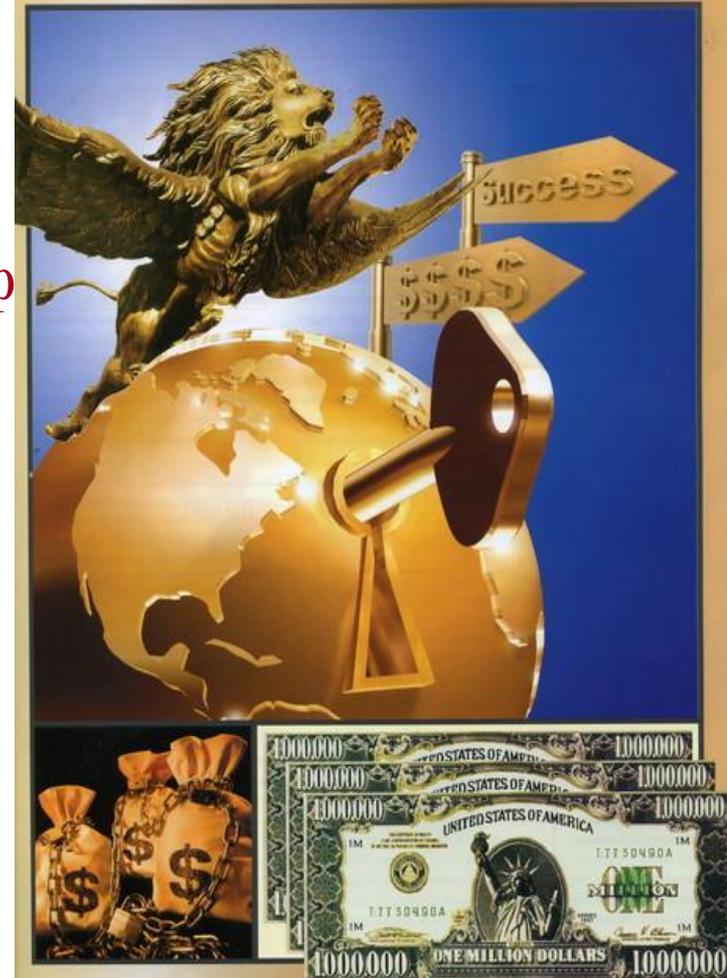
ГДЕ РАБОТАЕТ МЕНЕДЖЕР- маркетолог?



- В исследовательской компании, в маркетинговом агентстве, коммуникационном агентстве и т.д.
- В **маркетинговой** службе /отделе/департаменте **ЛЮБОЙ** коммерческой или общественной организации
- а также в рекламных агентствах, **PR**-агентствах и т.д.

Какая зарплата ожидает ХОРОШЕГО специалиста?

- Стартовая оценка **600-800** у.е.
- в среднем **1000-2000** у.е
- От **3000** у.е получает высококвалиф специалист
- и это НЕ предел
- Доход зависит от результата



Маркетолог-исследователь

- Сбор информации
- Обработка информации
- Анализ информации
- Разработка и ведение баз данных
 - **специалист по изучению рынка.**



ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА исследователя

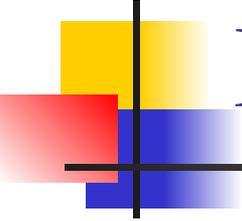


Сформировать
мнение о рынке с
учетом места и
времени на
основе его
всестороннего
анализа



БРЕНД-МЕНЕДЖЕР

- Разработка бренда
- Позиционирование бренда
- Налаживание коммуникаций
- Защита торговых марок
- Специалист по брендингу



БРЕНД-МЕНЕДЖЕР

- **Главная задача** бренд-менеджера:
увеличение ценности продукта
(товара или услуги) в глазах
потребителя

БРЕНД-МЕНЕДЖЕР

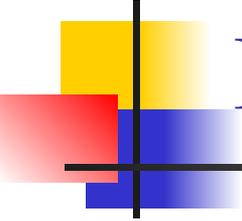
от «а» до «я» отвечает за
торговую марку, бренд

oriflame



Помада – стимулятор объема «ЧУВСТВЕННЫЙ ЦВЕТ»

www.oriflame.ru



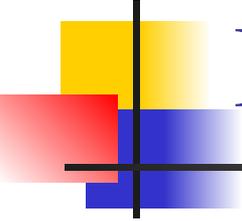
МАРКЕТОЛОГ-АНАЛИТИК

- Анализировать информацию из различных источников
- Делать научно-обоснованные прогнозы
- Знать перспективы различных рынков
- Специалист по стратегическому развитию



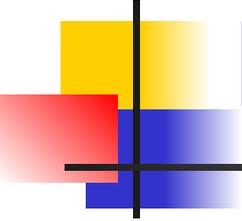
МАРКЕТОЛОГ-АНАЛИТИК

- **Главная задача** аналитика:
разработка комплекса рекомендаций,
направленных на улучшение/
сохранение положения компании на
рынке и стратегию развития



ПРОМОУШН-МЕНЕДЖЕР

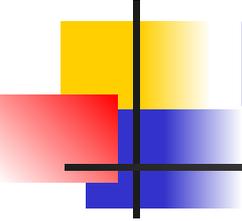
- Организация продвижения товаров в местах продаж
- Организация маркетинговых мероприятий
- Разработка креативных маркетинговых решений
- Специалист по тактическим мероприятиям



ПРОМОУШН-МЕНЕДЖЕР

- **Главная задача** промоушн-менеджера: привлечение внимания потребителей к товарам и услугам посредством креативных инструментов маркетинга в местах продаж и массовых скоплениях людей

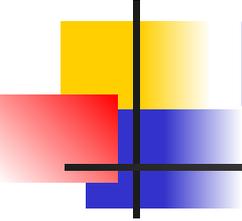
ГДЕ НАУЧИТЬСЯ МАРКЕТИНГУ



Почему РГГУ?

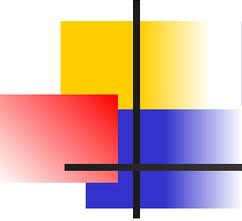
- Классический ВУЗ с большими традициями в области гуманитарного образования
- Лидирующее место в рейтингах российских вузов
- Международные контакты и сильная языковая подготовка

ГДЕ НАУЧИТЬСЯ МАРКЕТИНГУ?



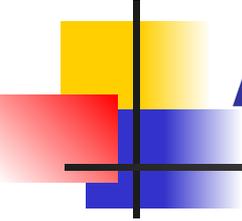
Кафедра маркетинга и рекламы РГГУ
– это:

- Квалифицированные преподаватели
- Маркетологи – ведущие российские специалисты
- Базы практики в ведущих российских компаниях



МАРКЕТИНГ-это:

- Интересно
- Креативно
- Актуально
- Доходно
- Применимо в разных сферах
- Для думающих и талантливых



А ВЫ?

- Уже с нами?
- Собираетесь это сделать прямо сейчас?