

Квалификационная характеристика специалиста со средним специальным образованием

2–26 02 03 специальность "Маркетинг":

Специализация: 2–26 02 03 "Маркетинг"

Квалификация: экономист по маркетингу

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И НАЗНАЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТА

Сферой профессиональной деятельности специалиста являются предприятия различных отраслей экономики и различных организационно-правовых форм. Специалист подготовлен для маркетинговой работы.

Специалист может занимать следующие должности, которые требуют среднего специального образования: агент коммерческий, дилер, агент торговый, агент по снабжению (сбыту); заведующий экспедицией, коммивояжер, предприниматель (индивидуальный).

СПЕЦИАЛИСТ, ОКОНЧИВШИЙ ГУО «МИНСКИЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Знает:

- вопросы развития экономики Республики Беларусь;
- вопросы государственного регулирования цен на продукцию (товары и услуги);
- методы планирования и прогнозирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия;
- вопросы организации предпринимательской и коммерческой деятельности;
- порядок организации учета и контроля выполнения договорных обязательств на предприятии и в его структурных подразделениях;
- вопросы организации учета и контроля выполнения плановых заданий по производству и реализации продукции (товаров и услуг) предприятий и его структурных подразделений;
- принципы и функции маркетинга, направления его использования в условиях рыночной экономики;
- систему маркетинговых исследований, вопросы осуществления маркетинговых исследований и методы анализа маркетинговой информации;
- методы комплексного анализа и прогнозирования товарных рынков;
- маркетинговый подход к разработке новых товаров, оценочные показатели новой продукции, показатели конкурентоспособности товаров.
- вопросы ценовой политики маркетинга;
- вопросы планирования мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта;
- вопросы системы маркетинговых коммуникаций;
- вопросы организации торгово-сбытовой деятельности;
- вопросы охраны труда и охраны окружающей среды;
- вопросы организации делопроизводства, ведения и оформления деловой документации, используемой на предприятии (в организации) и в его структурных подразделениях;
- вопросы психологии личности и коллектива, этических и правовых норм общения, приемах и технике делового общения;
- экономические и организационно-распорядительные, социально-психологические методы управления первичными коллективами предприятия;
- приемы экономического анализа

Умеет:

- осуществлять сбор и обработку информации, участвовать в анализе и систематизации информации по проблемам маркетинговых исследований;

- проводить маркетинговую деятельность по разработке товаров и управлению товарным ассортиментом;
- участвовать в подготовке предложений по изменению товарного ассортимента;
- изучать рынок товаров и услуг конкурентов;
- готовить предложения по повышению качества и улучшению потребительских свойств товаров и услуг;
- участвовать в разработке программ по формированию спроса и стимулированию сбыта;
- готовить предложения по разработке цен и осуществлению ценовой политики;
- разрабатывать и осуществлять мероприятия сбытовой политики;
- участвовать в организации и управлении маркетинговыми коммуникациями.