



MARKETING MENEDZSER

SZAKMAISMERTETŐ INFORMÁCIÓS MAPPA

Humán erőforrás-fejlesztési Operatív Program
(HEFOP) 1.2 intézkedés

„Az Állami Foglalkoztatási Szolgálat fejlesztése”



MARKETING MENEDZSER

Feladatok és tevékenységek

Mióta piacgazdaság működik a világon, az eladók termékeiket és szolgáltatásaikat kínálva versenyeznek a vásárlók kegyeiért, igyekeznek az áruk tulajdonságaival, áraival elnyerni a vevők tetszését. A vásárlói hajlandóság szempontjainak felkutatásával arra törekednek, hogy a szükségletek minél alaposabb ismerete alapján maguk felé fordítsák a fogyasztókat. Természetesen ebbe a terméken és annak árán kívül az értékesítés módja és a reklám is beletartozik. Marketing munkának egy cégnek mindazt az összetett tevékenységét nevezik, amelyet termékeiért a piac meghódítása érdekében végez, amely által fennmaradni és fejlődni törekszik korunk nagy gazdasági kihívásai közepette. A marketing áthatja a cég valamennyi részlegének, egységének munkáját, meghatározza üzletpolitikáját, ezáltal nem csak a piac alakítását, befolyásolási módját és eszközeit jelenti, hanem egy teljeskörű gazdasági gondolkodásmódot is.

Piac, üzleti élet, egy vállalkozás értékesítési tevékenységének megtervezése és irányítása olyan fogalmak, amelyeket már régóta ismernek és használnak a gazdasági életben. A fogyasztás az elmúlt néhány évtizedben óriási léptékben növekedett. A cégek között hatalmas méretű gazdasági verseny zajlik és ehhez kapcsolódóan óriási láthatatlan "gépezet"-et működtetnek a marketing területén.

Egy –egy kisebb eladási ügylet lebonyolításában épp úgy, mint egy bonyolult, széleskörben bevezetni kívánt márka marketing kampányában, hasonló fajtájú feladatok hárulnak a szakemberekre, akiket *marketing menedzsereknek*, marketing vezetőknek nevez a szakma.

A marketing tevékenységnek sokféle, változatos célja lehet és ennek megfelelően a marketing munka irányításában is megkülönböztethetők az egyes főbb célokhoz rendelt tevékenység csoportok.

Kiválaszthatunk bármilyen terméket, például egy kozmetikumot, amelyen végigkövethetjük azt a folyamatot, amely eredményeképpen az adott készítményt, a terméket bevezettük a piacra, azaz ismertté tettük a fogyasztók előtt. Ilyenkor a marketing munka a termék bevezetésének folyamatára, az ún. projektre irányul, a menedzser „projekt” menedzseri szerepben működik. Marketing cél lehet egy márka család üzleti

koncepciójának kialakítása. Ebben az esetben az ún. „*brand*” *menedzserek* a márka történetének formálását végzik a marketing munka eszközeivel. A gazdaság egyes területei valamilyen közös érdekeltég alapján szektorokat képeznek, így például vendéglátóipari, kiskereskedelmi, intézményi, stb. szektorokat. Marketing cél lehet egy-egy ilyen szektor igényeinek megismerése, a szektorhoz leginkább illeszkedő kommunikációs csatornák kiválasztása, és az igényeiket leginkább kielégítő stratégiák kidolgozása, szolgáltatások nyújtása. Ilyen feladat lehet különböző intézmények: iskolák, kórházak, munkahelyi éttermek étkeztetésének biztosítására ételválaszték összeállítása. Az ilyen irányú összetett marketing munkák irányítását az ún. „*channel*” *menedzserek* végzik.

A marketing célokból adódó tevékenységek erősen összetettek és változatos feladatok elé állítják a területen dolgozó munkatársakat. Jól „olajozott”, összehangolt munkát igényel a marketing, a kiválasztott fogyasztók körének elérése, szükségleteinek feltárása, megértése, az igényeket kielégítő megoldások kitalálása és megvalósítása. Ennek a bonyolult tevékenységegyüttesnek végrehajtásához nemcsak a marketing munkák irányítóira, menedzsereire van szükség, hanem marketing és reklám ügyintézőkre és a szervezet valamennyi dolgozójának marketingszemléletű magatartására. Egy ilyen piacorientált működést megvalósító szervezet képes tartósan magas profitot elérni és a gazdasági versenyben élen maradni.

Tekintsük át részletesebben a marketing menedzser főbb tevékenységi köreit

Szervezetének nagyságától függetlenül a marketing menedzser munkájában nagyfokú szabadságot élvez. A cég piacpolitikai lépését, például egy új termék bevezetésének vagy egy új szolgáltatás megjelentetésének feladatát kreatívan ő maga találja ki és mint "gyermekét nevelgeti", majd útjára bocsátja. Ebben a folyamatban azonban ezeket az ötleteket erősen meg kell védenie, sokat kell harcolnia saját cége más területein dolgozó kollégáival.

A marketing munka korábban említett céljától függetlenül a menedzser irányítja a cég piaci értékesítési tevékenységét, és a cég formális igazgatójával szorosan együttműködve kidolgozza a cég üzleti koncepcióját. Megszervezi a marketing területen dolgozó munkatársak munkáját, amely során folyamatosan motiválja őket és ellenőrzi a részteljesítéseiket. Megszervezi a piaci informálódást, megtervezi a piaci lehetőségeket, különböző eszközökkel és módszerekkel folyamatosan felügyeli a termék- és a márka

menedzselését. Az eladási tevékenység feladataihoz kapcsolódóan megszervezi, irányítja és ellenőrzi a reklám és az egyéb kommunikációs feladatokat. Kiválasztja és megbízásokat ad külső intézményeknek és szolgáltató cégeknek.

Főbb feladatai:

- ◆ saját kompetenciájában önállóan, kreatívan megfogalmaz egy marketing feladatot (pl. egy adott termék, vagy szolgáltatás értékesítésével milyen célt kíván elérni) és ehhez kidolgozza a marketing stratégiát. Részletesen időegységekre lebontja a megvalósításhoz szükséges tevékenységeket (ún. „aktivitásokra bontás”-t végez);
- ◆ a marketing stratégiát egyezteteti a cég felső vezetésével, döntéselőkészítést végez. Cégének vezetői és más részlegeinek munkatársai előtt bemutatja, prezentálja az új termék bevezetésének rendszerét a tényleges marketing munkát megelőzően;
- ◆ feltárja a piaci lehetőségeket, amelynek keretében információkat gyűjt, meghatározza saját helyzetét a piacon, kiválasztja a szóba jöhető piacokat, tájékozódik a piaci szereplőkről és megismeri a célpiac hatósági előírásait, szokásait;
- ◆ komplex piacelemzést végez, amely során felismeri a piaci változásokat, és javaslatot készít a piaci problémák kezelésére;
- ◆ stratégiai, operatív és akcióterveket készít. Ennek keretében meghatározza, hogy milyen eredményeket kíván elérni a termékkel, vagy szolgáltatással, időtartamokra lebontja a feladatokat, amelyekhez hozzárendeli a költségvetést;
- ◆ meghatározza a termék, ár, piac, promóció optimális kombinációját, az ún. marketing-mixet;
- ◆ meghatározza a cég piaci céljait legeredményesebben támogató reklám, PR és eladás-ösztönzési feladatokat;
- ◆ termékbemutatókat szervez a fogyasztói célcsoportok részére;
- ◆ tárgyalásokat folytat piackutatási, PR és médiaügynökségekkel, kiválasztja a cégeket és részükre megbízást ad;
- ◆ megszervezi munkatársainak munkáját, őket folyamatosan motiválja és ellenőrzi.

A marketing vezetőnek a szakmai tapasztalat függvényében vannak döntési jogosultságai és felelőssége a forgalom alakulásáért. A menedzser munkáját a termék által generált piacrész forgalom, profit szint alakulásán keresztül ítéli meg a cég vezetése.

Teljesítményének értékelésénél éves szinten különböző mérőszámok teljesítését írják elő. Ebben a folyamatban nehézséget leginkább az okoz, hogy nincsenek olyan "kitaposott utak", amelyek mindig beválnak. A személyi és tárgyi tényezők, azaz a cégen belüli esetleges személyi változások és a cég külső környezetében váratlanul bekövetkező fordulatok egyaránt hatással vannak a marketing munka egészére.

Kezdőként érdemes közép, vagy nagy cégnél asszisztensként elhelyezkedni és a tapasztalatok halmozódásával a kisebb cégek felé folytatni a szakmai karriert. A marketing munkában a meghozott döntésekhez kapcsolódó biztonság szintje nehezen számítható ki. A megszerzett gyakorlat és az ehhez kapcsolódóan vállalt felelősség szintje azonban segíti a menedzsert a marketing munka változatos terepén.

Anyagok, eszközök, amelyekkel dolgozik

- ◆ Irodatechnikai felszerelések: telefon, telefax, fénymásoló,
- ◆ számítógép és perifériák,
- ◆ számítógépes programok, internetes hozzáféréssel, elektronikus levelezési kapcsolattal,
- ◆ szakkiadványok, piaci jelentések, kérdőívek, szótárak, térképek informatikai támogatással,
- ◆ CD jogtár,
- ◆ sajtótermékek, sajtófigyelés,
- ◆ reklámtárgyak, információs szóróanyagok,
- ◆ demonstrációs eszközök (projektor, flipchart),
- ◆ nyomtatványok, irodaszerek.

Munkakörnyezete

A marketing menedzser munkájának túlnyomó részét épületen belül zárt helyen, kellemes körülmények között végzi. Munkájához kapcsolódóan gyakran tárgyal külső intézményekkel, szolgáltató cégekkel vagy termékbemutatókat és egyéb, az értékesítéssel közvetlenül együttjáró tevékenységeket szervez külső helyszíneken: vásárokon, kiállításokon, áruházakban, üzletekben. A nagyobb, multinacionális cégeknél dolgozó marketing menedzserek munkaideje a reklámügynökségek munkaidejéhez igazodik. Kisebb cégeknél az ügyvezető igazgatóval történő megállapodásnak megfelelően alakul a munkaidő; részben fix, részben kötetlen.

Munkakapcsolatai:

- ◆ cég felső vezetésével, cégének más osztályain dolgozó munkatársakkal. A marketing menedzser bemutatja a marketing stratégia leképeződését a cég valamennyi érintett területének;
- ◆ piackutatással foglalkozó ügynökségekkel;
- ◆ PR és médiaügynökségekkel;
- ◆ reklám ügynökségekkel dolgozik együtt legszorosabban, hiszen egy projekt eredményessége óriási mértékben függ attól, hogy a cég hogyan kommunikál a fogyasztói célcsoport felé.

Követelmények

Fizikai érzékszervek tekintetében az ép látás és színlátás, az egészséges végtagok megléte, zavar nélküli beszédképesség elengedhetetlen követelmények.

A menedzseri munka *jó időgazdálkodást és gazdasági szemléletet* feltételez, a menedzsernek *jó szervezőképességgel* kell rendelkeznie, gyakran párhuzamosan végez különböző feladatokat, amely *erős figyelem megosztási képességet* igényel. Az idő nyomása, a gyakori döntési és felelősségvállalási helyzet *gyakori stresszkeltő tényezők* a marketing munka folyamatában.

Személyiségjellemzők tekintetében fontos követelmény a változatos, önálló munkavégésre való igény megléte, hiszen a marketing munka alapvető jellemzője a változatosság, az új, érdekes kihívásokat kínáló gazdasági környezet. A *kreativitás*, új megoldási módok kitalálására való igény a kapcsolódó *kezdeményező képességgel* alapvető követelmény a marketing menedzselését végző személynél. A termékek, technológiák, az árak, a piac folyamatosan változnak és mindig ezek optimális kombinációját kell megtalálnia a menedzsernek. Mindezt *jó tervezőképességgel, logikus gondolkodással* kell tudnia előkészíteni, *jó beszéd- és érvelési képességgel* előadni az érintettek előtt és így érvényesíteni, elfogadtatni elképzelését.

A befolyásolásnak nemcsak a verbalitáson keresztül érvényesülő elemei jelennek meg a marketinges munkájában. Fontos szempont, hogy a marketing menedzser kedvelje az emberekkel való foglalkozást, hiszen munkájának alapvető célja olyan termékek és szolgáltatások kitalálása és hatékony bevezetése a piacra, amelyek a legjobban kielégítik az emberek szükségleteit. Az emberi igények és problémák iránti fogékonyság, később pedig a munka folyamatában a jó együttműködés elérése munkatársaival, az asszisztensek motiválása elengedhetetlen elemei a jó munkavégzésnek.

Mindezen jellemzők gyakorlása egyúttal olyan tanulási folyamat részesévé is teszi a menedzsert, amelyben a tapasztalatok gyűjtésével együtt más szakmában is gyakorolható, átvihető munkakészségekre tesz szert és ezzel szakmai karrierjének többirányú lehetőségeit is építi.

A továbbiakban röviden áttekintjük, hogy milyen ismeretek elsajátításával és milyen formákban lehet felkészülni a marketing menedzseri pályára.

Szakképzés

A piackutatási munka felépítéséhez, az eredmények komplex elemzéséhez és értékeléséhez sok makrogazdasági ismeretre van szükség.

Kétféle képzési szinten és formában lehet marketing menedzseri pályára képesítést szerezni.

1. A középiskolai érettségi után valamely egyetemen vagy főiskolán felsőfokú iskolai végzettség megszerzésével, amelyek közül előnyt jelent a közgazdász diploma megszerzése.

Az egyetemeken a képzés nappali tagozaton 8, vagy 10 félév, a főiskolákon 7 vagy 8 félév.

2. Érettségi bizonyítvány előfeltételével felsőfokú marketing- és reklámmenedzser szakképzés szerezhető (OKJ azonosítója: 54 3434 03) tanfolyami képzési formában

munka mellett. A tagozati forma lehet nappali, azaz intenzív, heti 20 óránál magasabb óraszámban délelőttönként, vagy délutánonként, heti 2 vagy 3 alkalommal.

A képzésben való részvételkor előfeltételként kötik ki, hogy akik nem rendelkeznek kereskedelmi érettségivel, vagy bármilyen diplomával, középfokú marketing-és reklámügyintéző szakvizsgát is kell tenniük.

A képzés időtartama: 3 vagy 4 szemeszter, a tagozat formájától függően.

A képzés témakörei:

- ◆ bevezetés az üzleti életbe,
- ◆ az emberi viselkedés,
- ◆ üzleti kapcsolattartás,
- ◆ üzleti és pénzügyi matematika,
- ◆ üzleti statisztika,
- ◆ bevezetés a számítógéptudományba,
- ◆ közgazdaságtan, makroökonóma,
- ◆ menedzsment alapelvek,
- ◆ marketing alapelvek,
- ◆ marketing kutatás,
- ◆ Public Relations, a cég arculatának megtervezése és a piacon való megjelenési módjainak megismerése,
- ◆ reklám alapelvek,
- ◆ értékesítési menedzsmentű,
- ◆ civiljogi alaptan,
- ◆ gazdasági jog,
- ◆ pénzügyi alapismeretek,
- ◆ számvitel,
- ◆ kereskedelmi vállalkozások menedzsmentje.

A képzés során a hallgatók az elméleti ismeretek elsajátítása mellett szimulált helyzetgyakorlatokat is végeznek, piaci példákkal is megismerkednek. A marketinges

szemléletmód kialakítását szolgálják az olyan technikák, rávezetések átadása, amelyek segítenek a gyakorlatban észrevenni az információkat, szolgáltató forrásokat.

Szakmai gyakorlat és szakmai továbbképzés az Európai Unióban

Az alábbi honlapon különböző nemzeti és nemzetközi oktatási-képzési pályázati programok találhatóak. Így többek között az Európai Bizottság Socrates oktatási, és Leonardo da Vinci szakképzési programjai, valamint a felsőoktatásban résztvevők közép-európai CEEPUS programja.

A honlap információt nyújt a felsőoktatási rendszereket támogató Tempus III. és az Erasmus Mundus programokról, valamint az Európai Unió Kutatási és Technológiafejlesztési Keretprogramjának lehetőségeiről.

Elérhetőség: www.tka.hu

Kereseti lehetőségek:

Az egyes foglalkozások átlagkereseti statisztikáját – több évre visszamenőleg – az Állami Foglalkoztatási Szolgálat honlapján teszi közzé, a Statisztika menüpontban (egyéni bérek és keresetek statisztikája).

Elérhetőség: www.afsz.hu

Elhelyezkedési lehetőségekről tájékozódhat az Állami Foglalkoztatási Szolgálat kirendeltségein, a www.afsz.hu internetes elérhetőségen, vagy mobiltelefonon a <http://wap.afsz.hu> linken.

A marketing menedzser foglalkozást bemutató **pályaismertető film** elérhető az Állami Foglalkoztatási Szolgálat www.afsz.hu, valamint a Nemzeti Pályainformációs Központ www.npk.hu, továbbá az e-pálya www.epalya.hu internetes elérhetőségeken.

Kiadja: Foglalkoztatási és Szociális Hivatal

Felelős kiadó: Pirisi Károly főigazgató

Készült 2002-ben. Aktualizálva 2008-ban az Európai Unió és a Magyar Állam társfinanszírozásával.

A jelen dokumentum tartalma nem feltétlenül tükrözi az Európai Bizottság a tárgyra vonatkozó hivatalos véleményét.