



Программа профессиональной пробы

Маркетолог-аналитик: решение кейса по проведению маркетингового анализа рынка, продукта и проекта, разработка рекламной концепции с подробной проработкой рекламных каналов

Профессия:

Маркетолог

УГСН/УГПС:

38.00.00 Экономика и управление

Профессиональная среда:

Деловая среда

Область профессиональной деятельности:

7 Административно-управленческая и офисная деятельность

Вид профессиональной пробы:

Базовый

Продолжительность:

90 минут

Классы:

10, 11

Доступность для участников с ОВЗ и/или инвалидностью:

Общие заболевания

Место проведения:

г Калининград, Советский пр-кт, д 1

Автор:

Маркевич Анжела Леонидовна

2025 г.

Введение (10 минут)

Краткое описание профессии

Маркетолог-аналитик — специалист, который анализирует рынок, конкурентов и весь маркетинг компании. На основе анализа специалист этого направления может построить маркетинговую стратегию или дать рекомендации, что изменить в бизнесе, чтобы улучшить результаты деятельности. Основная цель маркетолога-аналитика — сделать так, чтобы бизнес получал максимально возможную прибыль.

Специалисты, освоившие маркетинговый анализ, разбираются в маркетинге — понимают, как ведут себя пользователи, как устроен рынок и как стратегия компании меняется в зависимости от внешних факторов.

Основные задачи, с которыми работает маркетолог-аналитик:

- сбор и обработка данных. Маркетолог-аналитик берёт данные из разных систем, документов и баз и объединяет.
- анализ данных. Специалист изучает данные и ищет закономерности, аномалии, делает выводы.
- построение отчётов. Маркетолог-аналитик готовит отчёты и может визуализировать их для того, чтобы те, кто принимает решения, смогли быстро проанализировать данные.
- разработка рекомендаций. Маркетолог-аналитик, освоивший анализ данных, строит стратегии на его основе.

Также маркетологи-аналитики могут прогнозировать, как изменится продукт или маркетинг в течение определенного промежутка времени.

Место и перспективы профессионального направления в современной экономике региона, страны, мира

Маркетологи, которые занимаются анализом рынка, востребованы в различных отраслях. Традиционные сферы – digital и IT, но сегодня такие специалисты нужны и в новых областях, например, в ритейле и производстве.

Маркетологи-аналитики нужны; крупным IT-компаниям; средним по размеру предприятиям, которые хотят развиваться и лучше понимать, что для этого нужно улучшить, создать; малым предприятиям, которые хотят развиваться с учетом данных, так как понимают, что анализ способен сделать их работу более эффективной.

Сегодня многие специалисты в этой отрасли работают удаленно, так как можно взаимодействовать с лучшими специалистами независимо от того, в каком регионе они находятся. Плюс, не требуется аренда офисов, что экономит средства.

Маркетологи с опытом нередко работают на себя, сотрудничая с компаниями, которым не требуется постоянный сотрудник, но иногда нужно выполнять анализ рынка.

В целом, такие специалисты востребованы везде, где требуется обработка данных.

Необходимые навыки и знания для овладения профессией (с указанием рекомендованного класса)

Маркетолог-аналитик должен уметь работать с большим количеством сервисов и систем:

1. Системы веб-аналитики. Это системы сбора, измерения и анализа информации о посетителях сайтов. Маркетолог-аналитик обязательно должен уметь работать с «Яндекс Метрикой» и Google Analytics. Опционально — с сервисами Canecto и Matomo.
2. Сервисы для анализа конкурентов. Они позволяют оценивать маркетинговые мероприятия других компаний. Популярные решения — Serpstat и Similarweb.
3. Системы сквозной аналитики. Они объединяют данные из нескольких источников. Популярные системы, которые стоит освоить маркетологу-аналитику, — Roistat, PBI, Calltouch, OWOX и Woopra.
4. Платформы для визуализации данных. Одна из самых популярных в России — Power BI.
5. Дополнительные сервисы. Желательно, чтобы специалист мог работать в программах вроде Miro, Trello и Bitrix24.

1-2 интересных факта о профессиональном направлении

Принято считать, что маркетинг зародился в США в начале XX века, но на самом деле корни его гораздо глубже. В его первоначальном виде маркетинг зародился вместе с появлением рынка и конкуренции между торговцами. Первые маркетологи – это посыльные, которых те отправляли в города и деревни с целью разузнать, какие товары необходимы населению. Так обычные работники занимались анализом рынка и покупательского спроса. С развитием промышленности, ростом рынка и увеличением спроса профессия маркетолога становилась все более востребованной на рынке труда. Маркетолог XIX века – это менеджер, работающий с собственным кругом потребителей предприятия.

Российские предприниматели начали использовать маркетинговые инструменты только с 1880 года. Маркетологами в то время выступали сами владельцы предприятий. Они продвигали свою продукцию с помощью выпуска печатной и настенной рекламы, а также участвовали в выставках и ярмарках.

Связь профессиональной пробы с реальной деятельностью

Обычно в направление маркетинговой аналитики идут маркетологи, веб-аналитики, выпускники экономических специальностей, а также те, кто работает в области программирования и статистики. Но попробовать свои силы в профессии может любой, кто интересуется аналитикой. Сегодня бизнес все более ответственно относится к сбору и анализу данных, особенно при продвижении в Интернете. Поэтому профессия маркетолога-аналитика продолжает оставаться востребованной, престижной и высокооплачиваемой.

Цели и задачи (ожидаемые результаты) профессиональной пробы

Цель: познакомить обучающихся с особенностями и содержанием труда специалиста по маркетингу, оценить свои склонности и интерес к данному виду деятельности.

Задачи:

- содействовать формированию представлений об особенностях и характере трудовых функций специалиста по маркетингу;
- содействовать формированию интереса к выстраиванию профессионально-образовательного пути в области маркетинга.

Формы и методы

Практическое задание.

Моделирование трудовой ситуации.

Инструктаж по технике безопасности

Инструктаж по технике безопасности

1. Перед началом работы необходимо убедиться в отсутствии видимых повреждений на рабочем месте;
2. Разместить на столе тетради, учебные пособия так, что бы они не мешали работе на компьютере;
3. Запрещается:
 - употреблять напитки и еду на рабочем месте;
 - располагаться сбоку или сзади от включенного монитора;
 - присоединять или отсоединять кабели, трогать разъемы, провода и розетки;
 - передвигать компьютеры и мониторы;
 - открывать системный блок;
 - пытаться самостоятельно устранять неисправности в работе аппаратуры;
 - перекрывать вентиляционные отверстия на системном блоке и мониторе;
 - ударять по клавиатуре, нажимать бесцельно на клавиши;
 - класть книги, тетради и другие вещи на клавиатуру, монитор и системный блок;
 - удалять и перемещать чужие файлы;
 - скачивать неизвестные файлы, устанавливать программы и приложения;
 - приносить и запускать компьютерные игры.
4. После окончания работы завершить все активные программы и корректно выключить компьютер, оставить рабочее место чистым.
5. При появлении программных ошибок или сбоех оборудования учащийся должен немедленно обратиться к преподавателю.
6. При появлении запаха гари, необычного звука немедленно прекратить работу, и сообщить преподавателю.

Постановка задачи (5 мин)

Постановка профессионального задания

Провести маркетинговый анализ рынка, продукта и проекта, разработать рекламную концепцию с подробной проработкой рекламных каналов

Итоговый результат, продукт

отчет

Выполнение задания (55 минут)

Подробная инструкция по выполнению задания

Работа над кейс-ситуацией моделируется в несколько этапов:

- исследуется ситуация: анализируется проблема, детально рассматривается кейс;
- собирается недостающая информация, если нужны дополнительные сведения, то обучающийся задает вопросы, чтобы получить необходимую информацию;
- рассматриваются и обсуждаются возможные варианты решения проблемы;
- выбирается и применяется самый подходящий вариант – завершающий этап.

Шаги по выполнению задания:

- а) прочитайте предложенные кейс-ситуации;
- б) изучите предлагаемые варианты ответов и выбрать предпочтительный, аргументированно объяснив свою точку зрения;
- в) получить обратную связь от наставника.

Оценка результатов выполнения задания (5 минут)

Критерии успешного выполнения задания

- задание считается выполнено, если получен развернутый аргументированный ответ, содержащий логично выстроенные умозаключения по выбору конкретного варианта решения кейс-ситуации.
- в процессе дискуссии обсуждаются предложенные варианты решения ситуаций, оцениваются аналитические способности, коммуникативные навыки, ситуационное мышление.

Рекомендации для наставника по контролю результата, процедуре оценки

По окончании работы наставник дает общую вербальную оценку представленных вариантов ответов, рекомендации по развитию навыков, умений, знаний

участников, обращая внимание на наиболее успешные моменты в работе над ситуацией и определяя возможные направления дальнейшего развития с необходимыми рекомендациями.

Обсуждение (15 минут)

Вопросы

1. В чем заключаются основные задачи представителя профессии?
2. Какие особенности условий труда характеризуют данную профессию
3. Какие качества необходимы представителю данной профессии?
4. Понравилась ли Вам деятельность, которой вы занимались на профессиональной пробе? Захотелось ли Вам узнать о профессии больше?
5. Возможен ли выбор Вами данного направления профессиональной деятельности?
- 6.

Инфраструктурный лист для проведения профессиональной пробы

Наименование	Рекомендуемые технические характеристики с необходимыми примечаниями	Кол-во	Кол-во пользователей
Компьютер (с монитором)	Intel core i5, 3400 мгЦ, 8ГБ, DDR-4, SSD-500 Гб, с установленным пакетом Apache OpenOffice и подключением к сети Интернет	1	На человека
Доска Флипчарт магнитно-маркерная, блок бумаги	стандартная	1	На группу
Компьютерная мышь, коврик для мыши, клавиатура	стандартная	1	На человека
Проектор	с подключением к сети Интернет	1	На группу
Экран для проектора	стандартный	1	На группу
Столы	стандарт	1	На человека