

РОЛЬ ВЛАДЕНИЯ ИНСТРУМЕНТАМИ АНАЛИЗА И ПРОГРАММИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТОЛОГА

Шевченко Е.В.

канд.экон.наук,

доцент кафедры маркетинга и торгового дела

Кубанский государственный университет,

г. Краснодар, Россия

Вершинин А.А.

студент

кафедры маркетинга и торгового дела

Кубанский государственный университет,

г. Краснодар, Россия

В современном мире иметь маркетолога или отдел маркетинга в штате компании является крайне необходимым. В 2020 году, маркетолог является одной из самых востребованных профессий на рынке труда, но и требования к умениям специалиста возрастают с каждым годом. Но зачастую специалиста, который создает посты в социальных сетях, продает клики и переходы в «Яндекс.Директ», пишет статьи в блоги, называют «маркетологом». Это называется подмена понятий и является в корне не верным.

Маркетолог в первую очередь – это специалист, который занимается изучением рынка, знает рынок, а также тенденции данного рынка.

Маркетолог должен уметь работать с большими базами данных, с последующим анализом их, а также делать выводы и рекомендации по проделанной работе с данными. Немаловажным для специалиста владеть программированием на базовом уровне, для того чтобы оптимизировать свою работу. Ведь задач, которые выполняет маркетолог, и каналами, с которыми он работает, предельно много. То есть это специалист, который должен совмещать в себе аналитические способности, а также креативное мышление.

В качестве базы исследования была проанализирована площадка hh.ru с вакансиями «маркетолог» и «маркетолог-аналитик». Было просмотрено 30 вакансий.

Следовательно, анализ был осуществлен по запросам «Маркетолог» и «Маркетолог-аналитик».

Список задач, которые требуется выполнять:

- системный мониторинг рынка и смежных отраслей: конкурентов, цен, тенденций, потребительских ожиданий;
- оценка эффективности различных маркетинговых/трейд-маркетинговых мероприятий;
- организация и проведение различных исследований: сбор первичной информации, обработка, составление отчетов;
- участие в составлении маркетингового бюджета;
- формирование и разработка новых баз данных; формирование предложений по доработке текущих баз данных, повышающих эффективность целевых предложений для клиентов;
- изучение и сбор статистических данных как в разрезе рекламных каналов, так и проектов;
- оценка угроз и возможностей для бизнеса;
- организация маркетинговых исследований;
- разработка и реализация маркетинговых стратегий;
- детальный анализ маркетинговых активностей конкурирующих компаний [2].

Таким образом, исходя из задач маркетолога в объявлениях на hh.ru, можно сделать вывод, что маркетолог – это специалист, обладающий знанием отрасли, в которой он работает. Он анализирует клиентскую базу, маркетинговую деятельность и продукцию конкурентов. Маркетолог занимается разработкой и реализации маркетинговой стратегии, с последующим детальным анализом каждого этапа. Специалист также же осуществляет работу с базами данных, а именно занимается как разработкой, так и совершенствованием их. Анализируя базы данных, специалист превращает их в читаемый вид в презентационном варианте для руководителей, с предлагаемыми вариантами решений и оптимизаций проблем.

Также, к данным специалистам осуществляются необходимые требования, а именно:

- аналитический склад ума;
- высшее образование;
- знание и умение использовать различные методы по сбору статистической информации;
- наличие базовых знаний об экономике, статистике;
- знание SQL и Python будет большим плюсом;
- знание языка не ниже уровня intermediate.

Также был осуществлен анализ по 30 вакансиям, включая крупные компаний, такие как МТС, Билай, Марс, Студия Кефир.

После анализа рынка труда по профессии «маркетолог» на площадке hh.ru, рассмотрим и сравним актуальное высшее образование высшего учебного заведения ВГБОУ ВО «КубГУ» по направлению «Маркетинг в торговле» и популярных онлайн-университетов Skillbox и Нетология.

Обучающие программы были рассмотрены исходя из обязанностей и требований по вакансиям на площадке hh.ru.

ФГБОУ ВО «Кубанский Государственный Университет» – это государственное образовательное учреждение, которое осуществляет образовательные услуги по следующим образовательным программам:

Направление «Маркетинг в торговле» находится на экономическом факультете, имеет очную и заочную форму бакалавриата и делится на 8 семестров. Исходя из информации о предметах в семестрах можно сделать вывод, что только некоторые предметы подходят под требования рынка труда (вакансий на hh.ru), а именно: английский язык; социальная психология и психология потребителя; компьютерные программы и базы данных офисного назначения; маркетинг; статистика; поведение потребителей; компьютерные технологии обработки и анализа маркетинговой информации; маркетинговые исследования; маркетинговые коммуникации в торговле; маркетинг изменений; стратегический маркетинг; инновационные маркетинговые технологии; торговля и продвижение в Интернет.

Безусловно, многие предметы нужны для общего развития или частично касаются обязанностей и требований рынка труда, и это следует учитывать при выборе и анализе образования. Нужно брать во внимание тот факт, что данное образование длится в совокупности 4 года, в сравнении с остальными анализируемыми образованиями, но одним из главных критериев (требований) у работодателей является наличие высшего образования по профилю.

Онлайн-университет «Нетология» – это университет, который обучает онлайн по таким направлениям как: маркетинг; бизнес и управление; программирование; дизайн и UX; аналитика; MBA; Soft skills.

Исходя из анализа вакансий «Маркетолог» на площадке hh.ru, в онлайн-университете «Нетология», по программе курса наиболее подходит курс-профессия «Маркетолог аналитик».

Программа курса длится 7 месяцев обучения и делится на блоки: построение сквозной аналитики; исследование данных в Python; визуализация в Power BI; метрики, гипотезы, точки роста; дипломная работа.

Исходя из анализа онлайн-университета «Нетология», можно сделать вывод, что выпускник полностью соответствует требованиям рынка труда по профессии маркетолог и маркетолог-аналитик.

Также онлайн-университет указывает, что помогает получить стажировку в таких компаниях как «Mail.ru group», «Lamoda», «Билайн», «Skyeng» и многих других.

Онлайн-университет «Skillbox» – это университет, который обучает онлайн по таким направлениям как: программирование; дизайн; маркетинг; управление.

Исходя из анализа вакансий «Маркетолог» на площадке hh.ru, в онлайн-университете «Skillbox», по программе курса наиболее подходит курс-профессия «Маркетолог аналитик».

По заявлению онлайн-университета, после окончания курса выпускник будет обладать следующими навыками:

Профессиональные навыки:			
• Проведение конкурентного анализа	• Внедрение системы KPI	• Подсчет ROI и LTV	• Работа в «Яндекс.Метрике» и Google Analytics
• Подключение колтрекинга (CoMagic)	• Настройка Google Tag Manager	• Построение системы сквозной аналитики	• Юзабилити-тестирование сайта
• Построение и анализ воронки продаж	• Извлечение и анализ данных с помощью Python	• Автоматизация отчетности	• Визуализация данных (Power BI, Google Data Studio)

Рис. 1. Навыки выпускника по программе «Маркетолог-аналитик»

Программа онлайн обучения длится 12 месяцев и делится на 4 блока, а именно: веб-аналитика от Ingate, сквозная аналитика, аналитик данных Python, Excel+Google-таблицы с нуля до PRO.

Проведенный анализ показывает, что онлайн-университеты более соответствуют запросам работодателей по профессии «Маркетолог», чем классические высшие учебные заведения. Ведь онлайн-университеты могут себе позволить незамедлительно следовать изменениям и требованиям рынка труда, ведь им не нужно проходить государственные аккредитации и так далее.

Можно ли сказать, что высшее образование во многом проигрывает по профильным дисциплинам лучшим онлайн-университетам страны? Категорично на данный вопрос ответить нельзя, ведь высшее образование дает не только знания по предметам, но и многие другие преимущества, например, такие как:

- коммуникации в реальном времени;
- выступления и презентации перед аудиториями, которые во многом нужны в данной профессии;
- возможность раскрыть себя в смежных дисциплинах;
- изучение иностранных языков в стенах университета [1].

Изучив вакансии также можно понять, что большинство работодателей требуют от соискателей высшего профильного образования.

В связи со сложившейся ситуацией с пандемией по всему миру, кардинальным образом поменялась работа высших учебных заведений в целом. Мы наблюдаем ситуацию, что с постепенным переходом на смешанное образование (онлайн и офлайн), ВУЗам необходимо перестраивать свои образовательные программы, а именно дорабатывать свои (с учетом изменений) и создавать новые направления [3].

В данной сложившейся среде онлайн-университеты служат показательным примером, как нужно подстраиваться под тенденции, стремительно меняющегося, рынка труда. Следовательно, можно сделать вывод, что получение высшего образования является обязательным этапом в становлении маркетолога, но онлайн-университеты также необходимы как для повышения квалификации, так и для закрепления полученных знаний, а специалист, генерирующий в себе совокупность этих знаний будет максимально соответствовать требованиям рынка.

Список литературы:

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с.
2. Савчук Г.А., Управление маркетингом на предприятии, учебное пособие, Савчук Г.А., Мокерова Ю.В., М, 2014 – 220 с.
3. Профессия маркетолог-аналитик URL: <https://new.skillbox.ru/profession-marketolog-analitik>