

СЕРТИФІКАЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ

В Харкові на базі Національного аерокосмічного університету "Харківський авіаційний інститут" почав працювати Незалежний Сертифікаційний центр Української асоціації маркетингу. Початок діяльності був відзначений складанням іспитів на підтвердження кваліфікації "Менеджера з маркетингових досліджень" студентами вузу.

До складання іспитів були допущені 8 студентів. В подальшому діяльність центру будуватиметься на міжвузівської основі.

Директор Мельников С.М. 8057 758-94-91, + 380 50 303 19 57,
Заступник директора Голованова М.А. 80505860385, 80971946220
mail: xai2001@mail.ru

3 виступу учасників



ПРОГРАМА СЕРТИФІКАЦІЇ МАРКЕТОЛОГІВ ЯК РЕМАРКЕТИНГ ПРОФЕСІЇ

СЕРГІЙ МЕЛЬНИКОВ, МАЙЯ ГОЛОВАНОВА
Національний аерокосмічний університет ім. Н. Е. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Кризові явища в економіці України змушують власників і топ-менеджерів підприємств приймати антикризовий пакет дій і, у першу чергу, скорочувати витратні статті бізнесу. На жаль, починають скорочення саме з відділів маркетингу.

Проблема має два аспекти:

1. Для керівника підприємства поняття «відділ маркетингу» тотожно поняттю «відділ реклами».
2. Самі маркетологи пов'язують свою професію з «освоєнням» рекламних бюджетів підприємства.

Причинами такого стану справ, на наш погляд, є низька маркетингова культура бізнес-товариства й слабка фахова підготовка маркетологів.

Для підвищення статусу професії Українська асоціація маркетингу (УАМ) разом з викладачами ряду провідних вузів впроваджує систему професійної сертифікації маркетологів.

Сертифікація - це визначення кваліфікаційної придатності маркетологів шляхом здачі кваліфікаційного іспиту на знання Міжнародного процесуального Кодексу

ICC/ESOMAR, стандартів якості маркетингових досліджень УАМ, на підтвердження практичних умінь в області маркетингової діяльності.

Пропонується дворівнева система сертифікації:

1. Базовий рівень для студентів і недавніх випускників Вузів.

Іспити даного рівня підтверджують кваліфікацію відповідно до наступних посадових функцій:

- ♦ менеджер з маркетингу;
- ♦ менеджер з організації маркетингових досліджень;
- ♦ менеджер з реклами.

2. Управлінський рівень для фахівців, що мають досвід роботи.

Структура екзаменаційного билета містить блок теоретичних питань і практичне завдання, що захищається здобувачем перед екзаменаційною комісією. Для роботи в екзаменаційній комісії залучаються керівники маркетингових агенцій і служб маркетингу відомих підприємств та керівники обласних організацій УАМ.

Після успішної здачі кваліфікаційного іспиту здобувачеві вручається сертифікат установленого зразка.

Програма сертифікації дозволить українським фахівцям підтвердити кваліфікаційний статус, що відповідає вимогам професії, позиціонувати себе на ринку праці, а керівникам підприємств - одержати підтвердження знанням і здатностям своїх дійсних та потенційних співробітників.

При підготовці студентів до складання кваліфікаційного іспиту виникли певні складності. Зокрема, необхідно більше приділяти увагу рішенням завдань, пов'язаних з визначенням розмірів вибірки, а також обґрунтуванням точності одержуваних результатів. Також деякі питання програми екзамену з розділу «Статистична обробка даних маркетингових досліджень» потребують значно більш глибокого їхнього вивчення.

Надалі нам варто врахувати, що найбільш зручний час проведення іспиту - квітень. Саме із цієї причини деякі студенти не змогли взяти участь у процедурі сертифікації, тому що були зайняті підготовкою до захисту випускної роботи.

Одержання сертифіката студентами Вузів дасть можливість отримати більше незалежну й об'єктивну оцінку знань і у свою чергу претендувати на одержання цікавої й згодом високо оплачуваної роботи.

На закінчення відзначимо, що дана система сертифікації буде мати успіх при всебічній підтримці бізнесу й визнання сертифіката, як документа, що підтверджує високий рівень підготовки фахівця-маркетолога.