

ІСПИТ СТУДЕНТІВ «МЕНЕДЖЕР З МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

15 червня 2016 року в Одеському національному політехнічному університеті відбувся черговий іспит студентів, які пройшли підготовку за програмою «Менеджер з маркетингових досліджень».

Іспит приймала екзаменаційна комісія Української асоціації маркетингу у складі:

Лилик Ірина Вікторівна — Генеральний директор Української асоціації маркетингу, заступник головного редактора фахового журналу «Маркетинг в Україні», Національний представник ESOMAR в Україні, кандидат економічних наук, доцент;

Григор'єв Олександр — директор з реклами компанії «Формат»;

Губарева Юлія — керівник відділу реклами ТОВ «Фортуна Груп ЛТД» (дилер компанії «Хонда»);

Окландер Михайло Анатолійович — завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету доктор економічних наук, професор. Віцепрезидент Української Асоціації Маркетингу. Академік Академії економічних наук України;

Яшкіна Оксана Іванівна — професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, доцент.

Враховуючи світовий досвід і для підвищення статусу професії «маркетолог» в лютому 2008 року Українська асоціація маркетингу (УАМ) запровадила систему професійної сертифікації маркетологів. Програма сертифікації дозволяє фахівцям з маркетингу отримати кваліфікаційний статус, що відповідає високим вимогам професії, позиціонувати себе на ринку праці, а керівникам підприємств отримати підтвердження знань і здібностей співробітників. Це відповідає міжнародній практиці, коли кваліфікацію фахівця крім Державних екзаменаційних комісій вищих навчальних закладів повинна підтвердити професійна спільнота країни.

На кафедрі маркетингу Одеського національного політехнічного університету функціонує сертифікаційний центр Української Асоціації маркетингу. Здійснюється професійна сертифікація маркетологів за програмою «Менеджер з маркетингових досліджень». Сертифікат Української Асоціації маркетингу «Менеджер з маркетингових досліджень» українською та англійською мовами підтверджує, що маркетолог має знання, навички та вміння проведення маркетингових досліджень на рівні кваліфікаційних вимог. Прізвища сертифікованих маркетологів публікуються на сайті Української асоціації маркетингу і в журналі «Маркетинг в Україні». Агенції з працевлаштування та рекрутингові агенції уважно відслідковують цю інформацію.

Сертифікація з напрямку «Менеджер з маркетингових досліджень» — це визначення кваліфікаційної придатності маркетологів шляхом складання кваліфікаційного іспиту на знання Міжнародного процесуального Кодексу ICC / ESOMAR, стандартів якості маркетингових досліджень УАМ, підтвердження практичних умінь в області маркетингової діяльності.

Іспит складається з двох частин:

перша частина — письмова. Білет містить питання з «Статистичного забезпечення маркетингових досліджень» та «Менеджменту дослідницького маркетингового проекту»;

друга частина — презентація дослідницького проекту студента.

Програма сертифікаційного іспиту Української Асоціації Маркетингу з напрямку «Менеджер з маркетингових

досліджень» відрізняється від програми вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження». Наприклад, під час вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження» за стандартною програмою студенти спеціальності «Маркетинг» Одеського національного політехнічного університету вивчають у розділі «обробка результатів анкетування» такі методи аналізу даних в програмному продукті SPSS, як:

- ✓ первинна статистична обробка даних: таблиці частот, розрахунок характеристик середнього і варіації, оцінка розподілу даних);
- ✓ побудова таблиць крос-табуляції даних при вивченні профілів споживачів;
- ✓ перевірку гіпотез про рівність середніх залежних і незалежних вибірок;
- ✓ кореляційно-регресійний аналіз для визначення для виявлення наявності та форми зв'язку між досліджуваними ознаками;
- ✓ кластерний аналіз для сегментування ринку за різними ознаками і визначення можливостей нового товару;
- ✓ факторний аналіз для виявлення характеристик товару, що впливають на вибір споживачів.

Проведення сертифікаційних іспитів в Одеському національному

політехнічному університеті є традицією, яка відбувається дев'ятий рік поспіль. За цей час, на думку екзаменаційної комісії Української асоціації маркетингу, підготовка спеціалістів значно покращилась. При роботі над дослідницьким проектом більшість студентів застосовує як якісні так і кількісні методи маркетингових досліджень, демонструє вміння до глибокого аналізу вторинної інформації в кабінетних дослідженнях, вміло інтерпретує результати статистичного аналізу даних, обґрунтовано формулює висновки та пропозиції.

Тематика дослідницьких проектів також розширилася. Наприклад, 15 червня до уваги екзаменаційної комісії були представлені дослідження, які стосуються проблем національного масштабу, серед них можна виділити такі теми:

- ✓ перспективи розвитку екологічного туризму в Україні;
- ✓ дослідження відношення споживачів до смартфонів ТМ Impression, які виробляються в Україні;
- ✓ зміни у вподобаннях українських споживачів вина після анексії Криму.

Вітаємо сертифікованих менеджерів з маркетингових досліджень.

