

COMPETENȚE SPECIFICE

Cunoștințe de cercetare de marketing (chestionare, focus grupuri, mystery shopping etc.);
Cunoștințe de planificare de Marketing (stabilire obiective, strategie, buget, măsuri tactice);
Cunoștințe de brand development (planificare de brand, creare identitate etc.);
Competențe de vânzări (prospectare piață, negociere, realizare oferte de vânzări etc.);
Competențe de managementul vânzărilor (coordonarea echipei de vânzări, planificare de vânzări, evaluare, recrutare etc.);
Competențe de managementul canalelor de distribuție;
Cunoștințe de Project Management (realizarea și coordonarea unui proiect de la 0 până la 110%);
Competențe de planificare media și promoții (realizare planuri media, promoții și strategie de promovare);
Competențe de implementare de campanii media (coordonarea realizării de campanii de promovare pe TV, Radio, bannere online, video ads, affiliate marketing etc.).

ALTE COMPETENȚE

Abilități de comunicare, organizare și planificare;
Lucru în echipă;
Gândire analitică;
Capacitate de sinteză;
Atenție la detalii;
Capacitate de implementare a ideilor;
Inițiativă;
Ascultare activă;
Rezolvarea problemelor complexe;
Gândire critică;
Rezistență la stres.

SARCINI ȘI RESPONSABILITĂȚI

Definirea strategiei de marketing, participare la dezvoltarea bugetelor;
Implementarea, coordonarea planurilor și a strategiilor de marketing;
Dezvoltarea noilor game de produse, care să răspundă noilor cerințe ale consumatorilor;
Dezvoltarea și implementarea campaniilor de marketing și promovare;
Realizarea statisticilor și a rapoartelor zilnice, săptămânale, lunare privind activitatea de marketing și vânzări precum și a bazelor de date comparative;
Monitorizarea și respectarea termenelor pentru îndeplinirea obiectivelor aferente planului de marketing;
Propunerea de acțiuni de marketing în scopul atingerii obiectivelor stabilite;
Organizarea și participarea la evenimente, expoziții sau târguri de interes din domeniu;
Analiza din punct de vedere a eficienței a programelor de marketing;
Construirea și promovarea imaginii firmei și a produselor promovate de aceasta;
Analiza evoluției pieței pentru identificarea tendințelor și a nevoilor acesteia;
Conducerea și interpretarea cercetărilor pe piață

PROFILUL POSTULUI

Cerințe aptitudinale:

Abilitatea generală de învățare	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun
Aptitudinea verbală	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun
Aptitudinea numerică	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun
Aptitudinea spațială	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun
Aptitudinea de percepție a formei	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun
Abilități funcționărești	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun
Rapiditatea în reacții	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun
Capacitatea decizională	foarte slab	slab	mediu	bun	foarte bun

Cerințe privind personalitatea:

Extraversiune	sub medie	media populației	peste medie
Amabilitate	sub medie	media populației	peste medie
Conștiinciozitate	sub medie	media populației	peste medie
Stabilitate emoțională	sub medie	media populației	peste medie
Autonomie-independentă	sub medie	media populației	peste medie

Interese relevante:

- **de tip Investigativ**

Ocupațiile investigative implică frecvent lucrul cu idei și necesită o cantitate mare de gândire. Aceste ocupații pot include căutare de date și rezolvarea mentală a problemelor, activități de cercetare, investigare sub diverse forme și în cele mai diferite domenii (biologic, fizic, social, cultural etc.). Presupune abilități matematice și științifice de obicei și munca se desfășoară individual (medic, chimist, matematician, biolog etc).

- **de tip Întreprinzător**

Ocupațiile de gen <întreprinzător> implică frecvent începerea și realizarea proiectelor. Aceste ocupații pot implica conducerea oamenilor și luarea multor decizii. Câteodată necesită asumarea riscurilor și deseori sunt în relație cu afacerile. Necesită muncă în echipă, coordonare și abilități oratorice și manageriale (manager, agent vânzări etc).

- **de tip Conventional**

Ocupațiile convenționale deseori presupun urmarea seturilor de proceduri și a rutinelor. Aceste ocupații pot include mai mult lucrul cu date și detalii decât cu idei. De obicei la aceste ocupații autoritatea coordonatoare este foarte clar delimitată. Se caracterizează prin activități administrative, de manipulare sistematică și ordonată a unor obiecte într-un cadru bine organizat și definit (secretar, bibliotecar, functionar public etc).