

ринку. Потрібно будувати маркетинг, який би забезпечував дослідження ринку, рекламу, ціноутворення, управління збутом, всі контрольні функції відразу. Це основа одного з найважливіших джерел процвітання будь-якої організації.

УДК 339.138:005.95

## **КЛЮЧОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ**

Студ. Лесюта Н.Ю.

Наук. керівник ст. викл. Будякова О.Ю.

Київський національний університет технологій та дизайну

Професія «маркетолог» або «менеджер з маркетингу» – фахівець, основним результатом діяльності якого є стійке функціонування та розвиток організації в конкурентному середовищі на основі гармонізації інтересів споживачів та організації. Виділяють дев'ять основних ключових компетенцій менеджера з маркетингу. Ці компетенції та особисті якості не можуть бути повністю виражені, але вони повинні покращуватися, оскільки постійно зростає досвід та професійно-кваліфікаційні якості та навички.

Перша компетенція – аналітичні здібності. Менеджер з маркетингу повинен вміти: проаналізувати динаміку продажів та управляти прогнозами продажів; керувати рекламним бюджетом та обчислювати ефективність інвестицій; порівнювати декілька варіантів рішень та обирати оптимальний варіант; встановлювати пріоритети в роботі та управлінні.

Друга компетенція – професійна компетентність. Менеджер з маркетингу повинен знати та вдосконалювати свої знання в: сучасних методах маркетингу; сучасних моделях розвитку бренду та управління організацією; сучасних методиках та методах продажу; основах економіки та фінансів; основах соціології та психології.

Третя компетенція – ініціатива. Менеджер з маркетингу повинен вміти сформулювати й поставити собі завдання, побачити можливості вдосконалення маркетингового управління.

Четверта компетенція – відповідальність. Менеджер з маркетингу управляє рекламним бюджетом та прибутковістю продукту, тому він має бути готовий взяти на себе зобов'язання, прийняти рішення та відкрито висловити свою думку.

П'ята компетенція – ефективність. Менеджер з маркетингу повинен бути наполегливим у своїх діях, бути амбіційним у поставлених цілях, вчасно виконувати завдання.

Шоста компетенція – креативність. Менеджер з маркетингу повинен мати можливість створювати нові ідеї та пропонувати декілька альтернатив для вирішення одного завдання.

Сьома компетенція – якість комунікації, яка є однією з ключових компетенцій менеджера з маркетингу. Менеджер з маркетингу повинен оволодіти такими навичками у сфері комунікацій: грамотне письмове спілкування – вміння правильно викладати свої думки в діловому листуванні. Писати без граматичних та орфографічних помилок. Грамотне усне спілкування – це здатність правильно висловлювати свої думки під час розмови. Ефективна міжособистісна комунікація – здатність ефективно взаємодіяти з іншими членами команди для досягнення поставленої мети. Навички публічних виступів – це здатність встановлювати та підтримувати контакт з аудиторією під час презентацій.

Восьма компетенція – гнучкість у роботі. Менеджер з маркетингу має бути відкритим для нових технологій та ідей. В маркетинговому управлінні іноді необхідно відмовитись від обраного курсу та перейти на інші методи роботи, якщо існуючі методи не ефективні.

Дев'ята компетенція – саморозвиток та ерудиція. Менеджер з маркетингу повинен постійно підвищувати свою професійно-кваліфікаційну компетентність та розширювати горизонти, використовуючи нові знання для підвищення ефективності управління.