Więcej informacji o zawodzie znajdziesz w:

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej: w Łodzi:

ul. Wólczańska 49, 90-608 Łódź,
Tel. (42) 66 30 255, 66 30 273

oraz oddziałach:

w Piotrkowie Trybunalskim:

ul. Starowarszawska 4, 97 - 300 Piotrków Tryb.
Tel. (44) 649 60 87

w Sieradzu:

ul. 3 Maja 7, 98 - 200 Sieradz
Tel. (43) 822 81 84, 822 81 86

w Skierniewicach:

ul. Senatorska 10, 96 - 100 Skierniewice

Tel. (46) 833 39 74, 833 36

Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi

promuje łódzkie

SPECJALISTA ANALIZY I ROZWOJU RYNKU

Klasyfikacja Zawodów i Specjalności: 243105

Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi
Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej

Łódź 2016

Głównym celem pracy specjalisty analizy rynku jest gromadzenie i interpretacja danych niezbędnych do ustalenia współzależności między popytem, podażą a ceną odnoszących się do produktów usług, inwestycji czy transakcji kapitałowych.
Do podstawowych zadań zawodowych specjalisty analizy rynku należy: zbieranie informacji rynkowej, określanie tendencji rozwojowej i sezonowości podaży i popytu na poszczególne produkty. Specjalista analizy rynku przeprowadza również analizę współzależności zjawisk ekonomicznych przy szacowaniu popytu na określone produkty i usługi oraz analizuje ich elastyczność popytu. Określa wpływ cech własnych produktu na wielkość sprzedaży, analizuje potrzeby i zajmuje się badaniem koniunktury określając jej wpływ na podaż i popyt określonych produktów i usług. Przygotowuje również raporty i prezentacje wyników badań rynku, współpracuje z przełożonymi oraz monitoruje, na koniec ocenia efektywność realizowanych działań.
Charakter pracy specjalisty analizy rynku zależy od wielkości firmy i specyfiki jej produkcji lub usług, struktury organizacyjnej czy strategii funkcjonowania. W małych firmach praca ma charakter indywidualny. Pracownik jest samodzielny, choć efekty jego pracy wykorzystywane są przez innych decydentów. W dużych firmach praca ma charakter zespołowy. Specjalista analizy rynku może pracować w marketingu, sprzedaży (handlu), choć stanowisko takie można spotkać w dziale kadr, logistyki, finansowym, a także w instytucjach rynku pracy, doradztwa personalnego oraz w instytucjach samorządowych. Specjaliści analizy rynku mogą zajmować stanowiska samodzielne, często pracują jako kierownicy średniego i wyższego szczebla.
Zakres odpowiedzialności na stanowisku jest zróżnicowany. Może obejmować troskę wyłącznie o sprzedaż produktów, jak też całość konkretnych przedsięwzięć czy też całość strategii przedsiębiorstwa
Typowym środowiskiem pracy analityka jest biuro, choć możliwa jest także praca w domu, bądź w organizacji, która jest przedmiotem analizy. W przypadku badań empirycznych praca może odbywać się w terenie – analityk musi często pełnić także funkcję ankietera. Specjalista rynku powinien w swojej pracy wykorzystywać nowoczesne narzędzia i techniki informatyczne.

Wykształcenie

Specjalista analizy rynku powinien posiadać wykształcenie wyższe: socjologia, psychologia, ekonomia lub zarządzanie. Oprócz wymagań formalnych konieczna jest biegła znajomość języków obcych, bardzo dobra znajomość obsługi komputera oraz specjalistyczne kursy i szkolenia, w tym także międzynarodowe.

Cechy psychofizyczne

- zdolność logicznego rozumowania i wyciągania wniosków,
- dostrzeganie zależności przyczynowo – skutkowych i funkcjonalnych,
- przewidywanie zjawisk i procesów na podstawie zgromadzonych danych.

Wymagania fizyczne i zdrowotne

Wymagania nie są wysokie. W tym zawodzie mogą pracować osoby niepełnosprawne po dopuszczeniu przez lekarza medycyny pracy.

Zadania zawodowe:

- zbieranie informacji rynkowej,
- określanie tendencji rozwojowej i sezonowości podaży i popytu na poszczególne produkty rynkowe,
- analizowanie i współzależności zjawisk ekonomicznych przy szacowaniu popytu rynku na określone produkty i usługi,
- analizowanie elastyczności popytu rynku,
- określanie wpływu cech własnych produktu na wielkość sprzedaży,
- badanie koniunktury rynkowej, określanie jej wpływu na podaż i popyt ,
- przygotowywanie raportu i prezentacja wyników badań rynku,
- współpraca z przełożonymi, specjalistami, członkami zespołów i klientami podczas prowadzenia analizy rynku,
- monitorowanie i ocena efektywności realizowanych działań związanych z analizą rynku.