

## **СОЦИОЛОГ, ИЗСЛЕДОВАТЕЛ И АНАЛИЗАТОР НА ПАЗАРИ**

### **вариант: СОЦИОЛОГ - МАРКЕТОЛОГ (изследване и анализ на пазари)**

#### **ПРОЕКТ ЗА ПРОФЕСИОНАЛНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

Професията отговаря на спонтанно възникнали след 1990 г. потребности от изследователи и анализатори на пазарите със социологическа квалификация. Поле на реализация са частните социологически и маркетингови агенции, медийните агенции, маркетинговите отдели и отделите за развитие на човешките ресурси в публични и частни дружества и фирми.

Социологът, изследовател и анализатор на пазари, притежава теоретични знания върху обществото и социалния ред, правната рамка на функциониране на икономиката, макро- и микроикономика, формирането и разпространението на социалните нагласи и предпочитания. Притежава теоретични и емпирични знания за процеса на създаване и налагане на иновативни продукти и услуги. Владее теорията и практиката на конкретното социологическо изследване с прилагане на качествени и количествени методи при набирането, математическата обработка и анализа на емпиричните данни. Притежава знания и умения за обобщаване и визуализиране на резултатите от своите изследвания и анализи.

Социологът, изследовател и анализатор на пазари, притежава следните професионални компетенции:

- Подпомага предприемачите, мениджърите и други възложители при дефиниране на обекта на пазарното проучване - определяне на границите на пазарите, потенциалните клиенти, начина на предлагане на продуктите и услугите, действащи стандарти и регулации, конкурентите и тяхното поведение.
- Определя адекватната на заданието методика на изследване и анализ, включително определяне на хипотези, определяне на извадката и таргет групите, избиране на инструментариум, методика на регистрация, избиране на програмата за обработка на данни.
- Идентифицира критични точки и латентни потребности в пазарите, създаващи потенциал за иновации; познава и прилага специални методи и техники за идентифициране на бъдещите потребности и очакваните характеристики на създаваните иновативни продукти и услуги.
- Изгражда и прилага методики за оценка на надеждността на събраната информация, изграждане на бази-данни и тяхната обработка с математико-статистически и семиотични методи за анализ на съдържанието и други метод за анализ на визуална информация.
- Умее да съчетава и съпоставя релевантни на възложената поръчка данни от различен тип: предшестващи социологически, статистически и икономически проучвания, експертни анализи, математико-статистически данни, стандарти и нормативи, други

текстуални данни (медийни публикации, разкази на участници и свидетели и т.н.), визуални данни.

- Анализира и обобщава резултатите от изследването в тяхната взаимна връзка и ги представя синтезирано на възложителя в текстови вид (доклад), използвайки таблици, графики и други методи на визуализация, включително презентации на Power Point.
- Формулира препоръки, изработва стратегии и планове за адекватно пазарно присъствие и налагане на съответни продукти и услуги .

Социологът, изследовател и анализатор на пазари, усъвършенства организацията на собствената си дейност и условия на труд в съответствие с изискванията на модерната социология, следи новостите в социологическите изследвания на пазарите, разширява своя професионален опит и възможности за интердисциплинарно сътрудничество със специалисти от други области при решаване на конкретни проблеми на възложителите.

Социологът, изследовател и анализатор на пазари, познава и спазва професионалните и етични стандарти в социологическата практика, които гарантират коректното и лоялно поведение към възложители и работодатели.