

□ 직무 기본 정보

직 무	마케팅전략기획	능력단위분류번호	0201030108_16v3
		능 력 단 위	마케팅전략 계획수립
직무 목적	조직의 내부역량 및 경쟁기업 분석을 통해 필요한 마케팅 영역에 대한 제휴 계획을 수립하고, 제휴사를 선정하여 관리할 수 있다.		
개발 날짜	2016. 6. 30	개 발 기 관	대한상공회의소

□ 직무 책임 및 역할

주 요 업 무	책임 및 역할
마케팅 목표 설정하기	<ul style="list-style-type: none"> • 전기 마케팅 성과분석 결과에 따라 당해년도 실행 개선사항을 도출한다. • 시장 및 경쟁 상황을 파악하기 위하여 내·외부 환경을 분석한다. • 내·외부 환경을 고려하여 정량적·정성적 마케팅 목표를 설정한다.
중·장기 전략 수립하기	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 비전과 미션에 따라 중·장기 사업목표를 도출 한다. • 중·장기 사업목표에 따라 중·장기 마케팅 방향을 설정한다. • 사업목표와 마케팅 방향을 고려하여 전략과제를 도출한다. • 도출된 전략과제 달성을 위한 중·장기 전략을 수립한다.
마케팅 실행계획 수립하기	<ul style="list-style-type: none"> • 설정된 마케팅 목표에 따라 핵심성공요인을 도출한다. • 핵심성공요인에 따라 실행방안을 수립한다. • 마케팅 실행을 위한 물적·인적자원계획을 수립한다. • 마케팅 목표에 따라 통합적 마케팅 커뮤니케이션 실행계획을 수립한다. • 마케팅 실행 성과를 관리하기 위하여 성과지표를 수립한다.

□ 직무수행 요건

구 분	상 세 내 용	
학습경험	• 전문대학 졸업	(전공: 경영, 상경계열, 통계학, 사회과학, 기타 학과)
	• 공공 및 민간 마케팅 양성 과정 • 국가자격 관련 교육기관 • 정부 지원 마케팅 과정	(분야: 마케팅, 영업, 영업지원 판매원)
자 격 증	• 경영지도사(마케팅) • 전자상거래관리사 1급·2급 • 사회조사분석사 1급·2급	
지식·기술	• STP(Segmentation ,Targeting ,Positioning) 전략 • 경영진 및 내부고객 설득을 위한 프레젠테이션 기술 • 마케팅 리서치 결과 분석 및 예측 기술 • 마케팅 리서치 수행 • 마케팅 믹스 • 마케팅 성과 지표 개발 및 관리	

	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅 성과지표 관리 기술 • 마케팅 수익분석 • 마케팅 전략 수립 기술 • 보고서 시각화 및 자료화 기술 • 비전체계 관련 지식 • 사제품 포트폴리오 관리 • 상품 기획 관련 지식 • 소비자 심리 • 시장 환경 분석 • 시장 환경 분석 기술 • 원가분석, 손익계산 수익분기점 산출 등 재무적 지식 • 전략수립 방법과 절차 • 제품 생명주기 • 제품 시장의 특성 분석 • 조직의 특성과 사업영역에 관한 지식 • 통합적 마케팅 커뮤니케이션 STP(Segmentation ,Targeting ,Positioning), IMC(Integrated Marketing Communication) 개념
사전직무경험	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅믹스전략 수립
직무숙련기간	<ul style="list-style-type: none"> • 약 4년