

МАРКЕТИНГ

«Маркетинг світового ринку товарів та послуг, управління брендами»



*Настає нова ера маркетингу.
Ми маємо спробувати розгадати,
на що буде схожим завтра і
вибрати правильний напрям.*

Філіп Котлер

Маркетолог – це спеціальність ХХІ століття. Як свідчить світова практика, маркетингова освіта є найбільш відповідною для управлінського кар'єрного зростання. Чим вища управлінська посада, тим більшого значення набувають маркетингові знання.

Фахівці даного профілю розробляють стратегію розвитку підприємства, технологію брендингу для товарів і послуг, здійснюють маркетингові дослідження вітчизняного та закордонних товарних ринків, пошук ділових партнерів бізнесу, організовують електронну комерцію.

Той, хто досконало і всебічно володіє маркетингом, має значні переваги у бізнесі.

Посади, які можуть обійтися випускники:

- директор з маркетингу;
- директор рекламного агентства;
- начальник відділу з логістики;
- начальник відділу з реклами;
- начальник відділу з зв'язків з громадськістю;
- начальник відділу збуту (маркетингу);
- фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог);
- рекламіст;
- фахівець із зв'язків з громадськістю;
- мерчандайзер;
- бренд-менеджер.

