

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 XXI 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 брендінгу для товарів і послуг, здійснюють маркетингові дослідження вітчизняного та закордонних товарних ринків, пошук ділових партнерів бізнесу, організують електронну комерцію.

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

Посади, які можуть обіймати 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);
- рекламист;
- фахівець із зв'язків з громадськістю;
- мерчандайзер;
- бренд-менеджер.



Ступенева підготовка

Освітній ступінь	Спеціальність	Термін та форми навчання	На базі
Фаховий молодший бакалавр	Маркетинг	2 р. 10 м. (денна)	базової загальної середньої освіти (9 кл.)
		1 р. 10 м. (денна), (заочна)	повної загальної середньої освіти (11 кл.)
		1 р. 10 м. (денна) 1 р. 10 м. або 1 р. 6 м. (заочна)	диплома кваліфікованого робітника
Бакалавр	Маркетинг	3 р. 10 м. (денна), (заочна)	повної загальної середньої освіти (11 кл.)
		1 р. 10 м. (денна), (заочна)	диплома молодший спеціаліст
Магістр	Маркетинг	1 р. 6 м. (денна), (заочна)	диплома бакалавра, спеціаліста, магістра