

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 – МАРКЕТИНГ

Види професійної діяльності: організаційна функція й сукупність процесів створення, просування й надання продукту або послуги покупцям і управління взаємовідносинами з ними.

Випускники знають: методологічні та теоретико-методичні основи маркетингової діяльності підприємства; наукові засади її формування й обґрунтування; загальнотеоретичні положення маркетингових досліджень ринку, поведінки споживачів; підходи до просування різних груп товарів на ринок, маркетингові стратегії на різних етапах життєвого циклу товарів; інструментарій маркетингу; основи маркетингу послуг, товарознавства, особливості маркетингу промислового підприємства, маркетингової товарної та цінової політики, маркетингових комунікацій.

Випускники вміють: вільно застосовувати методи, інструментарій дослідження маркетингового середовища підприємства; формулювати ефективну місію підприємства; формувати правильні маркетингові цілі; визначати оптимальний рівень каналів розподілу товару, цінову стратегію, способи, методи розповсюдження товарів і послуг; оцінювати конкурентоспроможність підприємств і продукції; планувати товарний асортимент; використовувати методи генерації ідей розробки нових товарів, організувати управління продуктом.

Основні місця працевлаштування:

- ✓ Підприємства різних форм власності, фінансові установи (фахівець служби маркетингу, економіст зі збуту, економіст з ціноутворення, рекламіст, PR-менеджер, фахівець-аналітик із дослідження ринку, брокер, дилер, товарознавець, рекламний агент, керівник відповідної служби або відділу та ін.)
- ✓ Підрозділи органів Державної влади і управління (фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою)
- ✓ Наукові та освітні заклади тощо.