

МВА - Маркетинговий менеджмент

Мета програми – формування сучасної системи професійних знань і навичок, необхідних для ефективного вирішення управлінських завдань з урахуванням принципів і методів маркетингу

Цільова аудиторія:

- керівники і власники компаній
- керівники маркетингових підрозділів компаній
- менеджери, які відповідають за реалізацію маркетингових функцій у компанії
- приватні підприємці

Основні напрями професійної діяльності таких фахівців:

- формування системи управління маркетингом підприємства, релевантне викликам зовнішнього маркетингового середовища;
- розроблення маркетингових стратегій компаній в умовах змін навколишнього середовища
- проведення комплексу маркетингових досліджень (від кон'юнктурного аналізу до поведінки споживачів)
- прогнозування динаміки попиту та формування оптимального асортименту продуктів
- формування комунікаційної стратегії компанії та визначення основних засобів маркетингових комунікацій
- Медіа дослідження та медіапланування
- системний аналіз, обґрунтування та впровадження маркетингових програм та планів
- узгодження ресурсного забезпечення з метою організування реалізації маркетингових стратегій та досягнення місії організації
- управління реалізацією інноваційних маркетингових проєктів

Структура програми:

- 6 навчально-екзаменаційних сесій тривалістю 6-12 робочих днів (заняття проходять у другій половині дня)
- вечірні заняття (між сесіями)
- дипломне проектування

1-й курс

Дисципліни базової підготовки, необхідні студентам, які не мають економічної освіти

Макро- та мікроекономіка
Ділова статистика
Економіка підприємства
Бухгалтерський облік
Менеджмент
Маркетинг
Міжнародна економіка
Фінанси підприємства

Дисципліни спеціальної підготовки, які дають знання функціональних та міжфункціональних сфер бізнесу

Менеджмент персоналу
Операційний менеджмент
Інформаційні системи в менеджменті
Господарське право
Фінансовий менеджмент
Логістика
Маркетинговий менеджмент
Стратегічне управління

2-й курс

Дисципліни професійної підготовки

Ризики в маркетингу
Маркетингові комунікації
Маркетингові дослідження
Управління конкурентоспроможністю підприємства
Поведінка споживачів
Бренд-менеджмент

Дисципліни за вибором

Управління проектами
Рекламні технології

Корпоративні зв'язки з громадськістю
Управління лояльністю споживачів

Публічні закупівлі
Маркетинг у публічному управлінні

Корпоративне управління
Ділові переговори

Стратегічний маркетинг
Комунікативний менеджмент

Організаційна поведінка
Прийняття управлінських рішень

Маркетинговий аналіз
Професійна етика