***Маркетинг***

Маркетинг – одно из направлений, востребованность специалистов которой увеличивается на высоко конкурентных и насыщенных рынках, особенно в период экономических кризисов. Поэтому подготовка магистров по специальности «Маркетинг» учитывает такие компетенции как практикоориентированность, адаптивность, умение теоретические знания применить в практической деятельности.

Магистратура по специальности маркетинг в процессе своей учебы осваивает компетенции и умения по следующим направлениям:

- исследовать и выявлять перспективные рынки, уметь оценивать их современный уровень состояния и тренды;

- изучать поведение потребителей и определять степень удовлетворенности клиентов, уметь анализировать факторы, влияющие на уровень удовлетворенности клиентов;

- анализировать конкурентную среду, уметь проводить конкурентную разведку и системный анализ конкурентов;

- разрабатывать маркетинговую стратегию, даже в условиях не стабильности рыночной ситуации;

- выбирать оптимальные инструменты продвижения, обеспечивающие эффективный результат при минимальных затратах;

- проводить компетентный выбор цены с учетом ее конкурентоспособности и привлекательности на рынке;

- оптимизировать ассортимент с учетом спроса, потребительских предпочтений и ресурсов компании;

- разрабатывать программу позиционирования с учетом ситуации на рынке и позиций конкурентов;

- производить выбор наиболее эффективных каналов сбыта продукции;

- уметь генерировать идеи и разрабатывать планы по реализации маркетинговых проектов;

- разрабатывать программу развития и продвижения брендов;

- применять Оn-line технологии в маркетинговой деятельности;

- проводить конкурентный анализ;

- разрабатывать план и рассчитывать бюджет на продвижение товаров;

- развивать систему интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Маркетинг – это ориентир компании в бизнесе и любом виде деятельности, и только в процессе постоянного обучения и получения всех перечисленных знаний и компетенций можно получить высококлассного специалиста.