

მარკეტინგ - მენეჯმენტი



კურსი ეძღვნება კომპანიის კომერციული პოლიტიკის შემუშავების მარკეტინგის საფუძვლებს, რა ტენდენციები განსაზღვრავს ბაზრებს მომავალში, შესაძლებელია თუ არა მარკეტინგული პროგრამების გაზომვა და შესაბამისობა კომპანიის ფინანსურ მიზნებთან, როგორ და რომელი მომხმარებლები უნდა შენარჩუნდეს, როგორ არ წააგონ მარკეტინგულ ომებში. მისი ათვისების შედეგად, სტუდენტებს საშუალება ექნებათ გამოიყენონ მარკეტინგული საშუალებები კომერციული პოლიტიკის ანალიზისა და შემუშავების პროცესში. კურსი განკუთვნილია ფართო სპექტრის მსმენელებისთვის, რომლებსაც სურთ ცოდნის გაღრმავება მარკეტინგისა და ფინანსების სფეროში.

კურსის შესახებ

კურსი ეძღვნება ძირითადი ასპექტების შესწავლას, რომელშიც მარკეტინგი იკვეთება კომპანიის სტრატეგიულ მენეჯმენტთან, რაც საშუალებას მოგცემთ გაიგოთ, რა არის ბიზნესის მარკეტინგული ორიენტაცია და რატომ ხდება ბიზნესის გადარჩენისა და განვითარების ძირითადი პირობა. კურსის მიზანი არის მსმენელების მიერ მარკეტინგის თანამედროვე კონცეფციების ათვისება კომპანიის მენეჯმენტის ლოგიკასთან ერთად, აგრეთვე მათი შესაძლებლობა გამოიყენონ მარკეტინგის ინსტრუმენტები პრაქტიკულად კომპანიის კომერციული პოლიტიკის ანალიზისა და შემუშავების პროცესში.

ფორმატი

კურსი შედგება სლაიდ - ლექციებისგან, რომლის ფარგლებშიც არის ჩასმული არაშეფასებითი კითხვები. ყოველ კვირას წარმოდგენილი იქნება შესაფასებელი ტესტი 7-10 კითხვით, ესე ან მინი-ქეისი და ტესტებით ჩატარდება საბოლოო გამოცდა.

კურსის პროგრამა

კვირა 1. მარკეტინგ - მენეჯმენტი არის წარმატებული ბიზნესის საფუძველი

კვირა 2. ახალი ეკონომიკის გლობალური ტენდენციები და ცვლილებები მარკეტინგის მენეჯმენტში

კვირა 3. ბიზნეს - გარემოს ცვლილებები და ახალი მარკეტინგი: გასაგები ბიზნესისთვის „სწორი კლიენტის“ პოვნადან დაწყებული, გასაგები კლიენტისთვის „სწორი ბიზნესის“ პოვამდე.

კვირა 4. მარკეტინგის გავლენა ბიზნესის საქმიანობაზე და მარკეტინგის როლი სტრატეგიული ბიზნესის მენეჯმენტში

კვირა 5. ბიზნესის ღირებულების მენეჯმენტი და როგორ უნდა დაინახონ მარკეტოლოგებმა ეს პროცესი და დაეხმარონ მის განხორციელებაში

კვირა 6. ბიზნესის ფინანსური ლოგიკა და კომპანიის მარკეტინგული სტრატეგიების ფორმირება.

კვირა 7. როგორ შევქმნათ ღირებულება, რომლის ყიდვაც სურს მომხმარებელს?

კვირა 8. მომხმარებელზე ფოკუსირება, როგორც კომპანიის მდგრადი განვითარების საფუძველი

კვირა 9. პროდუქტის ღირებულება: არა მხოლოდ გაყიდვა, არამედ მოგება

კვირა 10. ღირებულება: მისი გაზრდა სხვადასხვა გზით შეიძლება

კვირა 11. ინოვაციები და პროდუქტების პორტფელის მენეჯმენტი, როგორც ბაზარზე კომპანიის სტაბილური მდგომარეობის შენარჩუნების საფუძველი

კვირა 12. მარკეტინგული ომები: მათთვის მომზადების პრინციპები და ლოგიკა, სტრატეგიის არჩევა, ტაქტიკის არჩევა

კვირა 15. მომხმარებელთა ყურადღების ცენტრიდან პარტნიორობით მარკეტინგამდე (MPO)

სწავლის შედეგები

კურსის "მარკეტინგ - მენეჯმენტი" დაუფლების შემდეგ, სტუდენტებს ექნებათ შემდეგი ცოდნა და კომპეტენციები:

- იცოდეთ მარკეტინგ-მენეჯმენტის ძირითადი ცნებები და დებულებები;
- გააცნობიეროთ მარკეტინგის ძირითადი ფუნქციები კომპანიის განვითარების დაგეგმვაში;
- შეძლოთ მომხმარებლებისთვის პროდუქტის ღირებულების გაზრდის ვარიანტების ანალიზი;
- იცოდეთ ბიზნესის განვითარების მარკეტინგული საფუძვლებიდან ბიზნეს გადაწყვეტილებების ეფექტურობის ანალიზის მეთოდები;
- გააცნობიეროთ მარკეტინგის მიზნები კომპანიის პროდუქტების სასიცოცხლო ციკლის სხვადასხვა ეტაპზე.