

Մասնագիտական կրթական ծրագրի ընդհանուր նկարագիր

Ծրագրի անվանումը	041401.01.7 Շուկայագիտություն
Ընդհանուր նկարագրությունը	<p>Ծրագրի նպատակն է.</p> <p>Ջարգացնել ուսանողների մասնագիտական կարողությունները՝ տրամադրելով խորացված գիտելիքներ սպորտ մարքեթինգի ոլորտում, ապահովել ուսանողներին անհրաժեշտ տեսական գիտելիքներով և տեղեկատվությամբ տեղական և միջազգային սպորտի շուկայի վերաբերյալ՝ մարքեթինգային հետազոտություններ կատարելու և ռազմավարություններ մշակելու նպատակով:</p> <p>Ուսանողներին ծանոթացնել սպորտի ոլորտում բիզնեսի վարման կարևորագույն դիսցիպլիններին և գործառույթներին:</p> <p>Ծանոթացնել սպորտի մարքեթինգի ոլորտի հետազոտական արդի մեթոդներին և տեխնոլոգիաներին:</p> <p>Ուսուցումն իրականացվում է մոդուլային ծրագրով: Ուսումնական տարին բաղկացած է ուսումնական գործընթացի 4 մոդուլներից, իսկ ուսումնական կիսամյակը՝ 2:</p>
Ուսումնական պլանը	https://sportedu.am/wp-content/uploads/2024/08/մագ-մարքեթինգ-առկա.pdf
Շնորհվող աստիճանը	Կառավարման մագիստրոս
ՈԱՇ մակարդակը	Որակավորումների ազգային շրջանակի 7-րդ մակարդակ
Կրեդիտները	60
Ուսուցման ձևը	Առկա
Ծրագրի տևողությունը	1 տարի
Դասավանդման լեզուն	Հայերեն
Ուսման վարձը	600 000 ՀՀ դրամ
Վերջնարդյունքը	Ա. Մասնագիտական գիտելիք և իմացություն

Այս ծրագրի ավարտին ուսանողն ունակ կլինի.

Ա.1. Սահմանել ոլորտի առանցքային հասկացությունները, առաջավոր սկզբունքները և մեթոդները:

Ա.2. Թվարկել մարքեթինգային հետազոտության տեսակները, դրանց արդյունավետությունը:

Ա.3. Մեկնաբանել մասնագիտական ոլորտի տարբեր օղակները կարգավորող իրավական ֆինանսական և էթիկայի նորմերը:

Ա.4. Քննարկել ոլորտի միտումները, ինչպես նաև գլոբալիզացիայի ազդեցությունը սպորտի վրա:

Ա.5. Դիտարկել սպորտ ինդուստրիայի շուկան մարքեթինգի տեսանկունից:

Բ. Մասնագիտական գործնական կարողություններ և հմտություններ

Այս ծրագրի ավարտին ուսանողն ունակ կլինի.

Բ.1. Վերլուծել հենքային մասնագիտական տեղեկատվությունը, շուկայում իրավիճակը, առաջադրել սպորտի ոլորտում մարքեթինգի արդյունավետ ռազմավարություններ, զարգացման ծրագրեր և նախագծեր:

Բ.2. Վերլուծել մարքեթինգային նպատակը և վերջինիս հիման վրա մշակել ռազմավարական խնդիրներ:

Բ.3. Մշակել արդի մարտահրավերներին համապատասխան ծրագրեր, կիրառել SWOT և PESTEL հետազոտություններ սպորտի ոլորտում տարբեր իրավիճակների համար:

Բ.4. Վերլուծել շուկայի, սպառողների, սպորտային ծառայությունների և ապրանքների ֆինանսավորման և կառավարման հիմնախնդիրները:

Բ.5. Մշակել սպորտային խանութի ներքին և արտաքին միջավայրերի մերչնդայզինգի կոնցեպտուալ պլանավորում:

Բ.6. Համադրել մասնագիտական ոլորտի ներքին և արտաքին գործոնները, և կատարել համապատասխան մարքեթինգային վերլուծություններ:

Բ.7. Քննադատել ոլորտում առկա թերությունները, փաստերի հիման վրա մասնակցել բանավեճերի:

Բ.8. Վերլուծել ոլորտի ժամանակակից միտումները:

Գ. Ընդհանրական (փոխանցելի) կարողություններ և հմտություններ

Այս ծրագրի ավարտին ուսանողն ունակ կլինի

Գ.1. Տիրապետել մայրենի և օտար լեզվով ոլորտի հիմնական տերմինաբանությանը, բանավոր և գրավոր հաղորդակցվել մասնագիտական հանրության հետ:

Գ.2. Որոնել ակադեմիական գրականություն, մեկնաբանել, հղումներ կատարել, համացանցային տեղեկատվությունը գտել և հավաքագրել:

	<p>Գ.3. Կառուցել ինտերակտիվ մեխանիզմներ թիմային աշխատանքների կազմակերպման համար:</p> <p>Գ.4. Իր գործունեությունը կառուցելու՝ հիմնվելով համամարդկային բարոյական արժեքների և մասնագիտության էթիկական նորմերի վրա:</p>
<p>Աշխատաշուկան</p>	<p>Պետական և մունիցիպալ կառավարման ոլորտում</p> <p>ԿԳՍՄ</p> <p>Պրոֆեսիոնալ սպորտային ակումբներում</p> <p>Ֆեդերացիաների մարքեթինգի, գովազդի և PR բաժիններում</p> <p>Իրադարձությունների կառավարման ոլորտում</p> <p>Մասայական մարզաառողջարարական կենտրոններում</p> <p>Առևտրային և ոչ առևտրային սպորտային կազմակերպություններում</p> <p>Մարզակառույցների կառավարման համակարգում</p>