

## Общее описание профессиональной образовательной программы

Название программы	041401.01.7 Маркетинг
Общее описание	<p>Цель программы: Развивать профессиональные способности студентов, предоставляя углубленные знания в области спортивного маркетинга, обеспечивать студентов необходимыми теоретическими знаниями и информацией о местном и международном спортивном рынке, с целью проведения маркетинговых исследований и разработки стратегий. Ознакомление студентов с важнейшими дисциплинами и функциями управления бизнесом в сфере спорта. Ознакомление с современными методами исследования и технологиями в области спортивного маркетинга. Обучение проводится по модульной программе. Учебный год состоит из 4 модулей учебного процесса, а учебный семестр - из 2.</p>
Присуждаемая степень	Магистр управления
Уровень НРК	7-ой уровень национальной рамки квалификаций
Кредиты	60
Форма обучения	Очная
Продолжительность программы	1 год
Язык обучения	Армянский
Плата за обучение	600 000 драмов РА
Результат	<p>А. Профессиональные знания и познания По окончании этой программы студент сможет:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>А.1. Определить ключевые понятия, передовые принципы и методы в данной области.</li><li>А.2. Перечислить виды маркетинговых исследований, их эффективность.</li><li>А.3. Комментировать правовые, финансовые и этические нормы, регулирующие различные круги профессиональной сферы.</li><li>А.4. Обсудить тенденции в этой области, а также влияние глобализации на спорт.</li><li>А.5. Рассмотреть рынок спортивной индустрии с точки зрения маркетинга.</li></ul> <p>Б. Профессиональные практические навыки и умения По окончании этой программы студент сможет:</p>

	<p>Б.1. Анализировать ключевую профессиональную информацию, конъюнктуру рынка, предлагать эффективные стратегии маркетинга, планы развития и проекты в сфере спорта.</p> <p>Б.2. Анализировать маркетинговую цель и на ее основе разработать стратегические задачи.</p> <p>Б.3. Разрабатывать программы в соответствии с текущими задачами, применять SWOT и PESTEL исследования к различным ситуациям в сфере спорта.</p> <p>Б.4. Анализировать основные проблемы финансирования и управления рынком, потребителями, спортивными услугами и товарами.</p> <p>Б.5. Разработать концептуальное планирование мерчендайзинга внутренней и внешней среды спортивного магазина.</p> <p>Б.6. Сопоставлять внутренние и внешние факторы профессиональной сферы и проводить соответствующий маркетинговый анализ.</p> <p>Б.7. Критиковать недостатки в сфере, участвовать в дебатах на основе фактов.</p> <p>Б.8. Анализировать современные тенденции в области.</p> <p>В. Общие (передаваемые) способности и навыки</p> <p>По окончании этой программы студент сможет:</p> <p>В.1. Овладеть базовой терминологией отрасли на родном и иностранном языках, устно и письменно общаться с профессиональным сообществом.</p> <p>В.2. Искать академическую литературу, комментировать, ссылаться, фильтровать и собирать информацию в интернете.</p> <p>В.3. Создавать интерактивные механизмы для организации командной работы.</p> <p>С.4. Строить свою деятельность на основе общечеловеческих нравственных ценностей и этических норм профессии.</p>
<p><b>Рынок труда</b></p>	<p>Сфера государственного и муниципального управления</p> <p>МОНКС</p> <p>Профессиональные спортивные клубы</p> <p>Отделы маркетинга, рекламы и PR спортивных организаций.</p> <p>Сфера государственного управления</p> <p>Массовые спортивно-оздоровительные центры</p> <p>Коммерческие и некоммерческие спортивные организации</p> <p>Система управления спортивных структурами</p>