

«ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՖԻԶԻԿԱԿԱՆ ԿՈՒԼՏՈՒՐԱՅԻ ԵՎ ՍՊՈՐՏԻ ՊԵՏԱԿԱՆ
ԻՆՍՏԻՏՈՒՏ» ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ



ԱՌԿԱ ՈՒՍՈՒՑՄԱՄԲ ՄԱԳԻՍՏՐՈՍԻ
ԿՐԹԱԿԱՆ ԾՐԱԳՐՈՎ ԸՆԴՈՒՆԵԼՈՒԹՅԱՆ ՀԱՐՑԱՇԱՐ

Մասնագիտություն՝ Շուկայագիտություն

Կրթական ծրագիր՝ Մարկետինգ

1. Մարքեթինգի բնորոշումները
2. Մարքեթինգի ձևավորման նախադրյալները և փուլերը
3. Մարքեթինգի հիմնական հասկացությունները
4. Մարքեթինգի նպատակները
5. Մարքեթինգի հիմնական խնդիրները և գործառույթները
6. Ընկերության մարքեթինգային միջավայրը: Միկրոմիջավայր
7. Ընկերության մարքեթինգային մակրոմիջավայրը: Ժողովրդագրական գործոններ
8. Ընկերության մարքեթինգային մակրոմիջավայրը: Տնտեսական գործոններ
9. Ընկերության մարքեթինգային մակրոմիջավայրը: Շրջակա միջավայրի գործոններ
10. Ընկերության մարքեթինգային մակրոմիջավայրը: Տեխնոլոգիական միջավայր
11. Ընկերության մարքեթինգային մակրոմիջավայրը: Քաղաքական և սոցիալական գործոններ
12. Մարքեթինգային հետազատությունների նպատակը, խնդիրները և մեթոդները
13. Մարքեթինգային հետազոտությունների տեսակները
14. Սպառողի վարքագծի մոդելը
15. Գնորդի վարքագծի վրա ազդող գործոնները
16. Շուկայի հատվածավորման սկզբունքներն ու մակարդակները
17. Շուկայի նպատակային հատվածի գնահատումը և ընտրությունը
18. Ապրանքի դիրքավորումը շուկայում
19. Նոր ապրանքի մշակման գործընթացը և դրա փուլերը
20. Գովազդի բնութագիրը և տեսակները