

## «Մարքեթինգային հետազոտություններ» մագիստրոսական ծրագիր

### *Ընդհանուր տեղեկություն*

«Մարքեթինգային հետազոտություններ» (Marketing Research) կրթական ծրագրի նպատակն է հետազոտությունների կազմակերպման և կառավարման վերաբերյալ գործնական գիտելիքներ և կարողություններ փոխանցել մագիստրոսներին: Մարքեթինգային հետազոտությունների մասնագետը իրականացնում է մարքեթինգային բիզնես միավորների ռազմավարական պլանավորման գործընթացի և ընկերության մարքեթինգային գործունեության յուրաքանչյուր փուլի արդյունավետության գնահատում, ինչպես նաև շուկայական և մրցակցային միջավայրի վերլուծություն: Մագիստրատուրայում ձեռք բերված գիտելիքները կկիրառվեն ընկերությունների մարքեթինգային քաղաքականության որակի անկախ և օբյեկտիվ վերլուծության, գլոբալ մարքեթինգային վերլուծությունների կազմակերպման և իրականացման, հետազոտությունների վերջնական հաշվետվության կազմման ուղղությամբ:

Շրջանավարտին շնորհվում է «Կառավարման մագիստրոս» որակավորում: Ծրագիրը մշակվել է մագիստրոսական ուսուցման համակարգում համանման մասնագիտացում շնորհող միջազգային առաջատար բուհերի ծրագրերի և Մարքեթինգի ամերիկյան ասոցիացիայի՝ «Նյու Քեմբրիջի» պետական համալսարանի «Ռոյթզերս» բիզնես դպրոցի ծրագրերի համադրման հիման վրա:

Ծրագրի տևողությունը 2 տարի : Մասնագիտական դասընթացներից հետո մագիստրոսը համապատասխան փորձառություն պետք է անցնի առաջատար ընկերությունների մարքեթինգային ստորաբաժանումներում՝ ծանոթանալով այդ դասընթացի շրջանակերում ուսումնասիրված նյութի գործնական կիրառության հարցերին:

Ծրագրի շրջանակներում որպես դասախոսներ ներգրավվելու են ոլորտի առաջատար մասնագետները: Ակնկալվում է նաև մարքեթինգային հայտնի կազմակերպություններից հրավիրյալ մասնագետների ներգրավում, ինչպես նաև ուսանողների մասնակցություն ոլորտի բազմաբնույթ միջոցառումներին: Դասապրոցեսներն անցկացվելու են գործնական բնույթ ունեցող առաջադրանքների հիման վրա՝ արտացոլելով ուսանողների թիմային աշխատելու կարողություններն ու արագ կողմնորոշվելու ընդունակությունները:

Ուսման վճարը մեկ տարվա համար 500,000 ՀՀ դրամ է:

## **Մասնագիտության նկարագիր**

«Մարքեթինգային հետազոտություններ» կրթական ծրագիրը պատրաստում է հետազոտությունների կազմակերպման և կառավարման վերաբերյալ գործնական գիտելիքներով և կարողություններով մասնագետների, ովքեր ունեն մեծ պահանջարկ աշխատաշուկայում՝ մասնավոր, առևտրային և ոչ առևտրային կազմակերպություններում, գիտական, նախագծային կազմակերպություններում և ուսումնական հաստատություններում:

Մարքեթինգային հետազոտությունների գործունեության բնագավառը վերաբերում է կազմակերպության ղեկավարների ռազմավարական որոշումների կայացման և մշակված մարքեթինգային ծրագրերի կիրարկման վրա ազդող գործոնների սահմանման, դրանց առնչվող անհրաժեշտ տեղեկատվական հոսքերի կազմակերպման, ինչպես նաև կազմակերպության մարքեթինգային գործունեության արդյունավետության գնահատմանն ուղղված գործունեության ձևեր, եղանակների ու մեթոդական մոտեցումների այն ամբողջությանը, որոնք միտված են մարքեթինգային գործունեության բնագավառում մասնագիտական, կազմակերպակառավարչական և գիտագործնական խնդիրների լուծմանը:

Կրթական ծրագրում ներառված մոդուլներում առաջադվել են հետևյալ մասնագիտական և կազմակերպակառավարչական խնդիրները՝

- Ուսումնասիրել մարքեթինգային տեղեկատվական համակարգերը և մոդելավորման մեթոդական մոտեցումները,
- Մարքեթինգի կառավարման մեթոդական մոտեցումները,
- Մարքեթինգային էթիկայի առանձնահատկությունները,
- Մարքեթինգային հետազոտությունների ձևերը, եղանակները և ուղղությունները,
- Ընկերության մարքեթինգային և շուկայական միջավայրերի հետազոտական մոտեցումները

Գլոբալ մարքեթինգային հետազոտությունների կազմակերպման մեթոդական մոտեցումները:

## **Աշխատանքի հնարավորություններ**

Ներկայումս աշխատաշուկայում առկա է այնպիսի մասնագետների պահանջ, ովքեր խորությամբ տիրապետում են նորագույն մոտեցումներով մարքեթինգային հետազոտության իրականացմանը, ինչպես նաև ունեն տնտեսության և բիզնեսի կազմակերպման և կառավարման իմացություն:

Կրթական ծրագիրը պատրաստվել է՝ հաշվի առնելով ամերիկյան բուհերի փորձը, մասնագիտական չափանիշներին համապատասխան և նպատակաուղղված է մասնագետների պատրաստմանը, որոնց պահանջարկը մարքեթինգային գործունեության ոլորտում տարեցտարի աճում է: Շրջանավարտներն աշխատաշուկայում կարող են զբաղեցնել մարքեթինգային գործունեության ոլորտի և

մարքեթինգային հետազոտություններ իրականացնող առաջատար ընկերությունների այնպիսի հաստիքներ, որոնք պահանջում են առավել խորը և գիտական մակարդակի մարքեթինգային, տնտեսագիտական, կառավարման և բիզնեսի գործունեության համաժամանակյա տիրապետման ունակություններ:

Տվյալ ծրագրի շրջանակում մարքեթինգային գործունեության ոլորտի առաջատար կազմակերպությունների և ընկերությունների հետ հաստատված է սերտ համագործակցություն՝ ուսանողների փորձառության վայրի և հետագա աշխատանքի տեղավորման խնդիրների հարցում: