

Кафедра маркетингу Донецького державного університету управління створена для підготовки спеціалістів у сфері економіки і управління на підприємствах і установах усіх форм власності, у державних і місцевих органах влади і управління, місцевого самоврядування.

Кафедра маркетингу забезпечує підготовку спеціалістів галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» за спеціальністю «Маркетинг».

Підготовка спеціалістів забезпечується за наступними освітньо-кваліфікаційними рівнями:

- Бакалавр – 4 роки навчання;
- Спеціаліст – 1 рік навчання;
- Магістр – 1,5 роки навчання.

Ліцензовані обсяги прийому на перший курс спеціальності «Маркетинг» становлять:

- ОКР «бакалавр»: денна форма навчання – 80 осіб. заочна – 80 осіб;
- ОКР «спеціаліст»: денна форма навчання – 40 осіб. заочна – 40 осіб;
- ОКР «магістр»: денна форма навчання – 40 осіб. заочна – 20 осіб.

Спеціалізація кафедри – підготовка конкурентоздатних фахівців маркетингологів, здатних формувати і реалізовувати стратегії розвитку підприємств і організацій, які мають стати лідерами економічних перетворень в регіоні та державі, шляхом органічного поєднання наукового та освітнього потенціалів.

Студенти спеціальності «Маркетинг» поглиблено **вивчають такі дисципліни:**

- Економіка підприємства;
- Маркетинг;
- Правознавство;
- Мікроекономіка;
- Макроекономіка;
- Вища математика;
- Теорія ймовірностей та математична статистика;
- Інформатика;
- Національна економіка;
- Аудит;
- Економічний аналіз;
- Менеджмент;
- Гроші та кредит;
- Фінанси;
- Паблік рилейшнз;
- Бухгалтерський облік;
- Економіка праці й соціально-трудова відносини;
- Міжнародна економіка;
- Регіональна економіка;
- Маркетинг промислового підприємства;

- Маркетингове ціноутворення;
- Маркетингові комунікації;
- Основи охорони праці;
- Етика бізнесу в маркетингу;
- Технологія продаж;
- Контроль витрат та ефективність використання ресурсів;
- Економіко – математичні методи у маркетингу;
- Прийняття управлінських рішень;
- Інфраструктура товарного ринку;
- Ринкова трансформація економіки регіону;
- Маркетинг вторинних ресурсів;
- Маркетинг закупівель;
- Маркетинговий тренінг;
- Стратегічний маркетинг;
- Регіональний маркетинг;
- Маркетинговий менеджмент;
- Економіко-математичні методи у маркетингу;
- Економічна інформатика;
- Захист прав споживачів;
- Стандартизація і сертифікація продукції;
- Товарознавство;
- Некомерційний маркетинг;
- Маркетинг послуг;
- Поведінка споживача;
- Маркетингові дослідження;
- Комерційно-посередницький менеджмент;
- Товарна інноваційна політика;
- Економічна соціологія;
- Управління логістичними системами;
- Інтелектуальна власність;
- Маркетинговий контролінг;
- Методологія і організація наукових досліджень;
- Фінансовий менеджмент;
- Міжнародний менеджмент;
- Менеджмент персоналу;
- Цивільний захист;
- Охорона праці в галузі;
- Бренд-маркетинг;
- Керування попитом.

Сфера діяльності випускників:

- Промислові підприємства;
- Економічні відділи будь-якої організації, підприємства, державної установи;
- Рекламні агенції та туристичні компанії;

- Консалтингові компанії;
- Товарно-сировинні біржі;
- Установи державного управління та місцевого самоврядування;
- Некомерційні та соціальні фонди;
- Банки;
- Науково-дослідні інститути і центри;
- Заклади середньої та вищої освіти.

Посади, які можуть займати випускники:

- Керівник підприємства, організації, фірми та їх заступник;
- Керівник служби маркетингу та його заступник;
- Менеджер – маркетолог;
- Фахівець з маркетингових досліджень;
- Менеджер з реклами;
- Менеджер зі збуту;
- Менеджер з логістики;
- Менеджер з обслуговування клієнтів;
- Торговий представник;
- PR – менеджер;
- Менеджер з просування продукції;
- Приватний підприємець;
- Економіст;
- Референт;
- Бухгалтер;
- Науковий співробітник;
- Викладач вищого навчального закладу.

Навчальний процес забезпечують загальні аудиторії. Кафедра обладнана комп'ютерами, які забезпечують науково-дослідницьку роботу студентів та викладачів.

Наукова діяльність кафедри розвивається у таких базових напрямках:

- системний розвиток, тенденції і закономірності маркетингового управління соціально-економічними системами;
- стратегічне маркетингове управління розвитком підприємств;
- теоретичні та практичні засади впровадження логістики у діяльність організаційно-економічних систем;
- теоретико-методичні і практичні основи управління вторинними сировинними ресурсами з відходів на рівні регіону;
- теоретико-методичні і практичні основи управління твердими побутовими відходами високо урбанізованого промислового регіону;
- регіональні проблеми людського і соціально-економічного розвитку;
- новітні технології в державному та регіональному управлінні;
- організаційно-економічний механізм збалансованого розвитку регіонів та міст в умовах інтеграційних процесів;

- інноваційна діяльність України і регіонів: соціально-економічні проблеми;
- розробка інноваційних підходів у сфері педагогічної діяльності з навчання економічних спеціальностей та підготовки управлінських кадрів на основі використання математичних методів та моделей;
- публікація наукових статей; участь у конференціях;
- підготовка студентів до участі у студентських наукових конференціях, олімпіадах, конкурсах;
- підготовка навчально-методичних видань; використання їх у навчальному процесі.