

မာတိကာ

ဖိလစ်ပိုင်တက္ကသိုလ်ကျမ်းဦးစား

အပိုင်း (၁)

မဟာဗျူဟာမြောက် ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ခြင်း

STRATEGIC MARKETING

အခန်း (၁)

ကမ္ဘာ့အဆင့်မီ ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ရေးမှ တစ်ဆင့် အကျိုးအမြတ် ဖြစ်ထွန်းသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းများကို ထူထောင်ခြင်း

Building Profitable Business Through World-Class Marketing

အခန်း (၂)

တန်ဖိုးကို နားလည်ခြင်း၊ ဖန်တီးခြင်း၊ ဆက်သွယ်ခြင်းနှင့် လွှဲပြောင်းပေးအပ်ခြင်းအတွက် ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်မှုကို အသုံးပြုခြင်း

Using Marketing to Understand, Create, Communicate, and Deliver Value

အခန်း (၃)

ဈေးကွက်အခွင့်အလမ်းများကို ဖော်ထုတ်သတ်မှတ်ခြင်းနှင့် ပစ်မှတ်ထားသည့် တန်ဖိုးကမ်းလှမ်းချက်များကို ဖွံ့ဖြိုးစေခြင်း

Identifying Market Opportunities and Developing Targeted Value Offerings

အခန်း (၄)

တန်ဖိုးအဆိုပြုချက်များ ဖြစ်ပေါ်ဖွံ့ဖြိုးစေခြင်းနှင့် ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ရပိုင်ခွင့် ထူထောင်ခြင်း

Developing Value Propositions and Building Brand Equity

အပိုင်း (၂)

နည်းဗျူဟာမြောက် ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ခြင်း
TACTICAL MARKETING

အခန်း (၅)

ဈေးကွက်ဆိုင်ရာ ထောက်လှမ်းသိရှိနိုင်စွမ်းကို ဖြစ်ပေါ်ဖွံ့ဖြိုးစေခြင်းနှင့် အသုံးပြုခြင်း

Developing and Using Marketing Intelligence

အခန်း (၆)

ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ရေး အရောအနှောကို ဒီဇိုင်းပြုပုံဖော်ခြင်း

Designing the Marketing Mix

အခန်း (၇)

ဖောက်သည်များကို ရွာဖွယ်ခြင်း၊ ထိန်းသိမ်းခြင်းနှင့် ပြုစုပျိုးထောင်ပေးခြင်း

Acquiring, Retaining and Growing Customers

အခန်း (၈)

သာလွန်ကောင်းမွန်သော ဖောက်သည်တန်ဖိုးကို ဒီဇိုင်းပြုပုံဖော်ခြင်းနှင့် လွှဲပြောင်းပေးအပ်ခြင်း

Designing and Delivering More Customer Value

အပိုင်း (၃)

စီမံတကျဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ခြင်း

ADMINISTRATIVE MARKETING

အခန်း (၉)

ပိုမိုထိရောက်သော ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ရေးအတွက် စီမံကိန်းရေးဆွဲခြင်းနှင့် ဖွဲ့စည်းခြင်း

Planning and Organizing for More Effective Marketing

အခန်း (၁၀)

ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ရေး အကောင်အထည်ဖော်မှုကို အကဲဖြတ်ခြင်းနှင့် ထိန်းချုပ်ခြင်း

Evaluating and Controlling Marketing Performance

အပိုင်း (၄)

အသွင်ကူးပြောင်းမှုဆိုင်ရာ ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ခြင်း
TRANSFORMATIONAL MARKETING

အခန်း (၁၀)

အီလက်ထရောနစ် ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ရေးခေတ်သစ်ကို ခံယူကျင့်သုံးခြင်း

Adapting to the New Age of Electronic Marketing

နောက်ဆက်တွဲ

မတူကွဲပြားသော စက်မှုလက်မှုလုပ်ငန်းစုအမျိုးမျိုး၏ ထူးခြားသော ဝိသေသလက္ခဏာများ၊ အောင်မြင်ရေး မဟာဗျူဟာများနှင့် ဈေးကွက်ဖော်ဆောင်ရေးဌာန၏ အခန်းကဏ္ဍ

Characteristics, Success Strategies, and Marketing Department Roles in Different Type of Industrial Business