



Аннотация образовательной программы

# СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ, БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И РЕКЛАМА

<b>Направление подготовки и шифр</b>	Менеджмент 38.04.02
<b>Присваиваемая квалификация</b>	Магистр
<b>Форма обучения</b>	Очная/очно-заочная
<b>Целевая аудитория</b>	<p>Программа ориентирована на обучение лиц, имеющих документы о высшем образовании, чье профессиональное развитие сопряжено со следующими областями:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• стратегический менеджмент</li><li>• стратегический маркетинг</li><li>• стратегический бренд-менеджмент</li><li>• рекламный менеджмент</li><li>• управление маркетинговыми и рекламными проектами</li></ul>
<b>Цели образовательной программы</b>	Подготовка высококвалифицированных кадров, владеющих маркетинговыми технологиями стратегического управления, способных успешно конкурировать на отечественном и мировом рынках
<b>Руководитель программы</b>	Азоев Геннадий Лазаревич, д.э.н, профессор, директор Института маркетинга ГУУ, заведующий кафедрой маркетинга, Лауреат премии Правительства РФ, Почетный работник высшего профессионального образования
<b>Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Содержательная основа образовательной программы формируется на базе динамично развивающихся научно-исследовательских направлений, сосредоточенных на кафедрах Института маркетинга ГУУ</li><li>• Абсолютное большинство преподавателей образовательной программы работают на кафедрах ГУУ на штатной основе, имеют ученые степени и ученые звания, являются авторами многочисленных научно-практических публикаций и методических разработок, проходили стажировки и практики в ведущих западных бизнес-школах. Многие из них являются руководителями и ответственными исполнителями научно-исследовательских и других проектов</li><li>• В образовательную программу органично включено изучение лучших проектов «best practice», рассмотрение и анализ ситуационных кейсов «bridge game»</li><li>• Магистранты имеют возможность сдать кандидатские минимумы и использовать исследования, содержащиеся в выпускных квалификационных работах, при подготовке и защите диссертаций на соискание ученых степеней кандидата экономических наук и кандидата психологических наук</li><li>• Реализация программы осуществляется с элементами индивидуализированного рассмотрения проблематики для каждого магистранта, что способствует их карьерному росту непосредственно в процессе обучения</li><li>• Магистранты программы обеспечиваются комплектами авторских учебно-методических разработок по всем дисциплинам, что способствует применению</li></ul>

<b>Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе</b>	<p>полученных знаний и навыков в своей практической деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Магистранты активно участвуют в научных разработках, осуществляемых по заказам государственных учреждений и ведущих отечественных и зарубежных корпораций. Для реализации инновационного развития в области нанотехнологий в Институте маркетинга создан научно-образовательный центр «Маркетинговые технологии управления», который реализует крупные государственные контракты по исследованию рынка нанотехнологий и нанопродуктов. Непосредственное участие в этой работе принимают магистранты</li> <li>• Магистерская программа реализуется в Высшей школе маркетинга Государственного университета управления, которая основана в 1996 году и является структурным подразделением Института маркетинга ГУУ. Со времени создания в ВШМ ГУУ подготовлено и выпущено свыше тысячи высокопрофессиональных специалистов в различных областях управления бизнесом. Из них свыше 350 специалистов с дипломами MBA и более 400 магистров</li> <li>• Магистерская программа ВШМ ГУУ – одна из немногих успешно реализующих компетентностно-модульный подход в профессиональном образовании</li> <li>• Преподаватели магистерской программы также участвуют в профессиональной переподготовке специалистов и руководителей среднего и высшего звена управления по корпоративным заказам, включая ПАО «Аэрофлот – российские авиалинии», ПАО «Газпром», ПАО «Российские железные дороги», ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ПАО ЕЭС, ОАО «Стинол» и др., что обеспечивает высокий уровень практической направленности процесса обучения</li> </ul>
<b>Деловые партнеры</b>	<p>Высшая школа маркетинга тесно сотрудничает с отечественными и зарубежными партнерами Института маркетинга: Российской ассоциацией маркетинга, Ассоциацией коммуникационных агентств России, маркетинговым агентством «СканМаркет» и журналом «Маркетинг», Парижским институтом маркетинга и рекламы, Университетом Мейдзи (Япония) Университетом прикладных наук Саксион (Нидерланды), Высшей школой рекламы и маркетинга (Париж, Франция) и др.</p>
<b>Профессиональные дисциплины</b>	<p><b>Базовая часть дисциплин</b>  Управление профессиональной деятельностью (маркетинг, бренд-менеджмент и реклама)  Методы исследований в менеджменте  Управленческая экономика  Корпоративные финансы  Современный стратегический анализ  Теория организации и организационное поведение</p> <p><b>Вариативная часть (обязательные дисциплины)</b>  Анализ потребительских ценностей  Разработка маркетинговых стратегий  Проектирование брендов  Иностранный язык профессионально-делового общения</p> <p><b>Вариативная часть (дисциплины по выбору)</b></p> <p><b>Модуль 1</b>  Организация маркетинговых исследований  Маркетинговая аналитика  Исследование рыночных ниш</p> <p><b>Модуль 2</b>  Аналитика брендинга  Методы исследования брендов  Методы оценки брендов</p> <p><b>Модуль 3</b>  Стратегии и методы клиентоориентированного маркетинга  Стратегии и методы маркетинга взаимоотношений  Стратегии и методы маркетинга впечатлений</p> <p><b>Модуль 4</b></p>

Управление сервисноориентированным маркетингом

Управление интеллектуальным сервисом

Управление маркетингом взаимодействия

**Модуль 5**

Проектирование имиджа бренда

Проектирование архитектуры бренда

Проектирование идентичности бренда

**Модуль 6**

Проектирование индивидуальности бренда

Проектирование атрибутов бренда

Разработка дизайна бренда

**Модуль 7**

Управление капиталом бренда

Управление лояльностью бренда

Управление изменениями и проектами

**Модуль 8**

Деловая репутация бренда

Рекламные технологии

Технологии имиджмейкинга и публицити

**Модуль 9**

Управление коммуникациями бренда

Управление рекламными и PR-проектами

Ивент-менеджмент