



Аннотация образовательной программы

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки и шифр	Менеджмент 38.03.02
Присваиваемая квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная/очно-заочная
Целевая аудитория	Выпускники средних образовательных учреждений и средних профессиональных учреждений, обладающие способностями к коммуникации и креативным потенциалом. Программа ориентирована на молодых людей, стремящихся получить основное образование в области маркетинга и управления для решения маркетинговых задач компании
Цели образовательной программы	<p>Программа создана для формирования востребованных и высокооплачиваемых рынком компетенций по маркетингованию продуктов и компаний с целью повышения конкурентоспособности, рыночной доли и прибыли.</p> <p>Программа направлена на изучение фундаментальных основ экономики, финансов, права, психологии, менеджмента, маркетинга и бренд-менеджмента. На этой основе студентам представляется комплекс дисциплин маркетинговой аналитики, инструментов маркетинга, особенности маркетинга инноваций, маркетинга в отраслях и сферах деятельности, цифрового маркетинга. Знание технологий позволяет более качественно усвоить представляемые студентам методы управления маркетингом. Обучение по программе позволит получить профессиональные навыки управления продуктом, ценообразования, дистрибуции и продаж, рекламы, организации и продвижения электронных продаж, проектирования интернет-магазина и др.</p> <p>Основная цель программы – подготовка студентов для работы в ведущих маркетинговых агентствах и маркетинговых службах компаний в качестве руководителей и менеджеров маркетинговых служб и проектов, менеджеров по маркетингу, маркетинговых аналитиков, продакт-менеджеров, менеджеров по дистрибуции и продажам, консультантов по маркетингу</p>
Руководитель программы	Геннадий Лазаревич Азоев, д.э.н, профессор, директор Института маркетинга ГУУ, заведующий кафедрой маркетинга, Лауреат премии Правительства РФ, Почетный работник высшего профессионального образования, эксперт Российской академии наук, Аналитического центра при Правительстве РФ, Российского научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований
Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы	<ul style="list-style-type: none">• Преемственность 20-летних традиций подготовки специалистов в области маркетинга• Программа прошла 5 стадий модернизации для соответствия требованиям работодателей• Высокий уровень востребованности выпускников на рынке труда

- Высокий уровень стартовой зарплаты
- Изучение иностранного языка и профессиональных дисциплин на английском языке
- Ориентация программы на должностные позиции
- Активное взаимодействие с профессиональным сообществом
- Участие в разработке маркетинговых проектов. 25% выпускников строят на этой основе собственный бизнес
- Практика в ведущих российских и зарубежных компаниях
- Возможность прохождения отдельных курсов программы в известном университете Японии – «Мейдзи» (Токио) и Нидерландов – «Фонтис» (Эйндховен)

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Образовательная программа структурирована по модульному принципу. При успешном освоении модулей выпускник может работать на нескольких должностях в сфере маркетинга
- Выполнение маркетинговых проектов с использованием интерактивного онлайн-пространства RealTimeBoard и Basecamp
- Спецкурсы на английском языке
- Разработка курсовых проектов и выпускной квалификационной работы на примере конкретных продуктовых рынков и для действующих российских и зарубежных компаний
- Организация регулярных мастер-классов и тренингов, проводимых практиками российских и зарубежных компаний (Евросеть, Лукойл, Эконика, Группа компаний «Новард», Яндекс, BBDO Group, BMW, Mercedes-Benz, Ogilvy&Mather, Procter&Gamble, Toyota, ZenithOptimedia Group Russia, TNS, Leo Burnett и др.), многие из которых являются нашими выпускниками
- Формирование персонального портфолио студента в процессе обучения
- Возможность зарубежных стажировок в вузах Германии, Франции, Японии, Нидерландов, Китая, Португалии, Финляндии

Деловые партнеры

- Университеты: «Мейдзи» (Япония, Токио), «Фонтис» (Нидерланды, Эйндховен), Институт рекламы и публицити (Франция, Париж)
- Профессиональные ассоциации и компании: Российская ассоциация маркетинга, Российская гильдия маркетологов; Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио), Coca-Cola, рекламные холдинги BBDO Group, ZenithOptimedia Group Russia, маркетинговое агентство «СканМаркет» и др.

Профессиональные дисциплины *Профессиональная часть*

Модуль «Маркетинг и бренд-менеджмент»

Маркетинг
Управление маркетингом
Стратегический маркетинг
Модели и методы продаж
Цифровой маркетинг
Маркетинг услуг
Бренд-менеджмент
Marketing&Branding (на англ.яз.)

Модуль «Маркетинговая аналитика»

Социологические исследования в менеджменте
Маркетинговые исследования
Анализ поведения потребителей
Анализ деятельности конкурентов
Маркетинг рыночных ниш
Разработка и презентация маркетинговых проектов

Модуль «Инструменты управления маркетингом»

Управление продуктом
Ценообразование

Дистрибуция и продажи
Маркетинговые коммуникации
Реклама
Связи с общественностью
Личные продажи
Бизнес коммуникации (на англ.яз.)

Модуль «Маркетинг инноваций»

Технологии командообразования
Инвестиционный анализ
Управление проектами
Маркетинг инновационных продуктов
Маркетинг инновационного стартапа

Модуль «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

Организация и продвижение электронных продаж
Проектирование интернет-магазина
Промышленный маркетинг
Банковский маркетинг
Спортивный маркетинг
Ритейл-маркетинг
Маркетинг в индустрии развлечений

Базовая часть

Модуль «Базовый»

Основы профессиональной деятельности
Правоведение
Философия
История
Психология
Культурология
Математика
Иностранный язык
Безопасность жизнедеятельности
Физическая культура

Модуль «Основы экономики и финансов»

Экономическая теория
Теория рыночных взаимодействий
Финансовый менеджмент
Статистика
Учет и анализ
Управление затратами на маркетинг
Экономика и финансы маркетинга
Пакеты офисного назначения и прикладных программ

Модуль «Менеджмент»

Теория менеджмента
Стратегический менеджмент
Методы принятия управленческих решений
Управление человеческими ресурсами
Управление изменениями
Документационное обеспечение управления
Информационные технологии в менеджменте
Управление проектами
Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов