



# МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

<b>Направление подготовки и шифр</b>	Менеджмент 38.04.02
<b>Присваиваемая квалификация</b>	Магистр
<b>Форма обучения</b>	Очная
<b>Целевая аудитория</b>	Молодые люди, имеющие документы государственного образца о присвоении квалификации (степени) «бакалавр», «специалист» или «магистр», обладающие задатками лидеров и желающие ускорить профессиональную карьеру в области маркетинга
<b>Цели образовательной программы</b>	<p>Главная цель - подготовка участника программы к занятию должности руководителя службы маркетинга организаций различных секторов экономики, включая маркетинговые и консалтинговые агентства.</p> <p>Базой для достижения этой цели является изучение современных тенденций развития экономики и управления, информационно-аналитических систем, стратегического анализа и управления развитием организации, проектирования нового бизнеса. На этой основе представляется комплекс прикладных дисциплин по маркетинговой аналитике, управлению маркетинговым и консалтинговым агентством, формированию маркетинговых стратегий, планов и проектов, организации маркетинговой работы в компании, в том числе в WEB-среде.</p> <p>Обучение по программе позволит получить профессиональные навыки разработки современных off-line и on-line маркетинговых технологий управления компанией, анализа, планирования и внедрения маркетинговых планов и проектов</p>
<b>Руководитель программы</b>	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
<b>Основные факторы конкурентоспособности</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ориентация программы на занятие должности руководителя маркетинговой службы</li><li>• Высокий уровень востребованности и заработной платы выпускников на рынке труда в течении 25 лет</li></ul>

## образовательной программы

- Активное взаимодействие с профессиональным сообществом
- Практика в ведущих российских и зарубежных компаниях
- Участие в разработке маркетинговых проектов по заказу российских и зарубежных компаний
- Значительная часть преподавателей профессионального блока являются действующими практиками, занимая позиции топ-менеджеров в отечественных и зарубежных компаниях
- В образовательные программы органично включено мастер –классы лидеров профессиональной индустрии, среди которых много наших выпускников
- Реализация программы осуществляется с элементами индивидуализированного рассмотрения проблематики каждого студента, что способствует их карьерному росту непосредственно в процессе обучения

## Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Образовательная программа структурирована по модульному принципу, охватывающему ключевой функционал руководителя службы маркетинга. При успешном освоении модулей выпускник может организовывать, планировать и контролировать работу маркетингового аналитика, продакт-менеджера, специалиста по дистрибуции и продажам, специалиста по маркетинговым коммуникациям, планировать и внедрять маркетинговые планы и проекты
- Разработка маркетинговых проектов производится на примере конкретных продуктовых рынков и для действующих российских и зарубежных компаний
- Программа предусматривает изучение иностранного языка и профессиональных дисциплин на английском языке
- В ходе обучения формируется персональное портфолио студента

## Деловые партнеры

- Профессиональные ассоциации: Российская гильдия маркетологов; Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио); рекламные холдинги BBDO Group, ZenithOptimedia Group Russia; маркетинговые агентства «СканМаркет», «RealWEB», «Текарт»; концерны Coca-Cola, Audi, BMW, Subaru, Яндекс, Вымпелком, Мегафон и др.

## Профессиональные дисциплины

### Базовая управленческая подготовка руководителя службы маркетинга:

- Современные тенденции развития экономики и управления
- Гибкие технологии управления
- Стратегический анализ и управление развитием организации
- Проектирование бизнеса

### Основы личностного развития и профессионального общения руководителя:

- Современные технологии личностного развития и межкультурного взаимодействия
- Иностранный язык делового общения и профессионального общения

### Развитие навыков использования цифровых технологий в деятельности службы маркетинга:

- Интеллектуальные информационно-аналитические системы
- Цифровые маркетинговые технологии
- Цифровые технологии рекламы

- Цифровые технологии постпродажного обслуживания

**Освоение моделей и технологий стратегического управления маркетингом компании и среднесрочного планирования работы службы маркетинга:**

- Стратегии конкуренции
- Стратегический маркетинг
- Международные маркетинговые стратегии
- Планирование и контроль маркетинговой деятельности
- Управление маркетинговыми проектами

**Практика управления специализированными агентствами:**

- Аналитическая деятельность маркетингового агентства
- Управление маркетинговыми и консалтинговыми агентствами
- Маркетинговое консультирование

**Опыт внедрения маркетинговых технологий управления в отраслях и сферах деятельности**

- Технологии психологической экспертизы бренда
- Технологии персонализации продукта
- Интерактивные коммуникации в ритейле
- Технологии управления маркетингом автодилера
- Технологии управления маркетингом в индустрии спорта

**Трудоустройство выпускников**

- Comcon Research
- Nielson
- Zenith Optimedia
- ВЦИОМ
- Romir
- МА «Сканмаркет»
- Текарт
- Brand Analytics
- RealWeb
- Студия Артемия Лебедева
- АКАР
- Газпром Медиа
- Рекламный холдинг BBDO
- Группа рекламных компаний ACG
- Транснациональный рекламный холдинг Publicis Media
- Рекламное агентство E:MG
- ИТАР ТАСС
- ИД «Коммерсантъ»
- Coca-Cola HBC Eurasia
- Концерн Audi
- Концерн Subaru
- Концерн BMW
- Концерн Mercedes
- Unilever
- Яндекс
- Мегафон
- Вымпелком (Билайн)
- Теле2
- ГНЦ ФГУП «НАМИ»