



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация образовательной программы

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки и шифр	Менеджмент 38.04.02
Присваиваемая квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная
Целевая аудитория	Молодые люди, имеющие документы государственного образца о присвоении квалификации (степени) «бакалавр», «специалист» или «магистр», обладающие задатками лидеров и желающие ускорить профессиональную карьеру в области цифрового маркетинга
Цели образовательной программы	<p>Главная цель - подготовка участника программы к занятию должности руководителя маркетинговой службы в компаниях, маркетинговых и консалтинговых агентствах, реализующих маркетинговые WEB-программы и проекты.</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 базовых дисциплин по маркетинговой аналитике, стратегическому маркетингу, планированию и контролю маркетинговой деятельности. Профессиональные навыки отрабатываются в рамках специальных дисциплин: WEB-аналитика, SMM и мобильные приложения, таргетирование рекламы, контент маркетинг и сторителлинг, монетизация интернет-проектов, медиапланирование в WEB-среде и др.</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>
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, член редакционных коллегий журналов «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Вестник университета» (ГУУ), «Управление», Asian Management (Токио)

Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы

- Ориентация программы на занятие должности руководителя маркетинговой службы
- Высокий уровень востребованности и заработной платы выпускников магистратуры на рынке труда в течение 20 лет
- Активное взаимодействие с профессиональным WEB-сообществом
- Практика в ведущих российских и зарубежных интернет-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 WEB 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
- Практические и профессиональные задачи студенты решают в Лаборатории цифрового маркетинга Института маркетинга, созданной совместно с ПАО «ВымпелКом» (Билайн)

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Образовательная программа структурирована по модульному принципу, охватывающему ключевой функционал руководителя службы маркетинга, реализующего цифровые проекты. 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 в онлайн и офлайн средах.
- 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

- Индустриальный партнер – ПАО «ВымпелКом» (Билайн)
- Рекламные холдинги: BBDO Group, ZenithOptimedia Group Russia
- Маркетинговые агентства: «СканМаркет», RealWeb, «Текарт»
- Концерны: Яндекс, Coca-Cola, Audi, BMW, Subaru и др.
- Профессиональные ассоциации: Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР), Российская гильдия маркетологов, Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио)

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
- Web-аналитика
- Цифровые модели маркетинга
- Автоматизация взаимодействия с клиентами

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

- Маркетинговая аналитика
- Стратегический маркетинг
- Разработка маркетинговых проектов
- Планирование и контроль маркетинговой деятельности
- Инфографика и презентация маркетинговых проектов

Приобретение навыков использования инструментов цифрового маркетинга:

- Ведение канала на YouTube
- Рекламное фото и видео
- Таргетирование рекламы
- Контент маркетинг и сторителлинг
- Разработка сети посадочных страниц
- Маркетинг на медийных площадках
- SEO
- Медиапланирование в WEB среде
- Монетизация интернет проектов

Трудоустройство выпускников

- ПАО «ВымпелКом» (Билайн)
- Comcon Research
- AC Nielsen
- Zenith Optimedia
- ВЦИОМ
- Romir
- МА «Сканмаркет»
- Текарт
- Brand Analytics
- RealWeb
- 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
- Теле2
- ГНЦ ФГУП «НАМИ»