



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация образовательной программы

МАРКЕТИНГ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

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 маркетинга высоких технологий и инновационных продуктов
Цели образовательной программы	<p>Главная цель – подготовка участников программы к занятию должности руководителей маркетинговых подразделений предприятий, работающих на рынке инновационных продуктов и технологий, проектных бюро, инжиниринговых центров и территорий инноваций.</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 высокотехнологичного бизнеса. На этой основе представляется комплекс базовых дисциплин по маркетинговой аналитике, стратегическому маркетингу, планированию и контролю маркетинговой деятельности.</p> <p>Обучение по программе позволит получить профессиональные навыки формирования стратегий и инструментов разработки и реализации маркетинговых проектов, владения современными методами, инструментами и технологиями хайтек-маркетинга, планирования и внедрения маркетинговых планов и проектов</p>
Руководитель программы	Ирина Юрьевна Окольнишникова, д.э.н, профессор, и.о. заведующего кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента Института маркетинга ГУУ

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
- Акцент на проектную деятельность – выполнение проектов по продвижению высокотехнологичных и инновационных продуктов в рамках профильных учебных дисциплин
- Индивидуализированное рассмотрение проблематики каждого студента, что способствует карьерному росту непосредственно в процессе обучения
- Мастер-классы ведущих руководителей ведущих высокотехнологичных компаний, инжиниринговых центров и маркетинговых агентств, что в сочетании с теоретической подготовкой дает возможность овладеть передовым опытом маркетингования инновационных и хайтек продуктов
- Производственные практики и выпускные работы по материалам в ведущих российских и зарубежных высокотехнологичных компаний-работодателей – промышленных предприятий; предприятий автомобильно-дорожной отрасли; инжиниринговых центров; компаний, работающих на рынке инновационной продукции.
- Решение практических и профессиональных задач в Лаборатории цифрового маркетинга Института маркетинга, созданной совместно с ПАО «ВымпелКом» (Билайн)

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

Освоение программы позволяет осуществлять эффективное управление маркетинговыми службами компаний, работающих с высокотехнологичной и инновационной продукцией, интеллектуальными техническими системами и инженерными решениями.

Программа структурирована по модульному принципу, охватывающему ключевой функционал руководителей служб маркетинга. Разработка маркетинговых проектов производится на примере конкретных рынков инновационных продуктов и высоких технологий для действующих российских и зарубежных компаний

В результате обучения выпускники приобретают навыки маркетинговой разработки, сегментации, позиционирования инновационных продуктов на хайтек-рынках, а также создания архитектуры высокотехнологичных продуктов.

При успешном освоении программы выпускник сможет создать собственный инжиниринговый бизнес, повысить востребованность своих инженерных разработок, а также организовывать, планировать и контролировать работу маркетинговых аналитиков, продакт-менеджеров, специалистов по дистрибуции и продажам, специалистов по маркетинговым коммуникациям в высокотехнологичных компаниях.

В ходе обучения студенты научатся:

- проводить исследования рынков высокотехнологичной продукции, анализировать маркетинговую деятельность компании
- выявлять стереотипы потребительского поведения и использовать их для формирования новых технологических трендов
- создавать бренды высокотехнологичных продуктов, формировать их репутационный капитал и систему взаимодействия с потребителями

- управлять лояльностью потребителей, развивать сообщества потребителей
- формировать стратегии конкурентной борьбы на рынке высоких технологий
- внедрять маркетингование брендов высокотехнологичных продуктов с использованием всего комплекса современных инструментов и методов маркетинга
- организовывать продвижение высокотехнологичных продуктов с использованием инструментов традиционного и интернет-маркетинга
- организовывать работу маркетинговой службы компаний, работающих с высокотехнологичной продукцией, формировать стратегии, планы и проекты работы службы маркетинга на целевом рынке

Деловые партнеры

- Программа реализуется в партнерстве с Московским автомобильно-дорожным государственным техническим университетом (МАДИ) – ведущим университетом России в области разработки и внедрения интеллектуальных транспортных систем
- ***Возможно обучение по совместной образовательной программе и получение одновременно двух государственных дипломов – диплома магистратуры ГУУ и диплома о профессиональной переподготовке в области компьютерного инжиниринга и интеллектуальных транспортных систем МАДИ***
- Индустриальный партнер института маркетинга – ПАО «ВымпелКом» (Билайн)
- Институт маркетинга сотрудничает с крупными маркетинговыми компаниями, а также с ведущими промышленными и инжиниринговыми предприятиями, работающими на рынке высокотехнологичной продукции

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
- Таргетирование рекламы
- Контент маркетинг и сторителлинг
- Разработка сети посадочных страниц
- SEO
- Медиапланирование в WEB среде
- Монетизация интернет проектов

Приобретение навыков маркетингования и продвижения высокотехнологичной продукции:

- Формирование стратегии и планирование маркетинга хайтек продуктов
- Проектирование и управление портфелем высокотехнологичных брендов
- Управление взаимоотношениями с клиентами в хайтек маркетинге
- Технологии постпродажного сопровождения высокотехнологичных продуктов
- Цифровые маркетинговые стратегии в автомобильном бизнесе
- Коммуникационные стратегии глобальных автомобильных брендов

**Практики
и трудоустройство
выпускников**

Практики проходят на ведущих высокотехнологичных предприятиях в автомобильно-дорожной отрасли:

- ПАО «Вымпелком» (Билайн)
- Государственный научный центр РФ ФГУП «НАМИ»
- ПАО «КАМАЗ»
- Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры г. Москвы
- ГУП «Мосавтотранс»
- ГУП «Мосгортранс»
- Объединенная машиностроительная корпорация
- ГК «Автодор»
- крупнейшие промышленные предприятия и инженеринговые центры и др.