

МАРКЕТИНГ

Магистерская программа «Маркетинг» Экономического факультета МГУ – современная магистерская программа старейшего университета России, которая сочетает в себе традиции Московского университета с актуальными подходами к преподаванию маркетинговых дисциплин.

Программа готовит маркетологов, обладающих современными междисциплинарными знаниями в сфере бренд-менеджмента, продаж и проведения маркетинговых исследований (в том числе нейромаркетинговых).

В основе обучения – интерактивные курсы, мастер-классы и кейсы, максимально полезные для практики. До 80% профильных курсов программы читаются с участием практикующих маркетологов, а удобный график занятий позволяет студентам строить карьеру прямо во время обучения.



Более
20 курсов
по выбору



Занятия
по будням с 19:00
по субботам днем

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

1 ГОД

1 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь

Управленческая экономика
Методы исследования в менеджменте
Стратегический менеджмент
Организационное поведение
Современные технологии и методы принятия управленческих решений
Иностранный язык
Философия
Один межфакультетский курс
Научно-практический семинар

2 ТРИМЕСТР: январь - март

Маркетинговые исследования 1
Стратегический маркетинг
Современные технологии анализа данных
Маркетинговые коммуникации
Интернет-маркетинг
Научно-практический семинар

3 ТРИМЕСТР: апрель - июнь

Маркетинговые исследования 2
Дисциплины по выбору студента
Один межфакультетский курс
Научно-практический семинар

2 ГОД

4 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь

Дисциплины по выбору студента
Научно-практический семинар
Практика

5 ТРИМЕСТР: январь - март

Научно-практический семинар
Практика

6 ТРИМЕСТР: апрель - июнь

Научно-практический семинар
Практика
Государственная итоговая аттестация

ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ТРЕХ ТРЕКАХ:



Бренд-менеджмент

Маркетинг взаимоотношений
Стратегии бизнеса и маркетинга
Поведение потребителей
Бренд-менеджмент
Маркетинг в некоммерческих организациях
Маркетинг в сфере культуры
Управление брендом работодателя



Трейд-маркетинг и рыночная аналитика

Продажи: организация и управление
Ценовая политика в маркетинге
B2B маркетинг
Маркетинговое планирование
Международный маркетинг
Принятие управленческих решений на основе рыночных исследований
Управление процессом ведения переговоров



Нейромаркетинг

Моделирование поведения потребителя
Психофизиологические методы исследований поведения
Психофизиология эмоций, мотивации и когнитивных процессов
Маркетинг впечатлений
Нейромаркетинг
Профайлинг и дифференциальная психология
Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге

Межфакультетский трек «Нейромаркетинг» реализуется совместно тремя факультетами МГУ: экономическим, психологическим и биологическим.

ЭКЗАМЕНЫ И ПОСТУПЛЕНИЕ

Для поступления на программу необходимо сдать два экзамена:

Английский язык

Программа вступительного экзамена одинаковая для всех направлений.

Специальность «Маркетинг»

Экзамен состоит из общей части, включающей разделы по экономической теории, статистике и управлению организацией, а также специальной части, включающей вопросы по маркетингу.



Полный список дисциплин программы, примеры задач для поступления вы можете найти на страничке программы на сайте факультета:

MARKETINGMSU.RU



В 2022 году на программу выделено:

18

бюджетных мест
для граждан РФ и
приравненных к ним

25

мест
для обучения
по договору

5

мест
для обучения
иностраннных граждан

КОНТАКТЫ

Мы будем рады ответить на ваши вопросы по электронной почте:



markt@econ.msu.ru