

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА

направление «Менеджмент»

МАРКЕТИНГ

Целью магистерской программы является **подготовка специалистов, обладающих современными междисциплинарными знаниями в сфере проведения маркетинговых исследований (в том числе нейромаркетинга), бренд-менеджмента и продаж.**

Программа предполагает активное внедрение в учебный процесс практической составляющей. Студенты знакомятся с практическими кейсами из российского и зарубежного маркетингового опыта. В реализации программы принимают участие представители российских и зарубежных компаний, таких как Nestle, L'Oreal, Puig, P&G, LVMH, Unilever, GSK, Газпром медиа; исследователи из Nielsen, TNS, Bain&Company; практикующие консультанты из McKinsey и специалисты по маркетинговым коммуникациям из креативных агентств BBDO, Saatchi & Saatchi.

Программа дает возможность студентам слушать лекции на английском языке от приглашенных зарубежных экспертов в области маркетинга. Межфакультетский трек «Нейромаркетинг» реализуется совместно с биологическим и психологическим факультетами МГУ имени М.В. Ломоносова.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН



обязательные дисциплины

1 ГОД

1 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь

- Управленческая экономика
- Методы исследования в менеджменте
- Стратегический менеджмент
- Организационное поведение
- Корпоративные финансы
- Иностранный язык
- Философия
- Один межфакультетский курс
- Научно-исследовательская работа

2 ТРИМЕСТР: январь - март

- Маркетинговые исследования 1
- Стратегический маркетинг (англ.)
- Современные технологии анализа данных
- Маркетинговые коммуникации
- Интернет - маркетинг
- Дисциплины по выбору студента*
- Научно-исследовательская работа

3 ТРИМЕСТР: апрель - июнь

- Маркетинговые исследования 2
- Дисциплины по выбору студента*
- Один межфакультетский курс
- Практика
- Научно-исследовательская работа

2 ГОД

4 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь

- Дисциплины по выбору студента*
- Научно-исследовательская работа

5 ТРИМЕСТР: январь - март

- Научно-исследовательская работа
- Практика

6 ТРИМЕСТР: апрель - июнь

- Научно-исследовательская работа
- Практика
- Государственная итоговая аттестация



ДИСЦИПЛИНЫ НА ВЫБОР СТУДЕНТА ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ТРЕХ ОСНОВНЫХ ТРЕКАХ:

Бренд-менеджмент

- ✓ Бренд-менеджмент
- ✓ Создание нового товара и маркетинг инноваций
- ✓ Кросс-культурные коммуникации
- ✓ Медиапланирование
- ✓ Территориальный брендинг
- ✓ Маркетинговое планирование

Нейромаркетинг

- ✓ Моделирование поведения потребителя
- ✓ Психофизиологические методы исследований поведения: практикум
- ✓ Психофизиология эмоций, мотивации и когнитивных процессов
- ✓ Маркетинг впечатлений
- ✓ Нейромаркетинг
- ✓ Профайлинг и дифференциальная психология

Управление продажами

- ✓ Продажи: организация и управление
- ✓ Управление процессом ведения переговоров
- ✓ Ценовая политика в маркетинге
- ✓ Управление цепями поставок
- ✓ B2B маркетинг
- ✓ Маркетинг и финансы

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, обучающие видео вы можете найти на страничке программы на сайте факультета



В 2019 году на программу выделено:

15

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