Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА
направление «Менеджмент»

МАРКЕТИНГ
МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА

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 компаний, таких как Nestle, L'Oreal, Puig, P&G, Unilever, GSK, LVMH, Газпром медиа; исследователи из Nielsen, TNS и Bain&Company; практикующие консультанты McKinsey и специалисты по маркетинговым коммуникациям из креативных агентств BBDO, Saatchi & Saatchi.

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

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

1 ГОД

1 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь	2 ТРИМЕСТР: январь - март	3 ТРИМЕСТР: апрель - июнь
Управленческая экономика	Маркетинговые исследования 1	Маркетинговые исследования 2
Методы исследования в менеджменте	Стратегический маркетинг (англ)	***Дисциплины по выбору студента***
Стратегический менеджмент	Современные технологии анализа данных	Один межфакультетский курс
Организационное поведение	Маркетинговые коммуникации	Практика
Корпоративные финансы	Интернет-маркетинг	Научно-исследовательская работа
Иностранный язык	Научно-исследовательская работа	
Философия		
Один межфакультетский курс		
Научно-исследовательская работа		

2 ГОД

4 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь	5 ТРИМЕСТР: январь - март	6 ТРИМЕСТР: апрель - июнь
Дисциплины по выбору студента	Практика	Практика
Научно-исследовательская работа	Научно-исследовательская работа	Научно-исследовательская работа
		Государственная итоговая аттестация

ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ТРЕХ ТРЕКАХ:

Бренд-менеджмент

- Кросс-культурные коммуникации
- Маркетинг взаимоотношений
- Стратегии бизнеса и маркетинга
- Поведение потребителей
- Бренд-менеджмент
- Маркетинговый анализ рынка товаров и услуг
- Маркетинг в некоммерческих организациях
- Маркетинг в сфере культуры

Нейромаркетинг

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

Управление продажами

- Продажи: организация и управление
- Ценовая политика в маркетинге
- B2B маркетинг
- Маркетинг и финансы
- Международный маркетинг
- Маркетинг услуг
- Искусственный интеллект в маркетинге

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.

! Больше информации о магистерской программе на marketingmsu.ru

В 2020 году на программу выделено:

15 бюджетных мест для граждан РФ и приравненных к ним

25 мест для обучения по договору

5 мест для обучения иностранных граждан

КОНТАКТЫ

Мы будем рады ответить на ваши вопросы

markt@econ.msu.ru

@marketingmsu