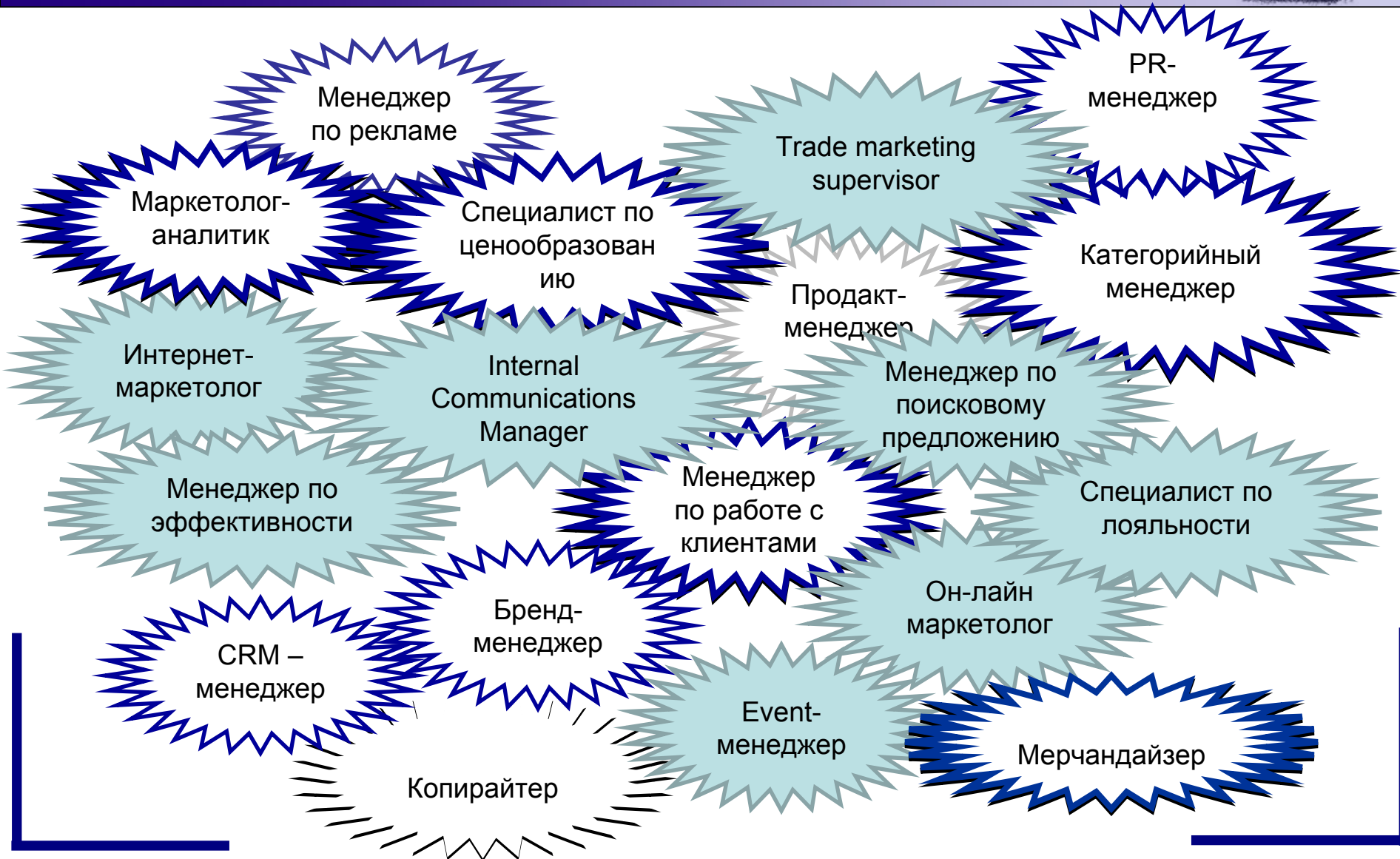


МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «МАРКЕТИНГ»

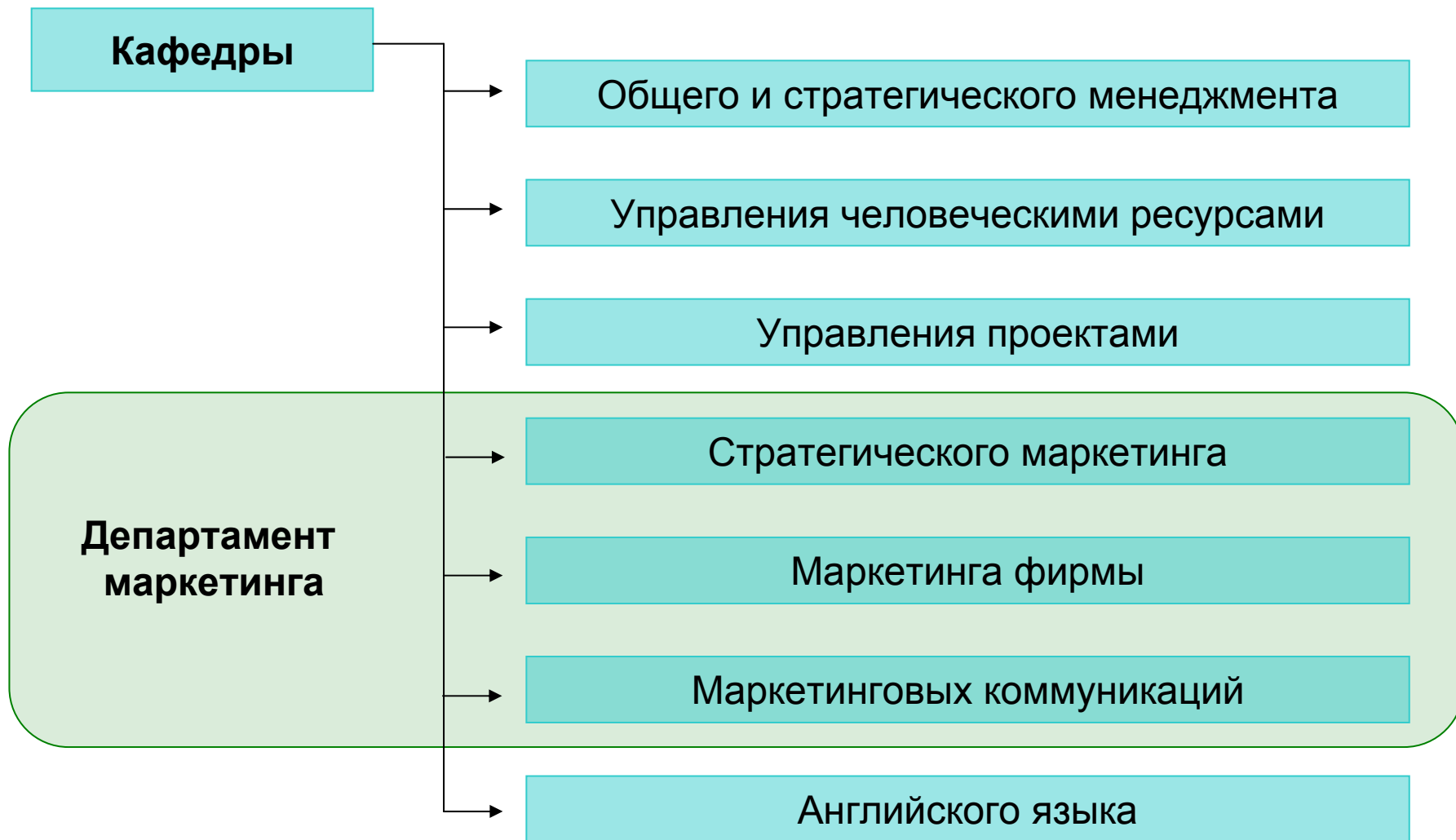


Научный руководитель программы – И.В.Липсиц

Многообразие маркетинговых специальностей



Структура факультета «Менеджмент»



Магистерские программы Департамента



Специализация «Маркетинг фирмы»: область подготовки



- Основные отличия программ «бакалавр» и «специалист»
- Маркетологи, работающие на уровне фирмы и непосредственно организующие маркетинговую деятельность в компании
- Маркетологи, работающие в консалтинговых, исследовательских кампаниях, в высших учебных заведениях
- Компании всех отраслей и сфер деятельности
- Отдельные маркетинговые профессии и специализации



Характеристики специализации «Маркетинг фирмы»



- Подготовка студентов к современным условиям рынка
 - Сбалансированная система курсов
 - Новшества в области маркетинга, идеи авторов программы и курсов
 - Вместо суммы знаний акцент на аналитико-емких задачах, проектных формах работы, креативных разработках.
- Сильный преподавательский состав
 - Лучшие преподаватели в области маркетинга
 - Активное привлечение преподавателей-практиков
 - Регулярное привлечение представителей бизнес-сообщества к обмену опытом и ведению занятий



Характеристики специализации «Маркетинг фирмы»



- **Взаимодействие в процессе обучения**
 - Вместо монолога лектора - обмен информацией между преподавателем и слушателями. Низкая «формализованность» занятий, использование в процессе обучения дискуссий, круглых столов, исследовательской и аналитической деятельности слушателя.
 - Высокая доля самостоятельной работы (групповой, индивидуальной)
- **Обучение практическим навыкам, а также научному образу мышления**
- **Сбалансированная структура предметных курсов**



Сбалансированная система предметных курсов



- Принцип 6 + 3 +3
 - 6 – обязательных дисциплин
 - 3 – по выбору из дисциплин, предлагаемых кафедрой (как 6 - 7)
 - 3 – из общего пула дисциплин
- Индивидуальный подход
 - индивидуальный план работы,
 - индивидуальная программа исследовательской деятельности и практик
 - научный руководитель
- 50% учебного времени – научная работа студента



Специализация «Маркетинг фирмы»: сбалансированная система курсов (1)



- Базовые курсы:
 - Маркетинг-менеджмент
 - Маркетинговые исследования
 - Маркетинговые коммуникации
 - Поведение потребителей
 - Бренд-менеджмент
 - Маркетинговые стратегии фирмы
- Дают фундаментальную основу, позволяющую разрабатывать решения в отсутствие стандартных алгоритмов решения многих маркетинговых задач.



Специализация «Маркетинг фирмы»: сбалансированная система курсов (2)



- Обучение по всем сферам знаний, которые необходимы маркетологу в профессиональной деятельности:
 - Товар/бренд
 - Цена
 - Дистрибьюция
 - Продвижение
 - Потребители
 - Конкуренты
 - Влияние государства и иных структур
 - Методы анализа данных
 - Иностранный язык
- Программа обучения выстроена таким образом, чтобы были охвачены все эти сферы без исключения. Как результат – у студента не возникает «пробелов, белых пятен» в изучаемой профессии.



Специализация «Маркетинг фирмы»: сбалансированная система курсов (3)



- Курсы- «новинки», курсы «маркетинг-экономика-финансы», курсы на английском языке (Marketing ROI, Управление результативностью маркетинга, маркетинговые активы фирмы)
- Мастер-классы, проектные семинары, привлечение преподавателей-практиков, выпускников для анализа ситуаций
- Обеспечивают гибкость, адаптивность, расширяют профессиональный кругозор .



Фундаментальная подготовка: научные семинары и научная работа



- Работа в научном семинаре
 - Участие в исследовательских проектах кафедры и лаборатории
 - Написание статей, курсовой работы, магистерской диссертации
 - Выполнение мини-проектов
 - Участие в конференциях, «конгрессный» туризм
- Научные семинары специализации
 - Управление результативностью маркетинговой деятельностью
 - Проблемы и методы маркетинговых исследований
 - Маркетинговый исследовательский проект



Профессорско-преподавательский состав кафедры маркетинга фирмы



Профессор кафедры маркетинга фирмы, научный руководитель Департамента маркетинга факультета менеджмента, один из 12 лучших бизнес-преподавателей России по рейтингу журнала «Секрет фирмы», лауреат премии «Золотая Вышка», ординарный профессор [Липсиц И.В.](#);

[Ойнер О.К.](#) - заведующая кафедрой маркетинга фирмы, д.э.н., профессор, ouner@mail.ru



Профессорско-преподавательский состав кафедры



Руководители проектов
исследовательской компании «Фонд
общественное мнение»

доценты

Галицкий Е.Б. и Галицкая Е.Г.



Профессорско-преподавательский состав кафедры маркетинга фирмы



- Леонов А.И., д.э.н., профессор
- Казаков С.П. , к.э.н., доцент
- Латышова Л.С., к.э.н., доцент
- Поротникова Н.В., к.э.н., доцент
- Заздравных А.В., к.э.н., доцент
- Тюрин Д.В., к.э.н., доцент
- Долгова М.Ю., к.э.н., доцент
- Саманьян Е.Л., к.э.н., доцент
- Пантелеева Е.К., старший преподаватель



Результаты



- Программа «Маркетинг» ГУ-ВШЭ - лучшая в 2007 и 2008 гг. по опросу «Гильдии маркетологов»
- Высокая востребованность выпускников программы, в первую очередь, со стороны ведущих, «высокотехнологичных» работодателей
- Высокая мотивированность выпускников на дальнейшую самореализацию, продолжение учебы
- Выпускники – носители бренда ГУ-ВШЭ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

