



Магистерская программа «Маркетинг»
Специализация
«Стратегический маркетинг»

Кафедра Стратегического
маркетинга

О нас и наших делах смотрите на
сайтах www.hse.ru

www.noe.virtass.ru

S
M



Маркетинг XXI века

Введение

Фокус – координация межфирменной деятельности

Программа

- Координация вдоль цепочки создания ценностей, сетевых взаимодействий

Требования

Видение

- Клиент-ориентированность
- Создание коллективных

Преимущества

конкурентных преимуществ

Кафедра



Маркетинг XXI века

Введение

Стратегии сокращения издержек по всей цепочке создания ценностей (cut cost along the value chain):

Программа

- выведение отдельных звеньев цепочки создания ценностей в страны с наиболее дешевыми ресурсами, в том числе и рабочей силой,

Требования

- «замыкание» цепочки на развивающиеся рынки,

Видение

- поиски форм непосредственного включения потребителя в цепочку

Преимущества

взаимодействия.

Кафедра



Маркетинг XXI века

Введение

Новые стратегические ориентиры требуют:

Программа

- новых технологий управления и координации межфирменного взаимодействия,

Требования

- новых организационных форм включения потребителя в цепочки создания ценностей,

Видение

- новых систем оценки результатов

Преимущества

- взаимодействия и стимулов совместного развития

Кафедра



Программа «Маркетинг» (специализация «Стратегический маркетинг»)

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра

- Стратегический маркетинг
- Методы исследований в стратегическом маркетинге
- Маркетинг&Инновации



Программа «Маркетинг» (специализация «Стратегический маркетинг»)

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра

- более широкий, междисциплинарный подход к постановке задач маркетинга как инструмента долгосрочного развития компании;
- широкое применение методов стоимостного анализа маркетинговых активов, экономико-социологического анализа, электронного бизнеса для управления деятельностью как отдельной компании, так и цепочек создания стоимости, рынков товаров и услуг;
- особая роль маркетинга как инструмента инновационного развития экономики.



Программа «Маркетинг» (специализация «Стратегический маркетинг»)

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра

- Стратегический маркетинг в организации/цепочках создания стоимости
- Управление стоимостью маркетинговых активов
- Маркетинг на инновационных рынках (маркетинг инноваций)
- Управление сетевыми структурами и взаимоотношениями
- Маркетинговые стратегии в электронном бизнесе.



Наши требования

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра

- Экономика и финансы
- Экономика и социология отраслевых рынков
- Электронная коммерция

Соответствие уровню международных программ



Наше видение

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра

- владение инструментарием операционного маркетинга, умение планировать тактические маркетинговые мероприятия с учетом стратегических целей и особенностей отраслевого рынка;
- системное видение фундаментальных областей маркетинговой деятельности,
- построение координационного механизма в сложных современных интегрированных и квазиинтегрированных структурах;
- принятие решений стратегического характера.



Наши преимущества

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра

- Ориентация на лучшую практику глобальных корпораций и сетей фирм, стратегического консалтинга
- Международные программы
- Передовые методики обучения
- Открытость и сотрудничество



Наши преимущества

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра

- Мы определяем направления и рассчитываем на Вашу креативность в разработке **НОВЫХ** моделей бизнеса
- Мы активно вовлекаем студентов в создание и распространение **НОВЫХ ЗНАНИЙ**



Кафедра

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества

Кафедра



Третьяк

Ольга

Анатолевна

д.э.н., профессор

Зав. кафедрой



Шерешева

Марина

Юрьевна

д.э.н., профессор

Зам. декана по НИР



Кафедра

Введение



Бек
Михаил
Александрович
к.т.н., доцент

Программа

Требования

Видение



Сергиенко
Яков
Вячеславович
д.э.н., профессор,
консультант McKinsey

Преимущества

Кафедра



Кафедра

Основные направления исследовательской деятельности кафедры

Введение

Программа

Требования

Видение

Преимущества



Сеть мастерства «Развитие форм межфирменной кооперации» . Проект был запущен в 2006 под руководством О.А. Третьяк

**STROI -
Network**

«STROI-network» - международный исследовательский проект, объединяющий участников из 5 организаций в Финляндии и России: НАМК, TUT, VTT, ВШМ СПбГУ и ГУ-ВШЭ. Целью проекта является разработка моделей управления финско-российскими сетями взаимоотношений на российском рынке.

<http://noe.virtass.ru/research/308/>

**Foundations
of Fairness**

«Foundations of Fairness» или «Основания справедливости межфирменных взаимоотношений» - международный проект, объединяющий исследователей из более 20 стран мира. Цель - изучение места справедливости в межфирменных взаимоотношениях и её основных мотивов, в том числе, факторов культуры. Инициатива и главная роль в этом проекте принадлежит Л. К. Шир, профессору Университета Миссури (США).



Спасибо за внимание!

Контакты:
Москва, Кирпичная ул., 33/5
Тел.: +7 (495) 772-95-82
E-mail: o_tretyak@inbox.ru

Зав.кафедрой стратегического маркетинга - О.А. Третьяк
<http://noe.virtass.ru>