

Паспорт образовательной программы «Маркетинг»

Обучение ведется по направлению

38.04.02 Менеджмент

Утверждение программы

Приказ от 15.08.2014 № 6.18.1-01/1508-11

Образовательный стандарт НИУ ВШЭ

[Образовательный стандарт НИУ ВШЭ уровень высшего образования – магистратура \(с 2022 года набора\) \(электронная подпись\)](#) (PDF, 1.05 Мб)

[Образовательный стандарт НИУ ВШЭ по направлению подготовки Менеджмент](#) (PDF, 441 Кб)

Дата обновления паспорта

28.12.2022, Протокол заседания ученого совета НИУ ВШЭ - Нижний Новгород

Сетевая форма реализации

Нет

Срок, форма обучения и объем

2 года

Очная форма обучения, 120 з.е.

Язык реализации

RUS

ENG

Обучение ведется на русском и частично на английском языке

Квалификация выпускника

Магистр

Программа двух дипломов

Да

Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

С применением

Траектории

2023/2024 УЧЕБНЫЙ ГОД

Маркетинг (22/23)

Вид: Общая

Наставник: [Шушкин Михаил Александрович](#)

Язык реализации: Русский и английский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: С применением

Квалификация выпускника: Магистр

Ключевые образовательные результаты:

КОР-1 Осуществляет выбор релевантных аналитических инструментов для проведения маркетинговых исследований, проводит обработку результатов сбора первичных и вторичных данных, формулирует выводы.

КОР-2 Разрабатывает маркетинговую стратегию компании. Проводит сегментирование по выбранным критериям, умеет выбирать приоритетные для продукта сегменты. Обосновывает стратегию позиционирования, формулирует продуктовую, ценовую, коммуникационную стратегии, а также стратегию распределения.

КОР-3 Определяет роль маркетинга для представляемого продукта, оцениваем потенциальную емкость рынка, дает рекомендации по использованию маркетинговых инструментов.

КОР-4 Анализирует сложные факторы, влияющие на поведение потребителей, определяет и оценивает факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений и потребительского поведения. Разрабатывает или адаптирует существующие методики изучения потребительского поведения, решения конкретных маркетинговых задач.

КОР-5 Разрабатывает маркетинговые стратегии и способы их интеграций в Интернете, формулирует основные KPI рекламы и способы их отслеживания в диджитал среде.

Характеристика профессиональной деятельности:

ПК-1 Способен выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме, формулировать научные гипотезы.

ПК-2 Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях.

ПК-3 Способен выбирать инструментальные средства, современные технические средства и информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления.

ПК-4 Способен анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления.

ПК-5 Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада.

ПК-6 Способен представлять результаты исследований в виде методических материалов для использования в преподавании управленческих дисциплин.

ПК-7 Способен разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин.

ПК-8 Способен преподавать управленческие дисциплины использованием результатов научных исследований.

ПК-9 Способен руководить научной работой студентов в сфере менеджмента.

ПК-10 Способен решать задачи формирования сети бизнес-процессов в организации.

ПК-11 Способен решать задачи управления деловыми организациями, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.

ПК-12 Способен разрабатывать корпоративную стратегию, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации.

ПК-13 Способен планировать и осуществлять проекты и мероприятия, направленные на реализацию стратегий организации.

ПК-14 Способен разрабатывать программы организационного развития и обеспечивать их реализацию.

ПК-15 Способен использовать современные менеджериальные технологии и разрабатывать новые технологии управления для повышения эффективности деятельности организации.

ПК-16 Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса.

ПК-17 Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных управленческих и предпринимательских задач; осуществлять сбор данных и их обработку.

ПК-18 Способен формировать проект консультационных работ в сфере менеджмента и управлять им.

Характеристика образовательных модулей:

Цикл дисциплин направления (формирует базовые знания и навыки):

- Методология научных исследований в менеджменте: исследования в маркетинге
- Стратегии в менеджменте: маркетинговые стратегии
- Управленческая экономика (преподается на английском языке)

Цикл дисциплин программы (формирует профессиональные знания и навыки):

- Финансы для маркетологов
- Поведение потребителей. Продвинутый курс (преподается на английском языке)
- Продакт-менеджмент (преподается на английском языке)
- Аналитическая культура (преподается на английском языке)
- Маркетинговая аналитика. Продвинутый курс

Вариативная часть (формирует узкоспециализированные знания и навыки):

- Управление взаимоотношениями в маркетинге
- Маркетинговая стратегия в digital среде
- Дисциплина по выбору из общеуниверситетского пула «МАГОЛЕГО»
- Digital-коммуникации
- Презентации и сторителлинг
- Технологии дизайна
- Python для извлечения и обработки данных
- История рекламных инструментов
- Формирование личного бренда молодого специалиста

Научно-исследовательская работа:

Ключевой семинар "Современные тренды и инструменты маркетинга"

Семинар «Современные тренды и инструменты маркетинга» - это серия мастер-классов от приглашенных практиков.

Семинар поможет студентам:

- выбрать для себя направление в маркетинге и тему курсовой и диссертации;
- получить опыт в проектах от практиков;
- выступать публично и проводить презентации.

Семинар наставника

Семинар наставника предназначен для совместной работы академического наставника и студента в рамках его профориентации: выбор исследовательских тематик в рамках написания курсовых и выпускных квалификационных работ, а также академической научной деятельности; определения темы проекта; определения перечня дисциплин по выбору. Таким образом, семинар наставника формирует индивидуальные образовательные результаты студентов.

Проектная деятельность:

Проекты

Дисциплина «Проекты» помогает студентами получить опыт проектной работы через разработку и реализацию группового прикладного профессионального проекта. Заказчики проектов - компании-партнеры программы и другие внешние организации.

Проектная деятельность предоставляет возможность работы над поиском и реализацией решений для реальных задач и проблем. Студенты ведут коммуникацию напрямую с заказчиками, работая над реальными маркетинговыми проблемами. В ходе дисциплины осуществляется работа с техническим заданием от компании - заказчика, происходит анализ исследуемой проблемы, планирование и реализация маркетингового исследования для решения бизнес-задачи в рамках кейса. Работа над проектом

происходит в проектных группах 4-5 человек. Промежуточная аттестация состоит из отчета по всем этапам работы планирования проекта. Итоговый контроль включает в себя защиту отчета в форме презентации перед преподавателем и заказчиком.

Проектный семинар

Целью освоения дисциплины «Проектный семинар» (ПС) является формирование у студента компетенций в области использования современных инструментов маркетинга.

Курсовая работа.

Курсовая работа является неотъемлемой частью образовательного процесса. Она призвана углубить знания студентов по изучаемым дисциплинам, полученные ими в ходе теоретических и практических занятий, привить им навыки самостоятельного изучения материала по теме курсовой работы и развить навыки аналитической, исследовательской и проектной деятельности, а также обучить студентов подбору, изучению и обобщению материалов, являющихся источниками информации, на бумажных и электронных носителях.

Курсовая работа может выполняться в одном из следующих форматов:

- Исследовательская курсовая работа - анализ и обобщение теоретического и эмпирического материала, призванные способствовать закреплению и проявлению знаний и умений, полученных в процессе освоения ОП.
- Проектная курсовая работа - обоснованное решение практической задачи, основанное на системном анализе выбранного объекта и предмета, проблемы (ситуации).

Учебная практика:

Вид практики: профессиональная.

Целью проведения практики является развитие и закрепление навыков, полученных в ходе освоения программы, и сбора материала для магистерской диссертации в процессе работы в государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях через участие в разработке и реализации стратегии маркетинга, реализации задач по сбору и анализу данных в маркетинге, разработке плана маркетинга, разработке и дистрибуции продукта в офлайн и онлайн каналах, управлении коммуникациями, участии в операционном управлении маркетингом.

Задачами практики являются приобретение студентом практических компетенций в сфере профессиональной деятельности:

- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;
- разработка и реализация маркетинговой стратегии организации;
- подготовка и представление обзоров, отчетов и рекомендаций;
- подготовка и администрирование консультационных проектов.

Защита выпускной квалификационной работы (подтверждает получение знаний и навыков)

Магистерская диссертация представляет собой самостоятельное законченное исследование на заданную (выбранную) тему, написанное лично студентом под руководством руководителя, свидетельствующее об

умении студента работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении образовательной программы.

Характеристика образовательных модулей для студентов 2023 г. набора:

Модуль	Характеристика модуля	Мин. объем (кредит)
Ключевой семинар	Проектный семинар	3
	Ключевой семинар «Современные тренды и инструменты маркетинг»	15
	Семинар наставника	6
Практика	Проекты	3
	Учебная практика	3
	Курсовая работа	6
	Подготовка ВКР	12
Мажор	Состоит из дисциплин, с помощью которых достигается КОР	51
МагОлего	Состоит из дисциплин из областей знаний, с помощью которых студент достигает ИОР за пределами КОР или усиливает КОР	15
Государственная итоговая аттестация	Защита выпускной квалификационной работы	3

2022/2023 УЧЕБНЫЙ ГОД

Маркетинг (22/23)

Вид: Общая

Наставник: [Шушкин Михаил Александрович](#)

Язык реализации: Русский и английский

Применение электронного обучения и дистанционных технологий: С применением

Квалификация выпускника: Магистр

Конкурентные преимущества программы

1. Обучение на практике

2. Занятия от работодателей

Программа сочетает в себе теоретические изыскания – эконометрические модели, математические подходы к маркетингу и анализу рынка – и практические навыки использования современных рекламных инструментов – интернет-реклама, система контекстной рекламы, поисковая оптимизации, мультиканальный маркетинг, а также разработка креативов под разные рекламные инструменты.

Каждый год в России и мире появляются новые тренды современного маркетинга. Из-за этого программа постоянно изменяется и усовершенствуется. Приглашаются спикеры, которые владеют самыми свежими знаниями и навыками. Благодаря этому, большинство студентов (80%) к середине первого курса уже работают маркетологами на крупных предприятиях, в диджитал-агентствах и в компаниях event-индустрии.

Характеристика профессиональной деятельности и перечень профессиональных компетенций выпускника

Название траектории	Маркетинг
Вид (при наличии)	Общая
Академический наставник	Шушкин М.А.
Язык реализации	Русский, и частично английский
Применение ЭО, ДОТ	Да
Квалификация (-ции)	Магистр

<p>Ключевые образовательные результаты (для траекторий программ магистратуры)</p>	<p>КОР 1. Определяет роль маркетинга для представляемого продукта, оцениваем потенциальную емкость рынка, дает рекомендации по использованию маркетинговых инструментов.</p> <p>КОР 2. Осуществляет выбор релевантных аналитических инструментов для проведения маркетинговых исследований, проводит обработку результатов сбора первичных и вторичных данных, формулирует выводы.</p> <p>КОР 3. Анализирует сложные факторы, влияющие на поведение потребителей, определяет и оценивает факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений, и потребительского поведения. Разрабатывает или адаптирует существующие методики изучения потребительского поведения, решения конкретных маркетинговых задач.</p> <p>КОР 4. Разрабатывает маркетинговую стратегию компании. Проводит сегментирование по выбранным критериям, умеет выбирать приоритетные для продукта сегменты. Обосновывает стратегию позиционирования, формулирует продуктовую, ценовую, коммуникационную стратегии, а также стратегию распределения.</p> <p>КОР 5. Разрабатывает маркетинговые стратегии и способы их интеграций в Интернете, формулирует основные KPI рекламы и способы их отслеживания в диджитал среде.</p>
---	--

Перечень профессиональных компетенций выпускника:

- ПК – 1. Способен выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме, формулировать научные гипотезы.
- ПК – 2. Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях
- ПК – 3. Способен выбирать инструментальные средства, современные технические средства и информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления
- ПК – 4. Способен анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления
- ПК – 5. Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада
- ПК – 10. Способен решать задачи формирования сети бизнес-процессов в организации
- ПК – 11. Способен решать задачи управления деловыми организациями, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

- ПК – 12. Способен разрабатывать корпоративную стратегию, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации
- ПК – 13. Способен планировать и осуществлять проекты и мероприятия, направленные на реализацию стратегий организации
- ПК – 14. Способен разрабатывать программы организационного развития и обеспечивать их реализацию
- ПК – 15. Способен использовать современные менеджерские технологии и разрабатывать новые технологии управления для повышения эффективности деятельности организации
- ПК – 16. Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса
- ПК – 17. Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных управленческих и предпринимательских задач; осуществлять сбор данных и их обработку
- ПК – 18. Способен формировать проект консультационных работ в сфере менеджмента и управлять им.

Характеристики образовательных модулей программы

Цикл дисциплин направления (формирует базовые знания и навыки):

- Методология научных исследований в менеджменте: исследования в маркетинге
- Стратегии в менеджменте: маркетинговые стратегии
- Управленческая экономика (преподается на английском языке)

Цикл дисциплин программы (формирует профессиональные знания и навыки):

- Финансы для маркетологов
- Поведение потребителей. Продвинутый курс (преподается на английском языке)
- Продакт-менеджмент (преподается на английском языке)
- Аналитическая культура (преподается на английском языке)
- Маркетинговая аналитика. Продвинутый курс

Вариативная часть (формирует узкоспециализированные знания и навыки):

- Управление взаимоотношениями в маркетинге
- Маркетинговая стратегия в digital среде
- Дисциплина по выбору из общеуниверситетского пула «МАГОЛЕГО»
- Digital-коммуникации
- Презентации и сторителлинг
- Технологии дизайна
- Python для извлечения и обработки данных
- История рекламных инструментов

— Формирование личного бренда молодого специалиста

Научно-исследовательская работа:

Ключевой семинар "Современные тренды и инструменты маркетинга"

Семинар «Современные тренды и инструменты маркетинга» - это серия мастер-классов от приглашенных практиков.

Семинар поможет студентам:

- выбрать для себя направление в маркетинге и тему курсовой и диссертации;
- получить опыт в проектах от практиков;
- выступать публично и проводить презентации.

Семинар наставника

Семинар наставника предназначен для совместной работы академического наставника и студента в рамках его профориентации: выбор исследовательских тематик в рамках написания курсовых и выпускных квалификационных работ, а также академической научной деятельности; определения темы проекта; определения перечня дисциплин по выбору. Таким образом, семинар наставника формирует индивидуальные образовательные результаты студентов.

Проектная деятельность:

Проекты

Дисциплина «Проекты» помогает студентами получить опыт проектной работы через разработку и реализацию группового прикладного профессионального проекта. Заказчики проектов - компании-партнеры программы и другие внешние организации.

Проектная деятельность предоставляет возможность работы над поиском и реализацией решений для реальных задач и проблем. Студенты ведут коммуникацию напрямую с заказчиками, работая над реальными маркетинговыми проблемами. В ходе дисциплины осуществляется работа с техническим заданием от компании - заказчика, происходит анализ исследуемой проблемы, планирование и реализация маркетингового исследования для решения бизнес-задачи в рамках кейса. Работа над проектом происходит в проектных группах 4-5 человек. Промежуточная аттестация состоит из отчета по всем этапам работы планирования проекта. Итоговый контроль включает в себя защиту отчета в форме презентации перед преподавателем и заказчиком.

Проектный семинар

Целью освоения дисциплины «Проектный семинар» (ПС) является формирование у студента компетенций в области использования современных инструментов маркетинга.

Курсовая работа.

Курсовая работа является неотъемлемой частью образовательного процесса. Она призвана углубить знания студентов по изучаемым дисциплинам, полученные ими в ходе теоретических и практических занятий, привить им навыки самостоятельного изучения материала по теме курсовой работы и развить

навыки аналитической, исследовательской и проектной деятельности, а также обучить студентов подбору, изучению и обобщению материалов, являющихся источниками информации, на бумажных и электронных носителях.

Курсовая работа может выполняться в одном из следующих форматов:

- Исследовательская курсовая работа - анализ и обобщение теоретического и эмпирического материала, призванные способствовать закреплению и проявлению знаний и умений, полученных в процессе освоения ОП.
- Проектная курсовая работа - обоснованное решение практической задачи, основанное на системном анализе выбранного объекта и предмета, проблемы (ситуации).

Учебная практика:

Вид практики: профессиональная.

Целью проведения практики является развитие и закрепление навыков, полученных в ходе освоения программы, и сбора материала для магистерской диссертации в процессе работы в государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях через участие в разработке и реализации стратегии маркетинга, реализации задач по сбору и анализу данных в маркетинге, разработке плана маркетинга, разработке и дистрибуции продукта в офлайн и онлайн каналах, управлении коммуникациями, участии в операционном управлении маркетингом.

Задачами практики являются приобретение студентом практических компетенций в сфере профессиональной деятельности:

- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;
- разработка и реализация маркетинговой стратегии организации;
- подготовка и представление обзоров, отчетов и рекомендаций;
- подготовка и администрирование консультационных проектов.

Защита выпускной квалификационной работы (подтверждает получение знаний и навыков)

Магистерская диссертация представляет собой самостоятельное законченное исследование на заданную (выбранную) тему, написанное лично студентом под руководством руководителя, свидетельствующее об умении студента работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении образовательной программы.

Характеристика образовательных модулей для студентов 2023 г. набора:

Модуль	Характеристика модуля	Мин. объем (кредит)
Ключевой семинар	Проектный семинар	3
	Ключевой семинар «Современные тренды и инструменты маркетинга»	15
	Семинар наставника	6

Практика	Проекты	3
	Учебная практика	3
	Курсовая работа	6
	Подготовка ВКР	12
Major	Состоит из дисциплин, с помощью которых достигается КОР	51
МагоЛего	Состоит из дисциплин из областей знаний, с помощью которых студент достигает ИОР за пределами КОР или усиливает КОР	15
Государственная итоговая аттестация	Защита выпускной квалификационной работы	3

Адаптация программы для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Образовательная программа высшего образования НИУ ВШЭ адаптирована для обучения на ней инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. В учебном процессе используются специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Особенности адаптации программ учебных дисциплин содержатся в полной версии каждой программы учебной дисциплины и доступны студентам через электронную образовательную среду.

Комплект документов образовательной программы

Все документы образовательной программы хранятся в электронном виде на настоящем сайте образовательной программы. Учебные планы, календарные учебные графики, программы учебных дисциплин разрабатываются и проходят электронные процедуры утверждения в корпоративных информационных системах. Их актуальные версии автоматически публикуются на сайте ОП. Методические материалы, оценочные средства и иные материалы образовательной программы в актуальном виде хранятся на сайте образовательной программы в соответствии с локальными нормативными актами университета.

Подтверждаю актуальность комплекта документов образовательной программы, размещенных на настоящем сайте образовательной программы.

Проректор С.Ю. Рощин

[Паспорт образовательной программы «Маркетинг»](#)

