



National Research University Higher School of Economics (HSE)

Basic Curriculum

Field of study 38.04.02 Management
Educational Programme "Marketing Management"
Trajectories: "Marketing Director"

Implementing unit: Graduate School of Business, HSE - Moscow

APPROVED
01.08.2025
Vice Rector
ROSHCHIN S.Y.
Signed with EDS

Years of Study: 2025/2026 - 2026/2027

Length of Programme: 2 years

Mode of Study: Full Time

Degree: Master's degree / MBA

Block Code	Course	Subject type	Credits	Credits by Years		Planned Educational Programme Development Results
				1	2	
	Degree Programme		120,00	60,00	60,00	
	Marketing Director (Applied track)		120,00	60,00	60,00	
	Key Seminars		15,00	6,00	9,00	
1	Project Seminar "Entrepreneurship Marketing"	C	3,00	3,00		GPC-5.MAN, UC-1, UC-3, UC-4, UC-5
2	Research Seminar "Modern Marketing: Trends, Technologies, Research"	C	3,00		3,00	PC-1, PC-5, PC-9, UC-1, UC-2, UC-3, UC-5
3	Project Seminar "Marketing Plan"	C	3,00		3,00	GPC-5.MAN, PC-3, PC-4, PC-9, UC-1, UC-3, UC-4, UC-6
4	Mentor's Seminar	C	6,00	3,00	3,00	PC-1, PC-5, PC-7, UC-1, UC-2, UC-3
	Internship		27,00	6,00	21,00	
	Free					
	Preparation of the Graduate Thesis		15,00		15,00	
1	Preparation of the Final Qualifying Work	C	15,00		15,00	PC-1, PC-10, PC-2, PC-3, PC-4, PC-5, PC-9, UC-1, UC-2, UC-3
	Fixed		12,00	6,00	6,00	
1	Consulting Project	C	6,00	6,00		PC-1, PC-2, PC-3, PC-4, PC-6, PC-9, UC-2, UC-3
2	Work Experience Internship	C	6,00		6,00	PC-10, PC-2, PC-5, PC-7, PC-9, UC-1, UC-6
	Major		66,00	42,00	24,00	
	Compulsory Courses		51,00	33,00	18,00	

1	Leadership in the Modern Organisation	C	3,00	3,00		GPC-1.MAN, GPC-4.MAN, PC-1, PC-2, PC-3, PC-5, PC-6, PC-8, UC-1, UC-2, UC-3
2	Marketing Analysis and Marketing Performance Management	C	6,00	6,00		PC-3, PC-4, PC-9, UC-6
3	Consumer Behaviour	C	6,00	6,00		GPC-4.MAN, PC-1, UC-1, UC-4
4	Marketing Research	C	6,00	6,00		PC-10, PC-2, UC-1, UC-3, UC-6
5	Business Analytics & AI as a Tool for Effective Management	C	3,00	3,00		PC-1, PC-5, PC-9, UC-2, UC-4
6	Introduction to Marketing Management	C	3,00	3,00		GPC-1.MAN, GPC-5.MAN, PC-2, PC-3, PC-6, PC-7, UC-1, UC-5, UC-6
7	Marketing Management and Company Strategy. Advanced	C	6,00		6,00	PC-1, PC-2, PC-9, UC-1, UC-5
8	Marketing Team Management	C	3,00		3,00	PC-2, PC-4, PC-9
9	Sustainable Business Management	C	3,00		3,00	GPC-2.MAN, GPC-3.MAN, PC-3, PC-4, UC-1, UC-2, UC-5
10	Digital Marketing	C	6,00		6,00	GPC-1.MAN, GPC-5.MAN, PC-3, PC-9, UC-1, UC-3, UC-6
11	Financial Management: Financial Analysis and New Business Models	C	6,00	6,00		GPC-2.MAN, PC-3, PC-4, UC-5
	Elective Courses		15,00	9,00	6,00	
	Block 1. Marketing-Management		6,00	6,00		
1	Brand Management in Digital Economy	E	6,00	6,00		GPC-5.MAN, PC-2, PC-5, PC-9
2	New Product Development	E	6,00	6,00		GPC-5.MAN, PC-1, PC-2, PC-3, PC-5, PC-9, UC-1, UC-5
	Block 2. Special Issues of Marketing		3,00	3,00		
1	B2B Marketing	E	3,00	3,00		PC-1, PC-2, PC-3, PC-5, PC-9, UC-1, UC-3, UC-5
2	Omnichannel Customer Experience Management	E	3,00	3,00		GPC-2.MAN, PC-2, PC-3, PC-9, UC-1, UC-6
	Block 3. Pricing and Product Strategies		3,00		3,00	
1	Assortment Planning and Category Management	E	3,00		3,00	GPC-3.MAN, PC-1, PC-2, PC-3, PC-5, PC-8
2	Pricing Management	E	3,00		3,00	PC-2, PC-4, PC-9, UC-1, UC-6
	Block 4. Modern marketing technologies		3,00		3,00	
1	Marketing Strategies and CRM Tools	E	3,00		3,00	GPC-1.MAN, PC-4, PC-6, PC-9, UC-6
2	International Marketing Strategies (offered in a foreign language)	E	3,00		3,00	GPC-2.MAN, PC-2, PC-5, PC-9, UC-1, UC-6
	Magolego		9,00	6,00	3,00	
1	All-university Pool MAGOLEGO Courses	C	9,00	6,00	3,00	GPC-3.MAN, PC-2, PC-4, PC-7, UC-4, UC-6
	Final State Certification (FSC)		3,00		3,00	

1	Final Qualification Paper	C	3,00		3,00	GPC-5.MAN, PC-1, PC-10, PC-2, PC-4, PC-5, UC-1, UC-2, UC-5
---	---------------------------	---	------	--	------	--

Curriculum agreed:

Academic Supervisor	Тихонов В.В.	31.07.2025
Dean	GABRIELOV A.O.	31.07.2025
Head of Centre for Educational Model Design	LEPESHKIN I.A.	01.08.2025

Образовательная программа направлена на формирование и развитие следующих компетенций (результатов освоения):

Competence code	Name of the competence
UC-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.
UC-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.
UC-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели.
UC-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.
UC-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
UC-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течении всей жизни.
GPC-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.
GPC-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.

GPC-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.
GPC-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес- модели организаций.
GPC-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.
PC-1	способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать маркетинговые планы
PC-2	способен разрабатывать корпоративную стратегию, стратегию бизнеса и маркетинговые стратегии организации; трансформировать существующую стратегию в условиях динамичной среды
PC-3	способен анализировать реализуемость проектов в условиях динамичной среды; оценивать результативность маркетинга и отдельных маркетинговых инициатив
PC-4	способен осуществлять аудит маркетинговой деятельности и оценивать влияние маркетинга на результативность бизнеса
PC-5	способен генерировать новые идеи (бизнес-моделей, брендов, продуктов, методов продвижения и т.д.), разрабатывать стратегии выведения на рынок новых брендов/продуктов
PC-6	способен руководить маркетинговой командой, развивать маркетинговые таланты, осуществлять кросс-функциональные взаимодействия; принимать управленческие решения и нести за них ответственность
PC-7	способен совершенствовать и развивать свой профессиональный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры
PC-8	способен строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности и устойчивого развития

PC-9	способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных маркетинговых и исследовательских задач; осуществлять сбор и анализ потребительских инсайтов и других данных, необходимых для принятия обоснованных маркетинговых решений
PC-10	способен выбирать и использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационные технологии, в частности, маркетинговое программное обеспечение, для обработки информации в соответствии с поставленной прикладной/исследовательской задачей в сфере маркетинга

* Subject type:

Compulsory course

C

Elective course

E