



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"

Учебный план

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа "Маркетинг - менеджмент"
Траектории: "Директор по маркетингу"
Реализующее подразделение: Высшая школа бизнеса, Москва
Годы обучения: 2024/2025 учебный год - 2025/2026 учебный год

УТВЕРЖДЕН
27.05.2024
Проректор
Рошин С.Ю.
Подписано ЭЦП

Срок обучения: 2 года
Форма обучения: очная
Уровень образования: Магистратура

№ п/п	Наименование дисциплины	Вид дисциплины	Трудоемкость в зачетных единицах	Распределение зачетных единиц по годам обучения		Планируемые результаты освоения образовательной программы
				1	2	
	Вся образовательная программа		120,00	60,00	60,00	
	Директор по маркетингу (Прикладная траектория)		120,00	60,00	60,00	
	Модуль "Ключевые семинары"		15,00	6,00	9,00	
1	Семинар наставника	О	6,00	3,00	3,00	ПК-1, ПК-5, ПК-7, УК-1, УК-2, УК-3
2	Проектный семинар "Передовые инструменты цифрового продвижения"	О	3,00		3,00	ОПК-5, ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-4, УК-6
3	Проектный семинар "Предпринимательский маркетинг"	О	3,00	3,00		ОПК-5, ПК-1, ПК-3, ПК-4, УК-1, УК-3, УК-4, УК-5
4	Научно-исследовательский семинар "Современный маркетинг: тренды, технологии, исследования"	О	3,00		3,00	ПК-1, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-2, УК-3, УК-5
	Модуль "Практика"		27,00	6,00	21,00	
	Проектная практика		21,00	6,00	15,00	
1	Консультационный проект	О	6,00	6,00		ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-9, УК-2, УК-3
2	Подготовка выпускной квалификационной работы	О	15,00		15,00	ПК-1, ПК-10, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-2, УК-3
	Профессиональная практика		6,00		6,00	
1	Производственная практика	О	6,00		6,00	ПК-10, ПК-2, ПК-5, ПК-7, ПК-9, УК-1, УК-6
	Модуль "Major"		66,00	42,00	24,00	
	Обязательные дисциплины		51,00	33,00	18,00	
1	Финансовый менеджмент: финансовый анализ и новые бизнес-модели	О	6,00	6,00		ОПК-2, ПК-3, ПК-4, УК-5
2	Маркетинговые исследования	О	6,00	6,00		ПК-10, ПК-2, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-6
3	Поведение потребителей	О	6,00	6,00		ОПК-4, ПК-1, УК-1, УК-4

4	Маркетинговый анализ и управление результативностью маркетинга	О	6,00	6,00		ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-9, УК-6
5	Лидерство в современной организации	О	3,00	3,00		ОПК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-8, УК-1, УК-2, УК-3
6	Бизнес-аналитика и ИИ как инструмент эффективного управления	О	3,00	3,00		ПК-1, ПК-5, ПК-9, УК-2, УК-4
7	Маркетинг-менеджмент и стратегии компании. Продвинутый курс	О	6,00		6,00	ПК-1, ПК-2, ПК-9, УК-1, УК-5
8	Управление маркетинговой командой	О	3,00		3,00	ПК-2, ПК-4, ПК-9
9	Управление устойчивым развитием компании	О	3,00		3,00	ОПК-2, ОПК-3, ПК-3, ПК-4, ПК-7, УК-1, УК-2, УК-5
10	Цифровой маркетинг	О	6,00		6,00	ОПК-1, ОПК-5, ПК-3, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-6
11	Введение в маркетинг-менеджмент	О	3,00	3,00		ОПК-1, ОПК-5, ПК-2, ПК-3, ПК-6, ПК-7, УК-1, УК-5, УК-6
	Дисциплины по выбору		15,00	9,00	6,00	
	Блок 1. Маркетинг-менеджмент		6,00	6,00		
1	Бренд-менеджмент в цифровой экономике	В	6,00	6,00		ОПК-5, ПК-2, ПК-5, ПК-9
2	Создание новых продуктов	В	6,00	6,00		ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-5
	Блок 2. Специальные вопросы маркетинга		3,00	3,00		
1	Управление клиентским опытом в омниканальной среде	В	3,00	3,00		ОПК-2, ПК-2, ПК-3, ПК-9, УК-1, УК-6
2	B2B маркетинг	В	3,00	3,00		ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-5
	Блок 3. Ценовые и продуктовые стратегии		3,00		3,00	
1	Управление ассортиментом и категорийный менеджмент	В	3,00		3,00	ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-8
2	Управление ценообразованием	В	3,00		3,00	ПК-2, ПК-4, ПК-9, УК-1, УК-6
	Блок 4. Современные технологии маркетинга		3,00		3,00	
1	Маркетинговые стратегии и инструменты CRM	В	3,00		3,00	ОПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-9, УК-6
2	Международные маркетинговые стратегии (преподается на иностранном языке)	В	3,00		3,00	ОПК-2, ПК-2, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-6
	Модуль "МагоЛего"		9,00	6,00	3,00	
1	Дисциплины по выбору из общеуниверситетского пула МагоЛего	В	9,00	6,00	3,00	ОПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-7, УК-1, УК-4, УК-6
	Модуль "ГИА"		3,00		3,00	
1	Защита выпускной квалификационной работы	О	3,00		3,00	ОПК-5, ПК-1, ПК-10, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-2, УК-5

Учебный план согласован:

Академический руководитель
образовательной программы

Тихонов В.В.

20.05.2024

Декан факультета

Габриелов А.О.

21.05.2024

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

Код компетенции	Наименование компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течении всей жизни
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления
ОПК-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
ОПК-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
ОПК-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
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты
ПК-1	способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать маркетинговые планы

ПК-2	способен разрабатывать корпоративную стратегию, стратегию бизнеса и маркетинговые стратегии организации; трансформировать существующую стратегию в условиях динамичной среды
ПК-3	способен анализировать реализуемость проектов в условиях динамичной среды; оценивать результативность маркетинга и отдельных маркетинговых инициатив
ПК-4	способен осуществлять аудит маркетинговой деятельности и оценивать влияние маркетинга на результативность бизнеса
ПК-5	способен генерировать новые идеи (бизнес-моделей, брендов, продуктов, методов продвижения и т.д.), разрабатывать стратегии вывода на рынок новых брендов/продуктов
ПК-6	способен руководить маркетинговой командой, развивать маркетинговые таланты, осуществлять кросс-функциональные взаимодействия; принимать управленческие решения и нести за них ответственность
ПК-7	способен совершенствовать и развивать свой профессиональный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры
ПК-8	способен строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности и устойчивого развития
ПК-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
ПК-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

* Вид дисциплины:

Обязательный предмет

О

Предмет по выбору

В