



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: 2025/2026 учебный год - 2026/2027 учебный год

УТВЕРЖДЕН  
01.08.2025  
Проректор  
Рощин 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" (Ключевые семинары)		15,00	6,00	9,00	
1	Проектный семинар "Предпринимательский маркетинг"	○	3,00	3,00		ОПК-5.МЕН, УК-1, УК-3, УК-4, УК-5
2	Семинар наставника	○	9,00	3,00	6,00	ОПК-3.МЕН, ПК-1, ПК-5, ПК-7, УК-1, УК-2, УК-3
3	Научно-исследовательский семинар "Современный маркетинг: тренды, технологии, исследования"	○	6,00		6,00	ОПК-1.МЕН, ОПК-3.МЕН, ОПК-4.МЕН, ПК-1, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-2, УК-3, УК-5
	Практический модуль (Практика)		27,00	6,00	21,00	
	Подготовка ВКР		15,00		15,00	
1	Подготовка выпускной квалификационной работы	○	15,00		15,00	ПК-1, ПК-10, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-2, УК-3
	Фиксированный		12,00	6,00	6,00	
1	Консультационный проект	○	6,00	6,00		ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-9, УК-2, УК-3
2	Производственная практика	○	6,00		6,00	ПК-10, ПК-2, ПК-5, ПК-7, ПК-9, УК-1, УК-6
	Профессиональный модуль (Major)		66,00	42,00	24,00	
	Обязательные дисциплины		51,00	33,00	18,00	
1	Лидерство в современной организации	○	3,00	3,00		ОПК-1.МЕН, ОПК-4.МЕН, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-8, УК-1, УК-2, УК-3
2	Маркетинговый анализ и управление результативностью маркетинга	○	6,00	6,00		ПК-3, ПК-4, ПК-9, УК-6
3	Поведение потребителей	○	6,00	6,00		ОПК-4.МЕН, ПК-1, УК-1, УК-4
4	Маркетинговые исследования	○	6,00	6,00		ПК-10, ПК-2, УК-1, УК-3, УК-6

5	Бизнес-аналитика и ИИ как инструмент эффективного управления	О	3,00	3,00		ПК-1, ПК-5, ПК-9, УК-2, УК-4
6	Введение в маркетинг-менеджмент	О	3,00	3,00		ОПК-1.МЕН, ОПК-5.МЕН, ПК-2, ПК-3, ПК-6, ПК-7, УК-1, УК-5, УК-6
7	Финансовый менеджмент: финансовый анализ и новые бизнес-модели	О	6,00	6,00		ОПК-2.МЕН, ПК-3, ПК-4, УК-5
8	Маркетинг-менеджмент и стратегии компании. Продвинутый курс	О	6,00		6,00	ОПК-2.МЕН, ОПК-4.МЕН, ОПК-5.МЕН, ПК-1, ПК-2, ПК-9, УК-1, УК-5
9	Цифровой маркетинг	О	3,00		3,00	ОПК-1.МЕН, ОПК-5.МЕН, ПК-3, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-6
10	Управление устойчивым развитием компании	О	3,00		3,00	ОПК-2.МЕН, ОПК-3.МЕН, ПК-3, ПК-4, УК-1, УК-2, УК-5
11	Интегрированные маркетинговые коммуникации	О	3,00		3,00	ОПК-2.МЕН, ОПК-3.МЕН, ОПК-4.МЕН, ОПК-5.МЕН, ПК-2, ПК-4, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-4, УК-6
12	Управление маркетинговой командой	О	3,00		3,00	ОПК-3.МЕН, ОПК-4.МЕН, ПК-10, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-4
	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.МЕН, ПК-2, ПК-5, ПК-9
2	Создание новых продуктов	В	6,00	6,00		ОПК-5.МЕН, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-5
	Блок 2. Специальные вопросы маркетинга		3,00	3,00		
1	B2B маркетинг	В	3,00	3,00		ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-3, УК-5
2	Управление клиентским опытом в омниканальной среде	В	3,00	3,00		ОПК-2.МЕН, ПК-2, ПК-3, ПК-9, УК-1, УК-6
	Блок 3. Ценовые и продуктовые стратегии		3,00		3,00	
1	Управление ценообразованием	В	3,00		3,00	ОПК-2.МЕН, ОПК-5.МЕН, ПК-2, ПК-4, ПК-9, УК-1, УК-6
2	Маркетинг услуг	В	3,00		3,00	ОПК-3.МЕН, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-5, ПК-8, УК-1, УК-3, УК-5
	Блок 4. Современные технологии маркетинга		3,00		3,00	
1	Маркетинговые стратегии и инструменты CRM	В	3,00		3,00	ОПК-1.МЕН, ОПК-3.МЕН, ОПК-5.МЕН, ПК-4, ПК-6, ПК-9, УК-4, УК-6
2	Международные маркетинговые стратегии (преподается на иностранном языке)	В	3,00		3,00	ОПК-2.МЕН, ПК-2, ПК-5, ПК-9, УК-1, УК-6
	Дополнительный модуль (МагоЛего)		9,00	6,00	3,00	
1	Дисциплины по выбору из общеуниверситетского пула МагоЛего	О	9,00	6,00	3,00	ОПК-3.МЕН, ПК-2, ПК-4, ПК-7, УК-4, УК-6
	Модуль государственной итоговой аттестации (ГИА)		3,00		3,00	
1	Защита выпускной квалификационной работы	О	3,00		3,00	ОПК-5.МЕН, ПК-1, ПК-10, ПК-2, ПК-4, ПК-5, УК-1, УК-2, УК-5

**Учебный план согласован:**

Академический руководитель образовательной программы	Тихонов В.В.	31.07.2025
Декан факультета	Габриелов А.О.	31.07.2025
Руководитель Центра проектирования образовательных моделей	Лепешкин И.А.	01.08.2025

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 выведения 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