



Концепция магистерской программы

Название программы: «Менеджмент и маркетинг в индустрии моды»

Длительность: 2 года

Форма обучения: дневная

Количество кредитов: 120

Руководитель: Гаспарян Ануш Самвеловна, зав. Центром МиКВИМ ВШМ НИУ ВШЭ, профессор НИУ ВШЭ, к.с.н.

Основные положения

Совместная программа факультета «Бизнес и менеджмент» НИУ ВШЭ, ВШМ НИУ ВШЭ и компании Fashion Consulting Group.

Концепция реализации основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02. «Менеджмент» уровня «Магистр» разработана в соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации», другими федеральными нормативными правовыми актами в сфере образования, а также образовательным стандартом подготовки магистра по направлению 38.04.02. «Менеджмент» НИУ ВШЭ.

Магистерская программа реализуется на факультете бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ.

Форма обучения по программе – очная, нормативный срок обучения по программе – два года, трудоемкость – 120 зачетных единиц.

Магистерская программа «Менеджмент и маркетинг в индустрии моды» является практико-ориентированной, что выражается в ее целях и задачах, принципах построения, в составе курсов, а также их настроенности на отраслевую специфику.

Язык преподавания – русский. Выпускники программы получают документ об образовании и о квалификации государственного образца – диплом магистра по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Разработчики программы:

- Анна Вячеславовна Лебсак-Клейманс, научный руководитель образовательных программ Центра МиКВИМ ВШМ НИУ ВШЭ, профессор НИУ ВШЭ, к.с.н.;
- Ануш Самвеловна Гаспарян, заведующая Центром МиКВИМ ВШМ НИУ ВШЭ, профессор НИУ ВШЭ, к.с.н.;
- Наталья Борисовна Чиненова, директор подразделения ритейла компании FCG, преподаватель программы МИКВИМ ВШМ НИУ-ВШЭ

Цели и задачи программы

Цель программы является подготовка квалифицированных специалистов индустрии моды с развитыми общекультурными компетенциями для осуществления следующих видов деятельности:



- разработка бизнес-моделей и бизнес-планов развития проектов в стране и в отдельных регионах.
- управление розничными и рознично-производственными компаниями индустрии моды;
- управление подразделениями в компаниях индустрии моды: коммерческий отдел, логистический отдел, отдел развития, отдел поставок, аналитический отдел, маркетинговый отдел, отдел продаж;
- разработка стратегий повышения эффективности компаний в индустрии моды
- выявление перспективных целевых групп и анализа специфики спроса на основании маркетинговых исследований;
- поиск и оценка новых рыночных возможностей составление карт рынка, анализ конкурентного окружения;
- определение позиционирования для торговых марок индустрии моды;
- управление коммуникационной стратегией компании;

Особенности и конкурентные преимущества

а) Междисциплинарный подход

Программа предполагает тесные связи с модной индустрией благодаря взаимодействию с ведущим консалтинговым агентством Fashion Consulting Group в разных областях fashion retail бизнеса. Каждый студент может специализироваться в этих областях с помощью выбора определенных курсов и тем курсовой работы и магистерской диссертации.

б) Экосистема НИУ ВШЭ

Студенты имеют возможность посещать бесплатные семинары и мастер-классы Центра МиКВИМ ВШМ НИУ ВШЭ, на которых можно побеседовать с профессионалами-практиками в области модной индустрии.

в) Преподавательский состав

Преподавателями кафедры являются известные практики и специалисты в области индустрии моды.

Преподавание общих дисциплин направления магистерской программы реализуется специалистами из профессорско-преподавательского состава факультета бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ.

Специальные дисциплины, ориентированные на отраслевое знание, преподаются специалистами и практиками ведущего отраслевого консалтингового агентства на российском рынке индустрии моды Fashion Consulting Group, а также приглашенные специалисты отрасли.

г) Вовлечение студентов в научную деятельность

Студенты с первого курса вовлекаются в научную деятельность. С первого курса программы начинается НИС (научно-исследовательский семинар), который позволяет получить компетенции, необходимые для проведения собственных исследований. Научный семинар длится два года и завершается предзащитой магистерских диссертаций.

Преподаватели программы ведут собственные научные исследования и привлекают студентов к такой работе.

д) Инновационные методы обучения

Большинство курсов программы являются авторскими и уникальными на российском пространстве, которые были разработаны и апробированы в рамках работы образовательного



Центра «Менеджмент и коммуникации в индустрии моды» ВШМ НИУ ВШЭ. Применение передового международного опыта в подготовке специалистов для индустрии моды: методики для новых в РФ отраслевых дисциплин разработаны в сотрудничестве с руководителями магистерских программ и отделений маркетинга и менеджмента из Fashion Institute of Technology (FIT SUNY, США) и ESSEC MBA (Франция)

Программа имеет прямую связь содержания с запросом со стороны индустрии моды.

е) Связи с бизнесом

Программа имеет прочные связи с российскими и иностранными fashion ритейл компаниями, представители которых регулярно участвуют в мастер-классах, предоставляют студентам возможность пройти практику и после окончания магистратуры принимают на работу.

Структура и учебный план

В содержание специальных дисциплин программы заложены все основные сферы знаний и навыков, необходимые отраслевым менеджерам индустрии моды:

- маркетинг и брендинг в индустрии моды;
- стратегический менеджмент;
- управление финансами;
- управление эффективностью бизнеса;
- операционная деятельность компании (одежда обувь, аксессуары);
- управление персоналом в компаниях индустрии моды

Цикл общих дисциплин направления. Базовая часть

1. Методология научных исследований в менеджменте: методы научных исследований в менеджменте и бизнесе.
2. Стратегии в менеджменте.
3. Экономика стратегии.

Цикл дисциплин программы. Базовая часть

1. Мода и бизнес.
2. Мода и фотография.
3. Маркетинг в индустрии моды.
4. Стратегический менеджмент в индустрии моды.

Другая часть программы (вариативная) сконцентрирована на изучении проблемных областей, в которых студент будет специализироваться. Тематические курсы раскрывают отдельные аспекты этих областей.

Вариативная часть

1. Управление персоналом в розничных компаниях индустрии моды / Блок вариативных дисциплин (две из трех)
 - Управление человеческими ресурсами в индустрии моды.
 - Лидерство и командообразование в творческих коллективах.
 - Современные стратегии работы с клиентами в компаниях индустрии моды.
2. Управление логистикой в модном бизнесе / Блок вариативных дисциплин (две из трех).
 - Логистика в индустрии моды.



- Организация распределительного центра в индустрии моды.
 - Современные логистические технологии.
3. Операционная деятельность розничной компании в индустрии моды / Блок вариативных дисциплин (две из трех).
- Операционный менеджмент в розничных компаниях индустрии моды.
 - Организация и планирование деятельности offline- и online-компаний в индустрии моды.
 - Управление товарными запасами в индустрии моды.
4. Электронная коммерция в индустрии моды (одна из двух).
- E-commerce в индустрии моды.
 - Управление каналами сбыта в индустрии моды.

Практики и научно-исследовательская работа

1. Современные проблемы индустрии моды.

Практика

Цель практики – освоение теоретического и практического материала, полученного в процессе обучения. Данный образовательный модуль включает:

- производственную практику в розничных и оптово-розничных компаниях, специализирующихся на продаже одежды обуви, аксессуаров, в дизайнерских компаниях и ателье;
- сбор первичных материалов и их анализ в рамках отраслевых консалтинговых проектов Fashion Consulting Group;
- организационную работу на московской Неделе моды, на стендах модных торговых марок на отраслевых выставках;
- подготовку материалов для аналитических докладов и выступлений на отраслевых конференциях, связанных с индустрией моды.

Адаптационные дисциплины

1. Стратегический менеджмент.

Курсовая работа

На первом курсе обучения студент выполняет курсовую работу. Курсовая работа является итогом освоения теоретического и практического материала. Демонстрирует способность студента осуществлять предпроектный анализ, проводить исследования в выбранной области, использовать изученные современные методы управления для анализа предприятий индустрии моды, делать выводы на базе проведенного анализа, проводить аудит состояния предприятий индустрии моды, понимать потенциал развития и выбирать подходящие стратегии для успешного развития компании.

Данный подход позволяет решить поставленные задачи по подготовке магистра, поскольку дает знания, необходимые для успешной аналитической, исследовательской, управленческой деятельности по выбранному направлению и значительно повышает уровень работы студента.



Концепция проектного семинара

Одной из форм учебной работы магистров является проектный семинар (ПС). Работа по ПС включает в себя очную часть, которая проходит в рамках аудиторных учебных занятий, и самостоятельную работу.

С организационной точки зрения очная часть проектного семинара включает в себя следующие элементы:

- круглые столы по обсуждению результатов аналитической и проектной деятельности студентов: концепций, кейсов, методов управления компаниями и пр.;
- групповые и индивидуальные консультации у ведущих теоретиков и практиков индустрии моды с целью анализа результатов работы студента по исследовательской и проектной работе;
- лекции и мастер-классы, брейн-сторминги с ведущими европейскими и российскими специалистами в сфере индустрии моды;
- обсуждение тем и планов предстоящей аналитической и проектной работы.

В рамках ПС формируются следующие навыки и компетенции:

- умение организовать поиск и анализ информации из различных источников;
- умение излагать свои мысли и выводы, грамотно презентовать используемые методы решения управленческих задач;
- умение корректно вести защиту собственных проектных решений и стратегических планов развития компании в рамках дискуссии;
- умение анализировать теоретическую информацию, проводить исследовательские обзоры с целью последующего применения результатов в работе над проектом;
- умение применять полученные теоретические знания в самостоятельной проектной деятельности.

Сфера профессиональной деятельности выпускников

Выпускники программы имеют возможность построить карьеру в российских и международных компаниях индустрии моды в подразделениях маркетинга, ассортиментного планирования, баинга, продаж. В Экспертный Совет программы входят ведущие российские и международные компании модной индустрии, которые являются наиболее заинтересованными перспективными работодателями для выпускников программы в сфере интернет торговли одеждой, обувью, аксессуарами, розничные сетевые компании, дома мод и быстро растущие стартап проекты.