



МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТ

МАГИСТРАТУРА



ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОГРАММЫ



- ✔ Программа реализуется кафедрой маркетинга экономического факультета в рамках Сетевого Университета БРИКС совместно с Федеральным университетом Флуминенсе (Бразилия). Кафедра маркетинга является одним из лидеров экономического факультета и университета в целом в реализации научных проектов и грантов. Она была участником и руководителем более 30 крупных научных проектов, в том числе, финансируемых Министерством науки и образования России, Российским научным гуманитарным фондом, Российским научным фондом, а также научными фондами Европейского Союза, во всех научных проектах активно участвуют студенты.
- ✔ Сильной стороной кафедры маркетинга является квалифицированный, молодой и интернациональный преподавательский состав - российские и иностранные преподаватели, в том числе из Италии и Южной Кореи. Преподаватели-практики, имеющие опыт работы в крупных корпорациях Danone, Coca-Cola - эксперты в области международного маркетинга. Приглашенными спикерами проводятся лекции и мастер-классы от ведущих российских и международных компаний.



ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОГРАММЫ

- ✔ Обучение на программе «Международный маркетинг менеджмент» использует модульный подход, который предоставляет студенту возможность формировать индивидуальный учебный план, варьируя дисциплины по выбору магистранта. В базовый блок предметов отнесены основные курсы, позволяющие приобрести широкий взгляд на маркетинг в международной рыночной среде, дисциплины по выбору более узконаправленны и позволяют обучающемуся сосредоточить свои профессиональные интересы.
- ✔ Программа применяет практико-ориентированный подход, решение кейсов из бизнес-среды, разработка ВКР на основе реальных проблем компаний, использование современных методов обучения на основе бизнес-симуляций. Приоритетным направлением кафедры маркетинга является развитие взаимодействия с крупными международными и российскими компаниями. Установлено стратегическое партнерство с корпорациями Nestle, Coca-Cola, Adidas, Nielsen и другими. Все студенты обеспечиваются первоклассными базами практики.



ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОГРАММЫ

- ✔ Потенциальными работодателями выпускников магистерской программы «Международный маркетинг менеджмент» являются частные и государственные компании (прежде всего международные), участвующие в рыночной экономике и испытывающие потребность в осознанном подходе к реализации стратегии своего поведения в современной мировой и национальной экономике. Целевая группа таких компаний - это российские и бразильские компании, участвующие в кооперационных и иных коммерческих проектах.
- ✔ Выпускники программы могут занимать следующие должности: руководитель проекта в целевой сфере (группы, отдела, центра по разработке и реализации маркетинговых мероприятий, маркетинговых планов, программ развития); маркетинг-менеджер; бренд-менеджер; менеджер по маркетингу; маркетинг-аналитик; специалист по международному маркетингу и др.

УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС



120 кредитов

лекции, практические занятия и самостоятельная работа, производственная и преддипломная практика, НИРМ



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЯХ

Маркетинговая среда. Цели, стратегия компании. Маркетинговый план действий. Анализ и оценка маркетинговой функции предприятия. Использование маркетинговых ресурсов. Комплексная оценка внешней и внутренней среды фирмы.



РОЛЬ БРИКС В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Международные организации, их виды и классификация деятельности. Особенности БРИКС. Система глобализации, ее характеристики. Основные направления и программы деятельности БРИКС. Направления сотрудничества России и Бразилии.



УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

Экономические концепции, теории, инструменты и методологии. Решение практических задач в бизнесе. Применение микроэкономического анализа к методам принятия решений. Регрессионный анализ, корреляции и исчисления. Оценка инвестиционных фондов.



СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Современные методы стратегического, маркетингового, финансового и экономического анализа. Анализ разрыва, динамики издержек и кривая опыта. Анализ динамики рынка, модель жизненного цикла, модель «продукт-рынок», портфельные модели анализа стратегии. Изучение источника прибыли, оценка финансовой устойчивости и рентабельности предприятия, анализ динамики затрат, денежные потоки компании.



DIGITAL - МАРКЕТИНГ

Инструменты и каналы цифрового маркетинга. Ключевые аспекты digital маркетинга. Построение цифровой воронки продаж, выбор и планирование digital инструментов, определение модели оценки эффективности (фиксирование KPI).

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ



ЗОБОВ Александр Михайлович



Зав.кафедрой маркетинга к.э.н,
профессор.

В 1977 г. окончил Государственный университет, по специальности «Экономика и планирование в машиностроительной промышленности», инженер-экономист.

В 1983 г. защитил диссертацию на соискание научной степени кандидата экономических наук.

Неоднократно проходил обучение и стажировку в ведущих зарубежных университетах и школах бизнеса США, Великобритании, Нидерландов, Швеции.

С 1991 г. занимал руководящие должности в ведущих образовательных учреждениях Москвы, возглавлял ряд крупных проектов Национального фонда подготовки финансовых и управленческих кадров, участвовал в исследовательском проекте Минобразования России. Член Совета по программам MBA Минобразования РФ.

Является известным российским специалистом в области управленческого образования, методики «case-study», стратегического и инновационного маркетинга и стратегических альянсов. Регулярно приглашался в ведущие университеты России, школы бизнеса для преподавания в программах MBA и Executive MBA.

За последние 10 лет им опубликовано более 100 научных монографий и статей, в том числе, в зарубежных журналах, индексируемых в базах данных «Scopus», «Web of Science». Области научных интересов: стратегический маркетинг, стратегические альянсы, инновационные кластеры.