



МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

МАГИСТРАТУРА



ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОГРАММЫ

- ✔ Программа реализуется кафедрой маркетинга экономического факультета уже в течение 12 лет. За эти годы программу закончили и успешно работают в крупных международных и российских компаниях более 250 высококлассных российских и иностранных специалистов. Выпускники программы работают в таких компаниях как Danone, OBI, Adidas, Coca-Cola, Nielsen, а так же в российских компаниях - Kaspersky, Яндекс, "Объединенные кондитеры" и др.
- ✔ 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» 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, с последующим трудоустройством.



ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОГРАММЫ

☑ Кафедра маркетинга особое внимание уделяет международной составляющей обучения. Ежегодно, более 20-25 студентов, обучающиеся по программам кафедры маркетинга направляются на стажировки и включенное обучение в ведущие университеты мира: Германии, Франции, Италии, Испании, Греции, Мальты, Польши, Китая, Бразилии, Аргентины и др.

☑ 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.

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.



МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Планирование маркетинговой деятельности. Формирование и эффективное использование бюджета маркетинга. Контроль рыночного поведения и результата фирмы. Планы изучения рынка и обновления ассортимента. План рекламной деятельности. Организация взаимоотношений с общественностью.



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).



АННА НЕМЕШАЕВА, РФ

“ Обучение в магистратуре РУДН на направлении «Международный маркетинг» для меня - это интересная программа, максимум полезной информации, возможность общения с высококвалифицированными преподавателями, дружелюбные студенты из разных стран.

И это не полный список преимуществ обучения на этом факультете. Весь педагогический коллектив - это высокие профессионалы, которые дают не только теоретическую базу, но и практические навыки, которые мне уже пригодились в работе.

Большим преимуществом магистратуры для меня была возможность заниматься исследовательской деятельностью, которая позволила прокачать навыки работы и систематизации большого количества информации. Ещё один из плюсов магистратуры - это иностранные языки. Мое изучение испанского языка позволило взглянуть на эту страну с большой любовью.

Благодаря преподавателю, мы узнали не только основы грамматики и орфографии, но и познакомились с культурой и традициями страны. И конечно, я не могу не сказать про своих друзей, которых встретила здесь. И чем больше мы не похожи друг на друга, тем крепче наша дружба, которая, я уверена, останется с нами навсегда! ”



МАРИСАБЕЛЬ ДИАС ЛУКЬЯНОВА, РФ

“ Я очень довольна тем, что поступила на программу магистратуры «Международный маркетинг» в РУДН. Дисциплины ведут высококлассные специалисты-практики, что позволяет студентам освоить программу более наглядно на "живых" кейсах.

Все предметы ведутся интерактивно, наглядно и красочно. Преподаватели стараются донести свою дисциплину до каждого студента, чтобы никто не остался в стороне. Я верю в то, что знания, которые я получила в стенах университета, помогут мне найти достойную работу и добиться успеха в сфере маркетинга.

А еще в РУДН существует внеурочная интересная студенческая жизнь! Я, например, танцую в коллективе «Ритмы Дружбы» и это позволяет мне не только получать положительные эмоции и физическую нагрузку, но также и радовать наших зрителей на выступлениях!

Вообще, у нас в РУДН существует множество других направлений студенческой жизни, кроме учебной, и, что самое важное, мы все много общаемся с ребятами из других стран - ведь у нас учатся студенты из более, чем 150 стран мира! Где вы еще такое найдете? ”

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.