

МАРКЕТИНГ

Целью магистерской программы является **подготовка специалистов, обладающих современными междисциплинарными знаниями в сфере проведения маркетинговых исследований (в том числе нейромаркетинга), бренд-менеджмента и продаж.**

Программа предполагает активное внедрение в учебный процесс практической составляющей. Студенты знакомятся с практическими кейсами из российского и зарубежного маркетингового опыта. В реализации программы принимают участие представители российских и зарубежных компаний, таких как Nestle, L'Oreal, Puig, P&G, LVMH, Unilever, GSK, Газпром медиа; исследователи из Nielsen, TNS, Bain & Company; практикующие консультанты из McKinsey и специалисты по маркетинговым коммуникациям из креативных агентств BBDO, Saatchi & Saatchi.

Программа дает возможность студентам слушать лекции на английском языке от приглашенных зарубежных экспертов в области маркетинга. Межфакультетский трек «Нейромаркетинг» реализуется совместно с биологическим и психологическим факультетами МГУ имени М.В. Ломоносова.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

1 ГОД

1 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь

Управленческая экономика
Методы исследования в менеджменте
Стратегический менеджмент
Организационное поведение
Корпоративные финансы
Иностранный язык
Философия
Один межфакультетский курс
Научно-исследовательская работа

2 ТРИМЕСТР: январь - март

Маркетинговые исследования 1
Стратегический маркетинг (англ.)
Современные технологии анализа данных
Маркетинговые коммуникации
Интернет - маркетинг
Научно-исследовательская работа

3 ТРИМЕСТР: апрель - июнь

Маркетинговые исследования 2
Дисциплины по выбору студента
Один межфакультетский курс
Практика
Научно-исследовательская работа

2 ГОД

4 ТРИМЕСТР: сентябрь - декабрь

Дисциплины по выбору студента
Научно-исследовательская работа

5 ТРИМЕСТР: январь - март

Научно-исследовательская работа
Практика

6 ТРИМЕСТР: апрель - июнь

Научно-исследовательская работа
Практика
Государственная итоговая аттестация



ДИСЦИПЛИНЫ НА ВЫБОР СТУДЕНТА ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ТРЕХ ОСНОВНЫХ ПАКЕТАХ:

Бренд-менеджмент

Кросс-культурные коммуникации
Маркетинг взаимоотношений
Стратегии бизнеса и маркетинга
Поведение потребителей
Бренд-менеджмент
Маркетинг в некоммерческих организациях
Маркетинг в сфере культуры

Нейромаркетинг

Моделирование поведения потребителя
Психофизиологические методы исследований поведения: практикум
Психофизиология эмоций, мотивации и когнитивных процессов
Маркетинг впечатлений
Нейромаркетинг
Профайлинг и дифференциальная психология

Управление продажами

Продажи: организация и управление потребителя
Ценовая политика в маркетинге
B2B маркетинг
Маркетинг и финансы
Международный маркетинг
Маркетинг услуг
Искусственный интеллект в маркетинге

ЭКЗАМЕНЫ И ПОСТУПЛЕНИЕ

Для поступления на программу необходимо сдать два экзамена:

Английский язык

Программа вступительного экзамена одинаковая для всех направлений.

Специальность «Маркетинг»

Экзамен состоит из общей части, включающей разделы по экономической теории, статистике и управлению организацией, а также специальной части, включающей вопросы по маркетингу.



Полный список дисциплин программы, примеры задач для поступления вы можете найти на страничке программы на сайте факультета



В 2020 году на программу выделено:

15

бюджетных мест для граждан РФ и приравненных к ним

25

мест для обучения по договору

5

мест для обучения иностранных граждан

КОНТАКТЫ

Мы будем рады ответить на ваши вопросы по электронной почте:



markt@econ.msu.ru



[instagram.com/marketingmsu](https://www.instagram.com/marketingmsu)