

## 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](mailto:markt@econ.msu.ru)



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