

МАГИСТЕРСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО НАПРАВЛЕНИЮ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

ПРОФИЛЬ: «УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»

Квалификация: Магистр по направлению «Менеджмент»

Формы обучения: очная (2 года), заочная (2г бмес)

Поступление: по результатам тестирования по менеджменту и маркетингу

Цель программы: Подготовка высококвалифицированных специалистов в сфере управления маркетингом, чьи знания и навыки формируют такой уровень компетентности, который позволяет им самостоятельно решать задачи по маркетинговому управлению компанией:

в области стратегического и тактического маркетингового управления, аналитической деятельности в области проведения рыночных исследований, оценки лояльности потребителей, выбора целевой аудитории; формирования товарной, сбытовой и коммуникативной политики компании и оценке ее результативности

Целевая аудитория: бакалавры и специалисты, выпускники любых профилей и специальностей (технических, экономических, юридических, морских др.), успешно прошедшие тестирование при поступлении

Требования профессии к личностным качествам:

Интересы и склонности: Готовность к освоению нового, эрудиция, стремление к саморазвитию, склонность к общению с людьми, лидерский потенциал.

Профессионально важные качества:

- аналитические способности;
- умение работать с информацией;
- инновативность мышления;
- владение необходимыми технологиями, методиками диагностики, оценки и мониторинга;
- готовность к изменениям;
- творческий подход к решению поставленных проблем;
- развитые коммуникативные навыки.

Основные учебные дисциплины программы: Современный стратегический анализ; Методы исследований в менеджменте; Управление маркетингом; Управление рекламной деятельностью, Маркетинговые исследования рынка; Экономическое обоснование маркетинговых решений; Инновационный маркетинг-менеджмент; Управление продажами; Организация логистического менеджмента; Методы исследования поведения потребителей; Бренд-менеджмент; Маркетинговая деятельность в сфере управления персоналом, Международный маркетинг, Трейд-маркетинг; Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Программа предполагает возможность выбора Модулей обучения:

Модуль по выбору 1: Управление маркетингом современной компании

Модуль по выбору 2: Управление маркетингом в рыбохозяйственной компании

Профессиональная деятельность в области Управления маркетингом направлена:

- исследование рынка, выбор целевой аудитории
- стратегическое и тактическое маркетинговое планирование
- разработку и реализацию маркетинговых целей и стратегий
- развитие отношений с потребителями и бизнес – партнерами
- оценку и управление удовлетворенностью и лояльностью потребителей
- разработку стратегии взаимодействия с клиентами на основе оценки их ценности для компании

- формирование и управление товарной, сбытовой, ценовой и коммуникативной политикой фирмы
- организацию маркетинговой деятельности в компании
- организацию внутреннего маркетинга
- планирование и проведение маркетинговых исследований и анализа
- анализ результативности маркетинговой деятельности

Область профессиональной деятельности магистров Менеджмента включает:

управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;

управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;

предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;

научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;

научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Объекты профессиональной деятельности выпускника-магистра:

- предприятия и организации различных отраслей народного хозяйства, видов деятельности и организационно-правовых форм;
- маркетинговые подразделения предприятий и организаций;
- консалтинговые, исследовательские и информационные организации;
- профессиональные ассоциации различных отраслей.

Причины учиться в магистратуре «Управление маркетингом» ИНОТЭКУ КГТУ:

- степень магистра признается всеми работодателями в мире;
- магистры начинают профессиональную деятельность с более высоких позиций, чем бакалавры;
- открываются перспективы активного карьерного роста;
- инновационные программы обучения, преподаватели-практики;
- практика и стажировка в ведущих региональных компаниях;
- возможность изучать интересующие курсы из широкого перечня дисциплин по выбору;
- разработка и реализация собственных практикоориентированных проектов;
- возможность учиться без отрыва от работы (наличие различных форм обучения: очно-заочной, заочной);
- в магистратуре маркетинг изучается с помощью практических примеров и заданий, которые разработаны действующими специалистами по маркетингу или управляющими директорами компаний.

В результате обучения вы:

- научитесь составлять оптимальный маркетинговый и рекламный бюджет и управлять им
- узнаете новые методы и приемы стимулирования потребителей
- научитесь определять конкурентные преимущества Вашей компании на рынке
- получите инструменты для оперативной оценки эффективности маркетинга, рекламы и PR и многое-многое другое....

Выпускники-маркетологи востребованы в ведущих международных и российских компаниях, коммуникационных группах, консалтинговых агентствах и других субъектах рынках