



ПОЛИТЕХ

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли



Высшая школа управления и бизнеса

Магистерская программа 38.04.02_26

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И РЫНОЧНАЯ АНАЛИТИКА

ОСОБЕННОСТЬ ПРОГРАММЫ

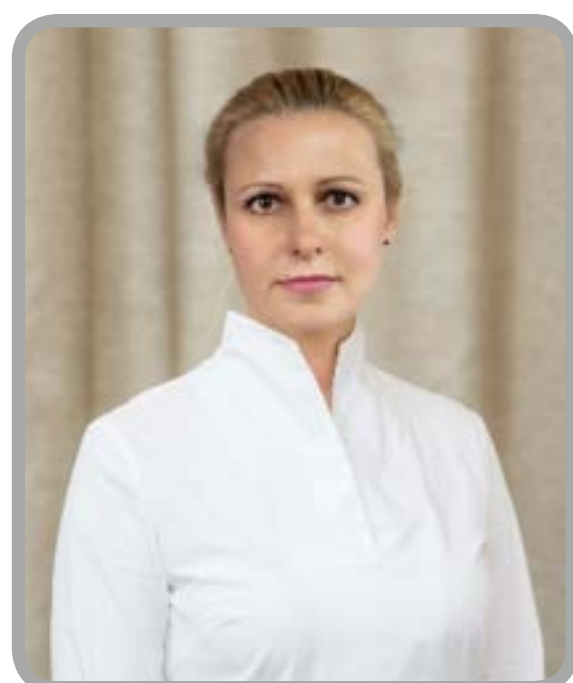
- LEGO SERIOUS PLAY (тренинг с использованием конструктора LEGO).
- Концепцию перевернутого класса, интерактивное преподавание с элементами online обучения, интерактивные семинары.
- «Цифровой маркетинг и социальные сети», разработан совместно с преподавателями-практиками на национальном портале on-line обучения «Открытое образование» openedu.ru.



РУКОВОДИТЕЛИ:



Климин Анастасий Игоревич
к.э.н., доцент,
научный руководитель магистерской программы



Зайченко Ирина Михайловна
к.э.н., доцент,
руководитель магистерской программы



НАШИ ПАРТНЕРЫ



194064, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, 3 учебный корпус, ауд. 409.

8 (812) 550-36-52

business@spbstu.ru

business.spbstu.ru

vk.com/g_s_bt



НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

Цель магистерской программы – подготовка магистров к управленческой и научно-исследовательской деятельности области маркетинга менеджмента.

Программа ориентирована на развитие у слушателей стратегического мышления, основанного на знании и умении использовать современные методы разработки стратегий маркетинга и развития предприятия, исследования и анализа рынков, понимании инновационных направлений развития экономики, современных методов предпринимательства. В программе сделан акцент на информационные, коммуникационные и цифровые технологии в маркетинге. Маркетинг изучается как в разрезе B2C (потребительских) рынков, так и B2B (промышленных) рынков.

Выпускники программы могут работать на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности в отделах маркетинга, аналитики, развития, а также в исследовательских фирмах, рекламных агентствах, организовывать свой бизнес, в том числе в интернете.

ПРИМЕРЫ ТЕМ ВЫПУСКНЫХ РАБОТ

Исследование размеров инвестиций в маркетинг организаций, работающих на мировых рынках передовых производственных технологий

Исследование потребителей с применением статистических методов для целей позиционирования и продвижения

Исследование методов оценки эффективности маркетинговых коммуникаций

Разработка стратегического плана маркетинга на основе концепции результативного маркетинга

Исследование направлений и методов брендинга территорий

Методы интегрированных маркетинговых коммуникаций на B2B рынках

Исследование методов выведения и развития зарубежного продукта на российском рынке

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

- Анализ существующих и прогнозных потребностей автопромышленных компаний Ленинградской области и Санкт-Петербурга на испытательное (инженерное) сопровождение автокомпонентов
- Исследования в области систем обработки больших объемов данных по ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014-2020 годы».
- Развитие инструментов маркетинга в контексте цифровой трансформации бизнеса.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Формы обучения:

Очная - 2 года

Очно-заочная - 2 года 6 месяцев

Успех в бизнесе – это продажи, известный бренд, лояльные потребители, динамичность развития бизнеса. Все это – маркетинг.

Дисциплины профиля, которые вам предстоит изучить, ориентированы на достижение этого успеха:

- Цифровой маркетинг.
- Маркетинг инноваций.
- Управление продажами.
- Управление инновационным продуктом.
- Медиа-анализ и медиапланирование.
- Интернет предпринимательство.



ТРУДОУСТРОЙСТВО ПОСЛЕ ОБУЧЕНИЯ

Программа направлена на подготовку высококвалифицированных специалистов в области маркетинга и рыночной аналитики.

Наши выпускники востребованы в банковской, страховой, инвестиционной и финансовых сферах и работают на позициях руководителя и специалиста маркетинговых служб компаний, маркетолога-аналитика, key account менеджера, digital-маркетолога, менеджера по продажам, менеджера отдела сбыта российских и иностранных компаний, а также специалиста по развитию бизнеса. Также они найдут работу в компаниях, предоставляющих услуги в рамках аутсорсинга.

Программа полностью отвечает текущим потребностям как российского, так и международного рынка труда.

