

Направление 38.03.02 Менеджмент, профиль – Маркетинг

Образовательная программа по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата) является программой нового поколения, и разработана на основе образовательного стандарта высшего образования (далее – ОС ВО) ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (утвержден приказом № 2571/о от 30.12.2014 г.).

Основными видами профессиональной деятельности являются:

- управленческая деятельность на низшем уровне организаций;
- расчетно-аналитическая деятельность по обоснованию управленческих решений;
- деятельность, носящая прикладной исследовательский характер.

Программа направлена на подготовку кадров международного уровня, готовых принимать участие в развитии производства и сферы услуг, в выборе и изменении товарного ассортимента, в разработке системы управления качеством, в обеспечении эффективности предпринимательской деятельности, а также в области управления товарной и ценовой политикой, системой сбыта и маркетинговыми коммуникациями в условиях конкуренции и глобализации социально-экономических процессов.

Программа позволяет сформировать у студентов профессиональные компетенции профиля «Маркетинг», которые обеспечивают высокую востребованность выпускников Финансового университета на рынке труда:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (ПКП-1);
- способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений

(ПКП-2);

- способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП-3);

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП-4);

- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5).

Обучение студентов осуществляется с использованием современных образовательных технологий. Научно-педагогическими работниками активно применяются мультимедиа-технологии, лекции и семинарские занятия проводятся с применением инновационных методик, включая проведение деловых игр, проектных заданий, решение практических и ситуационных задач, разработанных на основе практики маркетинговой деятельности российских и зарубежных организаций и т.д.

Руководитель образовательной программы – Карпова Светлана Васильевна, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Маркетинг и логистика», эксперт и член Совета УМО вузов России по образованию в области финансов, учета и мировой экономики Финансового университета (руководитель секции «Финансовый маркетинг»), член редакционной коллегии журнала «Управленческие науки» Финансового университета, член Совета НП «Гильдии Маркетологов», эксперт РАМ, эксперт СОМАР, эксперт KM-Alliance (Премия «Make Awards Russia»).

Образовательный процесс осуществляется в Институте заочного обучения. Выпускающая кафедра – «Маркетинг и логистика».

Среди преподавателей программы доля кандидатов и докторов наук превышает 95 %.

В реализации программы участвуют преподаватели, ученые и практики, имеющие значительный опыт работы по различным направлениям маркетинговой деятельности, представители научной школы маркетинга и авторы учебников и монографий:

Ермаков Дмитрий Николаевич - доктор политических наук, доктор экономических наук, кандидат исторических наук, профессор, академик (действительный член) Российской академии естественных наук (РАЕН), академик (действительный член) Российской академии социальных наук (РАСН), академик Российской академии социального образования, член Гильдии маркетологов. Опубликовано более 150 научных работ общим объемом более 300 п.л., восемь монографий, более 35 учебно-методических пособий, в т.ч. 35 научных статей опубликовано в журналах, рецензируемых ВАК РФ, четыре статьи в журналах, входящих в международный индекс цитирования «Scopus»;

Синяева Инга Михайловна - доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН, Почетный работник Высшего профессионального образования, эксперт Российской ассоциации маркетинга (РАМ), член редакционной коллегии научно-образовательного журнала «РИСК» ИТКОР, руководитель авторского коллектива и соавтор учебников и учебных пособий: Интегрированные маркетинговые коммуникации (под ред. И.М. Синяевой) - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012; Маркетинг (под ред. И.М. Синяевой) – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011; PR в сфере коммерции (под ред. И.М. Синяевой) – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012; Синяева И.М., Романенкова О.Н., Маслова В.М., Синяев В.В. Маркетинг PR

и рекламы – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011; Синяева И.М., Романенкова О.Н., Жильцов Д.А. Реклама и связи с общественностью - М.: Юрайт, 2012; Синяева И.М., Романенкова О.Н. Маркетинг. Теория и практика - М.: Юрайт, 2013; Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговые коммуникации (под редакцией Л.П. Дашкова) - М.: Издательско-Торговая корпорации «Дашков и К.», 2013;

Стыцук Рита Юрьевна - доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН, автор и соавтор более 60 научных и учебно-методических работ: монографии, учебные пособия, методические рекомендации, научные статьи (общим объемом более 100 печатных листов);

Мхитарян Сергей Владимирович - доктор экономических наук, профессор, автор учебно-методических публикаций: Мхитарян С.В. Маркетинговые исследования рынка с использованием ППП Statistica. Практикум – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2011; Мхитарян С.В. Маркетинговые информационные системы – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2011, а также научных публикаций в области бизнес-аналитики, интернет-маркетинга, информационных технологий в маркетинге, стратегического маркетинга и др.;

Козлова Надежда Павловна - кандидат экономических наук, доцент, автор научных и учебно-методических публикаций: Козлова Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография. М.: Издательско–торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014; Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для бакалавров; под общей ред. Романенковой О.Н. – М.: Изд-во Юрайт, 2014 и др.

Панюкова Вероника Васильевна - кандидат экономических наук, доцент, член Гильдии маркетологов, автор научных и учебно-методических публикаций: Панюкова В.В. Применение интеграционных механизмов развития в торговой отрасли России на основе франчайзинга: Монография:

М.: Типография «Ваш формат», 2014; Чеглов В.П., Панюкова В.В. Красильникова Е.А. Розничные торговые сети: основы технологии и управления. Учебное пособие - М., РГТЭУ, 2013, а также научных публикаций в области франчайзинга, управления продажи и торговли;

Рожков Илья Вячеславович - кандидат экономических наук, доцент, член Гильдии маркетологов, член-корреспондент Международной Академии науки и практики организации производства, автор научных и учебно-методических публикаций: Стыцук Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Методологические аспекты ресурсного обеспечения развития туризма в регионах: коллективная – Архангельск: Изд-во АО ИОО, 2014; Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О.Н. Романенковой – М.: Изд-во Юрайт, 2014; Перекалина Н.С., Казаков С.П., Рожков И.В. Продуктовые и процессные инновации в маркетинге: Монография. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2013;

Романенкова Ольга Николаевна - кандидат экономических наук, доцент, член Гильдии маркетологов, автор учебно-методических публикаций: Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой — М.: Издательство Юрайт, 2014; Информационные технологии в маркетинге. Учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. С.В. Карповой — М.: Издательство Юрайт, 2014; Интернет-маркетинг. Учебник для академического бакалавриата под общ. ред. О. Н. Романенковой — М.: Издательство Юрайт, 2014; Маркетинг территорий: учебник для академического бакалавриата / под ред. О. Н. Романенковой — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2014; Поведение потребителей : Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015.

Социальными партнерами, принимающими участие в формировании и

реализации образовательной программы являются:

- профессиональные сообщества: НП «Гильдия Маркетологов», СОМАР, КМ-Alliance, РАМ, РАМУ, ООО «Ромир-Холдинг»;
- издательство «ЮРАЙТ», Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», Издательская группа ИНФРА-М (Издательский дом «Вузовский учебник»), Общество «Знание» России и др.;
- маркетинговые агентства IVgroup, «Агентство Интернет-маркетинга «ПроИнтер», а также инвестиционная группа «УНИВЕР», компании ЗАО «Knight Frank», ОАО «Газпром», ОАО «РЖД», ЗАО «МедСтор», OBI, KIA Motors, «Panalpina CIS Helsinki OY RO» и др.

Выпускники программы востребованы российскими и международными организациями различных отраслей и форм собственности, включая производственные, финансовые, консалтинговые и торговые организации, рекламные и маркетинговые агентства.