

**Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент,
программа «Бизнес-моделирование в маркетинге»**

Квалификация или степень выпускника: магистр.

Срок обучения:

очная форма – 2 года;

заочная форма – 2,5 года.

Подготовка магистров по обозначенной программе осуществляется на основании профессионального стандарта «Специалист в области маркетинга», определяющего требования к выполняемой работе по формированию рациональных моделей функционирования и развития бизнеса в различных сферах деятельности в условиях динамично меняющегося мира. Учебный план по данному профилю обеспечивает получение выпускниками необходимых знаний и практических навыков для проведения ими различных рыночных исследований и построения маркетингового поведения бизнес-структур на основе креативного мышления при выработке рациональных решений по маркетинговому сопровождению управления бизнесом.

Сфера профессиональной деятельности ориентирована на овладение ими технологиями построения маркетинговых моделей, отвечающих требованиям развивающегося рынка и запросам различных целевых потребителей; на получение умений проводить ресурсный анализ и составлять прогноз результатов маркетинговой деятельности коммерческих организаций; на овладение методами оценки эффективности принимаемых маркетинговых решений по созданию, расширению и развитию бизнеса в конкретных рыночных условиях.

Вид профессиональной деятельности: организационно-управленческая. После освоения программы магистр будет обладать следующими профессиональными компетенциями: навыками моделирования маркетинговых составляющих бизнеса; навыками разработки и обоснования предложений по совершенствованию маркетингового поведения предприятий на конкурентном рынке; навыками разработки и реализации инновационных маркетинговых стратегий; способностью к проведению маркетингового анализа управленческих решений по завоеванию выгодных конкурентных позиций.

Выпускник может работать: специалистом среднего и высшего звена в аналитических отделах, в управленческих структурах компаний разных отраслей, в маркетинговых службах коммерческих организаций всех форм собственности, а также в консалтинговых, аудиторских, научно-производственных фирмах.