

Образовательная программа «Маркетинг и рыночная аналитика»

к.э.н., доцент Ребязина Вера Александровна

@hsemarketinganalytics

Образовательная программа «Маркетинг и рыночная аналитика»

Направление	38.03.02 «Менеджмент»
Факультет	Факультет бизнеса и менеджмента
Языки	Обучение ведется на русском и английском языках
Продолжительность обучения	4 года
Форма обучения	Очная



Какие специалисты будут востребованы в будущем?



27.10.2017 00:01 Рубрика: Экономика

Россию ждет дефицит аналитиков и творческих работников

Текст: Марина Гусенко

Россию ждет дефицит специалистов, способных выполнять аналитическую, творческую работу, импровизировать, самостоятельно принимать решения. К 2025 году нехватка таких кадров может достигнуть 10 миллионов человек. При этом столько же, 10 миллионов работников, могут стать невостребованными на новом рынке труда.

Такие выводы делаются в исследовании "Россия 2025: от кадров к талантам", которое провели The Boston Consulting Group, WorldSkills Russia и Global Education Futures.

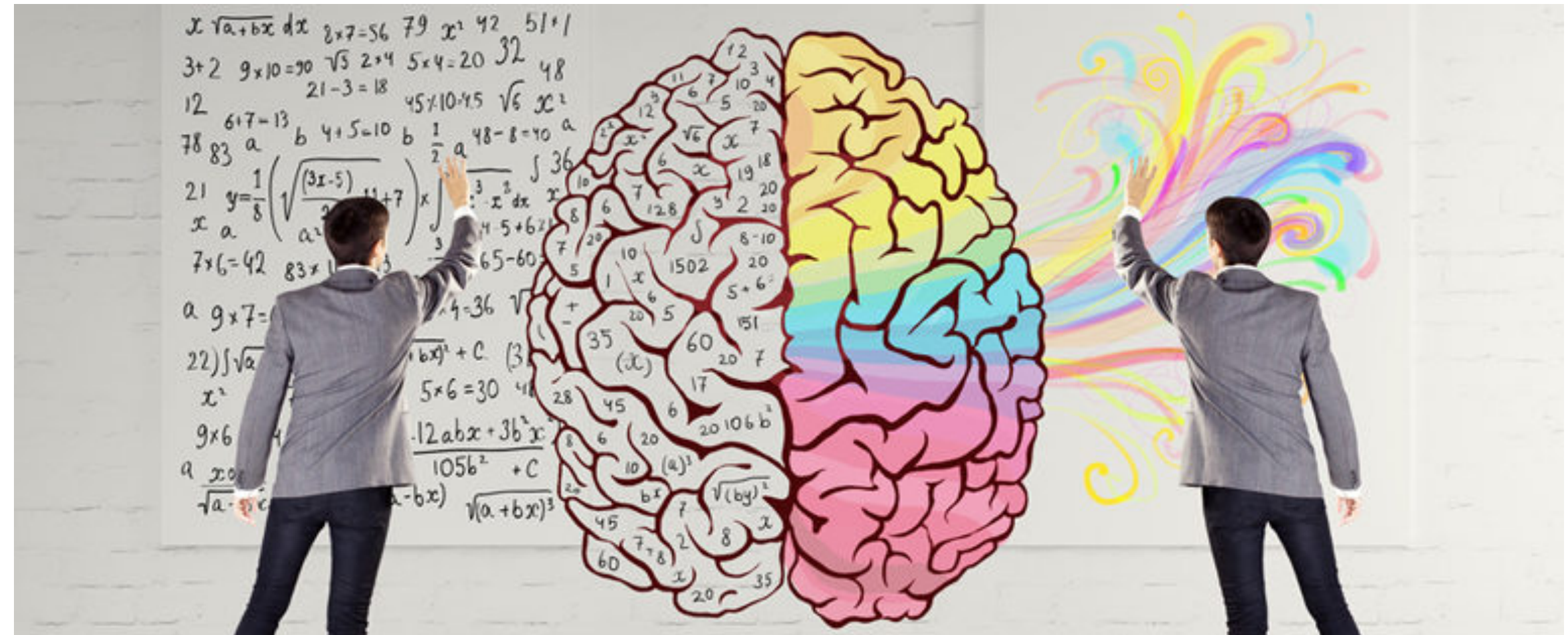


Россию ждет дефицит специалистов, способных выполнять аналитическую, творческую работу, импровизировать, самостоятельно принимать решения. К 2025 году нехватка таких кадров может достигнуть 10 миллионов человек. При этом столько же, 10 миллионов работников, могут стать невостребованными на новом рынке труда

Результаты исследования "Россия 2025: от кадров к талантам" (The Boston Consulting Group, WorldSkills Russia, Global Education Futures, 2017)

Программа направлена на:

- подготовку **высокопрофессиональных** специалистов в области маркетинга и рыночной аналитики, **маркетологов нового поколения**
- формирование у студентов **навыков аналитической работы**, так как основой для принятия маркетинговых решений становятся **статистические данные и аналитика**



Технологические инновации: Digital Transformation, Big Data, Block Chain, Machine Learning, Internet of Things, Artificial Intelligence, Virtual Reality и другие, - меняют функции современного маркетинга и одновременно бросают серьезный вызов профессии маркетолога, чьи компетенции требуют существенной трансформации для соответствия потребностям цифровой экономики

Для кого предназначена программа?

Бакалаврская программа «Маркетинг и рыночная аналитика» для тех, кто:

ориентирован на
профессию
маркетолога

нацелен на развитие
профессиональных,
аналитических и
исследовательских навыков
в области маркетинга и
рыночной аналитики

заинтересован в
углубленной
специализации в
сфере маркетинга

В чем преимущества программы?

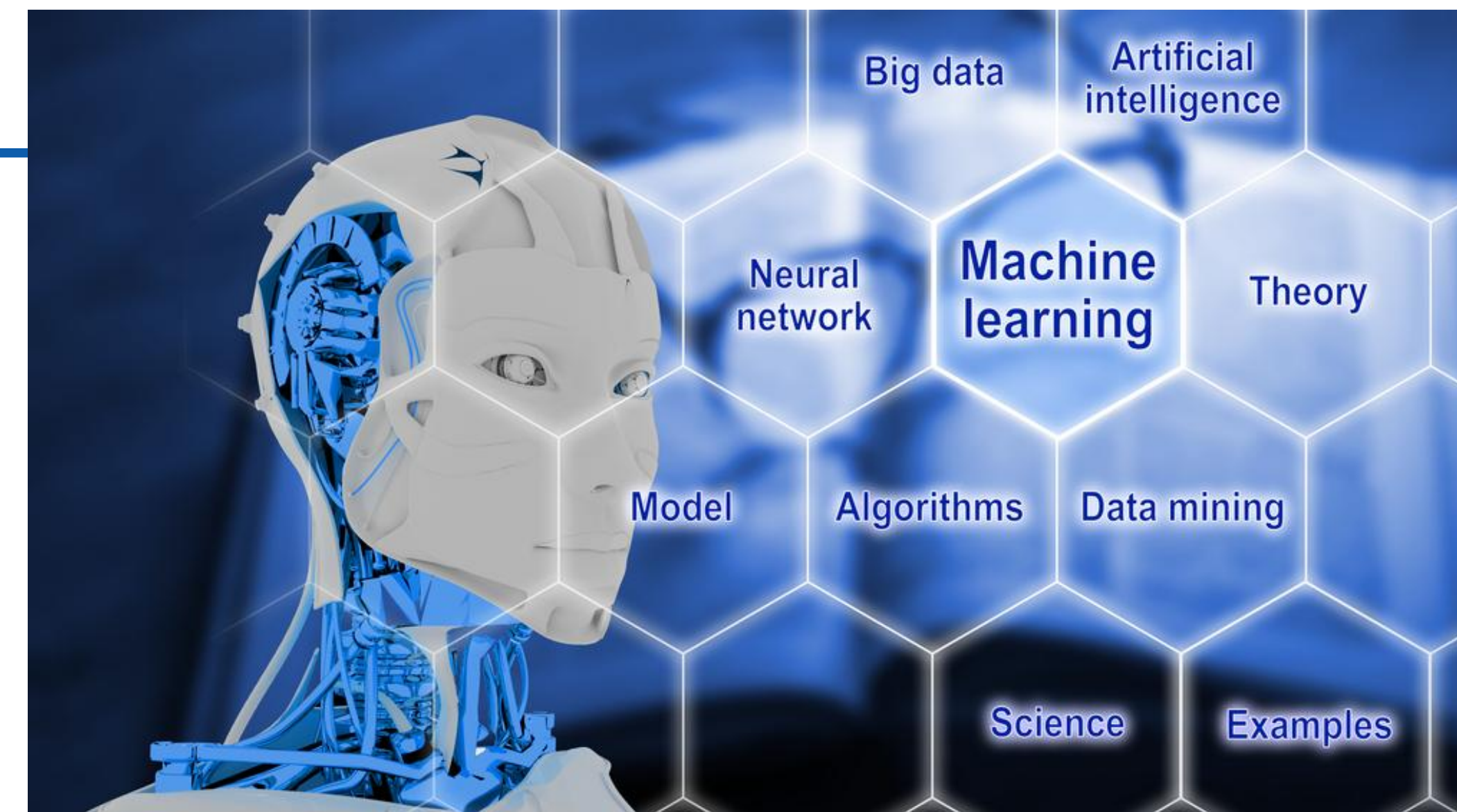


Маркетинг, основанный на данных (Data Driven Marketing)

Современный маркетинг неразрывно связан с анализом данных. Программа предполагает изучение специализированных маркетинговых дисциплин с фокусом на маркетинговую аналитику и цифровой маркетинг

Проект Data Culture НИУ ВШЭ:
<https://www.hse.ru/dataculture/>

Курсы по Data Science и машинному обучению, адаптированные для маркетологов
Курсы по методам анализа данных и рыночной аналитике (Market and Customer Analytics)





Сильный преподавательский состав

На программе работают ведущие представители маркетинговой академической среды (профессор, д.э.н. Игорь Владимирович Липсиц, профессор, д.э.н. Ольга Анатольевна Третьяк), а также представители бизнеса (Яндекс, Group-IB, Nielsen, GfK, TNS, L'OREAL, P&G, Bonduelle, RB и многие другие компании)

Ведущие преподаватели факультета бизнеса и менеджмента трех кафедр маркетинга (Стратегический маркетинг, Маркетинг фирмы и Маркетинговые коммуникации)

Успешные профессионалы в области управления бизнесом и маркетингом

Бизнес-партнеры программы, участвующие в реализации проектов

3

Практическая ориентация программы

Сочетание теоретической подготовки с практическим опытом работы достигается за счет участия в реализации программы лидеров и ключевых игроков сектора маркетинговых исследований и консалтинга

Лекции и мастер-классы приглашенных маркетологов-практиков

Использование кейс-метода: разбор конкретных ситуаций из опыта российских и иностранных фирм

Маркетинговое исследование конкретного рынка или бизнес-план развития фирмы в качестве курсовой работы студентов старших курсов



Активная проектно-исследовательская работа

Проектная работа – это выполнение прикладных и сервисных проектов, проектный семинар, профориентационный семинар, учебные практики, исследовательские проекты и другие формы работы

- ✓ Практическая работа занимает более половины всей образовательной программы (более 50%)
- ✓ Студенты в полной мере используют все ресурсы Высшей школы экономики как научно-исследовательского университета
- ✓ Особенностью программы «Маркетинг и рыночная аналитика» является учебный практикум «Консультационный проект»

Проектная деятельность студентов

- 1 Проекты (1-4 курс)
- 2 Проектный семинар (1-2 курс)
- 3 Профориентационный семинар (1-2 курс)
- 4 Практика (2 и 4 курс)

Пример

Учебный практикум
«Консультационный проект»*

- Работа в группах над реальной практической задачей компании-клиента
- Связь между теоретическими знаниями, методологией и практической деятельностью фирмы

*Проект-победитель конкурса инновационных проектов «Фонда образовательных инноваций» НИУ ВШЭ 2012 г.

Кем будут работать выпускники программы?



Кем будут работать выпускники?

Студенты, завершившие подготовку по программе «Маркетинг и рыночная аналитика», могут работать:



**Руководителями и специалистами
маркетинговых служб компаний**



**Key account
менеджменрами**



**Бренд-
менеджерами**



**Рыночными
аналитиками**



**Управляющими
отделов сбыта**

Ведущие российские и зарубежные
компании



Компании-лидеры сектора маркетинговых
исследований и маркетингового консалтинга



Потенциальные работодатели выпускников программы

Банки и инвестиционные компании



Промышленные компании



Чему научат на программе?



Структура учебного плана: примеры курсов общего и профессионального цикла

Общий цикл	Профессиональный цикл (базовые курсы)
Философия	Независимый экзамен по английскому языку
История	Экономическая теория
Социология	Математика
Право	Теория вероятностей и математическая статистика
Безопасность жизнедеятельности	Экономическая статистика
Физкультура	Бухгалтерский и управленческий учет
	Этика бизнеса

Структура учебного плана: примеры курсов профессионального цикла

Менеджмент

Теория и история менеджмента

Стратегический менеджмент

Введение в Data Science

Финансовый менеджмент

Экономические основы маркетинга

Анализ отраслевых рынков

Деловые коммуникации и навыки ведения переговоров

Маркетинг

Основы маркетинга

Тактические инструменты маркетинга

Маркетинговые информационные системы

Поведение потребителей

Введение в маркетинговые коммуникации и брендинг

Маркетинговые исследования и аналитика

Маркетинговые метрики

International Marketing

Структура учебного плана: МАЙНОР

В конце 1 курса студенты выбирают МАЙНОР:

- ✓ пакет из 4 дисциплин
- ✓ дополнительный профиль

Выбор предложений факультетов НИУ ВШЭ (36 майноров в 2017) по разным направлениям подготовки, например:

- «Интеллектуальный анализ данных»
- «Стартап: дизайн нового бизнеса»
- «Медиа и массовые коммуникации»
- «Навыки XXI века: 4 "К" (Коммуникация. Креативность. Критическое мышление. Командная работа)»
- «Психология» и др.

Структура учебного плана: примеры элективных курсов профессионального цикла

2 курса из 3: **инструменты анализа данных**

Статистический анализ данных (SPSS)

Статистический анализ и визуализация данных в среде R

Data Analysis in Excel

3 курса из 4: **маркетинг на особых рынках**

Маркетинг услуг

Промышленный маркетинг

Маркетинг в малом бизнесе

Маркетинг некоммерческих организаций

Возможности академической мобильности

Международная (зарубежные стажировки на базе зарубежных университетов-партнеров Вышки)

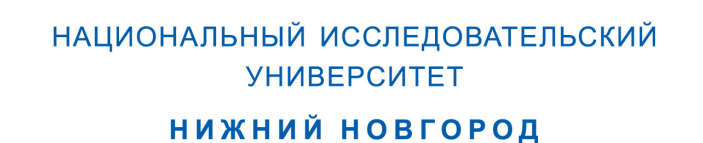


EBS  Business School

Внутриуниверситетская (другие кампусы ВШЭ: Санкт-Петербург, Пермь, Нижний Новгород)



Дистанционная (MOOCs)



Массовые открытые онлайн-курсы НИУ ВШЭ

MOOCs (Massive open online courses) НИУ ВШЭ – более 1 млн. слушателей



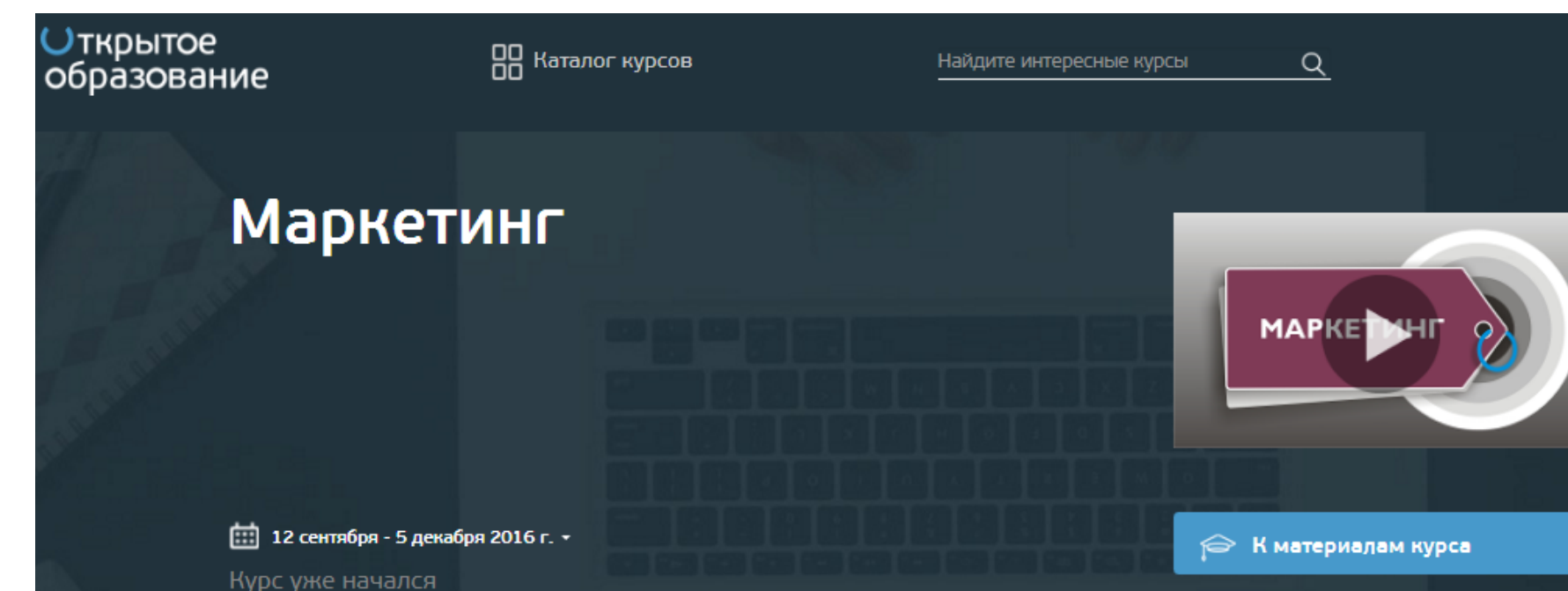
Открытое
образование

MOOCs включены в учебный план и интегрированы в традиционный формат некоторых дисциплин (в качестве самостоятельной работы)

<https://elearning.hse.ru/mooc>

Пример – онлайн-курс «Маркетинг», более 45 тыс. слушателей

<https://openedu.ru/course/hse/MARK/>



Студенты 1 курса программы МиРА





Студенты МиРА вчера после пары профессора И.В. Липсица

Отзывы студентов о программе



Очень интересная, временами довольно сложная, но точно практическая программа обучения



Микроэкономика покажется Вам сложной, но только до тех пор, пока не начнётся макроэкономика :) Ха-ха-ха



Лекции Игоря Владимировича Липсица по ценообразованию – это просто НЕЧТО! Преподаватель имеет реальное представление и данные о происходящем на российском рынке. Он ведет курс на MBA для уже опытных руководителей, а для студентов бакалавриата – это круто. Аудитории всегда забиты!



Полной неожиданностью было выступление преподавателей из InHolland – ведущего университета Голландии. Все на английском. Приятный опыт, новые люди и мысли



На курсе Основы маркетинга скучать времени не будет, так как идёт система смешанного обучения путём оффлайн и онлайн-лекций. Уже на первом курсе придётся учиться своей профессии, но общеобразовательных курсов нам тоже всё - таки хватает))

Как поступить на программу?



Вступительные испытания (ЕГЭ)

Математика

Иностранный язык

Русский язык

Обществознание

Контрольные цифры приема

25

бюджетных мест

платных мест

50

платных мест для
иностранцев

15

Где искать информацию?



Электронные ресурсы НИУ ВШЭ

Портал НИУ ВШЭ:

<http://www.hse.ru/>

Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ:

<https://bm.hse.ru/>

ОП Маркетинг и рыночная аналитика:

<https://www.hse.ru/ba/marketing>

Олимпиада Основы бизнеса:

<https://olymp.hse.ru/mmo/business>

Проект Data Culture:

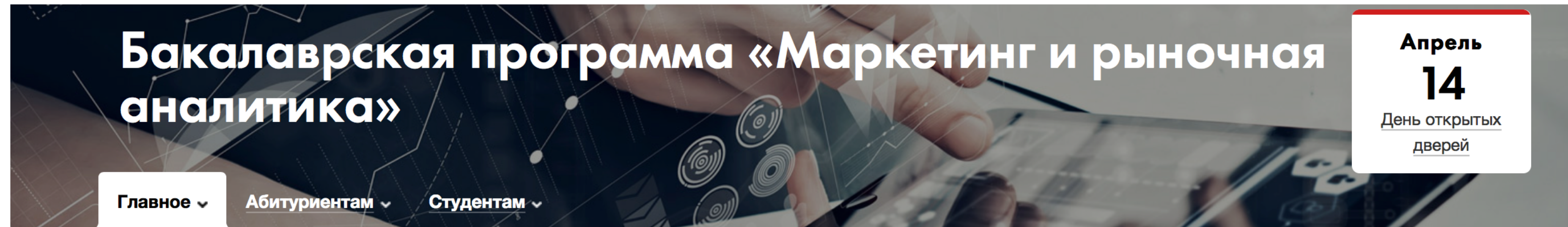
<https://www.hse.ru/dataculture/>

Массовые открытые онлайн-курсы НИУ ВШЭ:

<https://elearning.hse.ru/mooc>



Сайт программы «Маркетинг и рыночная аналитика»



Программа направлена на подготовку высокопрофессиональных специалистов в области маркетинга и рыночной аналитики, маркетологов нового поколения. Маркетинг сегодня кардинально отличается от того, что был десять лет назад. В результате развития интернет-технологий, социальных сетей и мобильных приложений появляются новые цифровые каналы коммуникации с потребителями. Особое место в программе занимает формирование у студентов навыков аналитической работы, так как основой для принятия маркетинговых решений становятся статистические данные и аналитика. Программа предполагает изучение ряда обязательных дисциплин, посвященных проблематике маркетинговых решений в компании и роли маркетинга в стратегии фирмы, с фокусом на маркетинговую аналитику и цифровой маркетинг. Программа полностью отвечает текущим потребностям как российского, так и международного рынка труда.

4 года

Очная форма обучения

25/50/15

25 бюджетных мест
50 платных мест
15 платных мест для иностранцев

RUS

Обучение ведётся на русском языке

Государственная аккредитация

[О программе](#)

[Партнеры](#)

[Приемная комиссия](#)

[Учебные курсы](#)

[Преподаватели](#)

[Число студентов и вакантные места](#)

[Документы](#)

[Расписание](#)



Руководитель
[Ребязина Вера Александровна](#)



<https://www.hse.ru/ba/marketing>

Маркетинг и рыночная аналитика в социальных сетях



Facebook: <https://www.facebook.com/hsemarketinganalytics/>

Instagram: https://www.instagram.com/hse_marketinganalytics/

Вконтакте: <https://vk.com/hsemarketinganalytics>

#hsemarketinganalytics



Спасибо за внимание!

rebiazina@hse.ru

#hsemarketinganalytics

<https://www.hse.ru/ba/marketing>