



НАПРАВЛЕНИЕ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА

**«УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА:
УПРАВЛЕНИЕ И СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ»**



**РУКОВОДИТЕЛЬ
МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ:**

к. э. н., доцент

Иващенко

Наталья Сергеевна

Цель программы: Подготовка специалистов, способных управлять современной организацией, обеспечивая ей устойчивое развитие, обладающих профессиональными компетенциями и знаниями для анализа характера, уровня и направлений развития бизнеса.

Умения и навыки: Уникальная возможность получить знания, умения и навыки одновременно в области управления устойчивым развитием бизнеса и современного маркетинга.

Технологии обучения: Проблемные лекции, дискуссии за круглым столом, компьютерные презентации лекций, электронные рабочие тетради, Case-study. Основные технологии научно-исследовательской работы

Сферы занятости выпускников: в сфере развития бизнеса и бизнес-аналитики, разработки стратегий в организациях любой организационно-правовой формы, в сфере продвижения продукции и брендов

Изучаемые дисциплины:

Модуль 1 «Базовый модуль»

-Теория и методология экономических исследований;

-Этика и психология профессиональных отношений;

-Актуальные вопросы современной экономики,

-Теория эффективного лидерства и командный менеджмент

Модуль 2 «Модели, формы и инструменты управления развитием бизнеса»

-Управление устойчивым развитием бизнеса;

-Корпоративное и стратегическое управление: современные модели управления и стратегии

развития бизнеса;

-Партнерство и социальная ответственность как инструменты устойчивого развития бизнеса,

-Анализ продаж и диагностика товарного портфеля

-Виды и анализ инвестиционных портфелей организации

Модуль 2 «Стратегии и инструменты продвижения организации на рынке»

-Современные технологии маркетинга;

-Управление устойчивой конкурентоспособностью на основе конъюнктурного анализа;

-Корпоративные коммуникации и управление корпоративным брендом;

-Формирование корпоративных ценностей и командного духа.

Анализ практических ситуаций (case-study), обсуждения за круглым столом, изучение опыта лучших компаний позволят выпускникам овладеть профессиональными знаниями и навыками в области анализа и оценки уровня и характера развития бизнеса, обеспечения его устойчивой конкурентоспособностью; овладеть новейшими концепциями маркетинга, on-line и digital-маркетинга, управления корпоративным брендом и др.), а также концепциями и технологиями корпоративного управления, социальной ответственности и организационной культурой, клиентоориентированностью, инновационными технологиями современного маркетинга.