

Форма титульного листа образовательной программы магистратуры

СОГЛАСОВАНО

НП «Гильдия Маркетологов»

Президент


И.С. Березин

« 13 » декабря 2016 г.



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Финансового университета


М.А. Эскиндаров

« 16 » декабря 2016 г.

Образовательная программа высшего образования –
программа магистратуры

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа «Финансовый маркетинг»

Руководитель образовательной программы д.э.н., проф. Карпова С.В.

Департамент «Менеджмент»

Факультет «Менеджмент»

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг»

Образовательная программа по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг» (уровень магистратура) является программой нового поколения и разработана на основе образовательного стандарта высшего образования (далее – ОС ВО) ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (утвержден приказом № 2571/о от 30.12.2014 г.).

Основными видами профессиональной деятельности являются: управленческая деятельность на среднем и высшем уровне организаций; научно-исследовательская и проектно-экспертная деятельность в области маркетинга.

Образовательная программа нацелена на подготовку финансовых маркетологов-аналитиков высокой квалификации с ориентацией на разработку обоснованных стратегических решений на финансовых рынках и финансовых маркетологов-организаторов по направлениям бренд-менеджмент, ценообразование, управление продажами, маркетинговые коммуникации и других на финансовых рынках.

Дополнительные компетенции магистерской программы, обеспечивающие высокую востребованность выпускников Финансового университета на рынке труда:

- ✓ способность к приобретению теоретических знаний в области финансового маркетинга в соответствии с разработанной программой (ДКМП-1);
- ✓ владение методами стратегического анализа, маркетингового управления и контроля всех элементов комплекса финансового маркетинга (ДКМП-2);
- ✓ умение проектировать и применять методики маркетинговых исследований на финансовых рынках (ДКМП-3);
- ✓ способность проведения эффективной товарной и ценовой политики финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга (ДКМП-4);
- ✓ умение ориентироваться в современной финансовой системе, финансовой политике и корпоративных финансах компании (ДКМП-5);

✓ умение принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского, страхового, инвестиционного и портфельного управления проектами; а также владеть искусством управления продажами (ДКМП-6);

✓ способность управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на финансовом рынке (ДКМП-7);

✓ умение формировать имидж и деловую репутацию финансовой компании с учетом лояльности и психологии поведения потребителей на финансовом рынке (ДКМП-8).

Руководитель образовательной программы – Карпова Светлана Васильевна, д.э.н., профессор, зам. руководителя Департамента менеджмента по научной работе.

Профессиональные участники программы:

• *Березин Игорь Станиславович* – Президент НП «Гильдия Маркетологов», председатель подкомитета по маркетингу МТПП.

• *Иванов Алексей Алексеевич* – Президент ИГ «Универ», к.э.н.

• *Имаева Гузелия Ринатовна* – Генеральный директор НАФИ.

Партнеры программы. Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), Торгово-промышленная палата (ТПП), Московская торгово-промышленная палата (МТПП); НП «Гильдия Маркетологов», Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР), Содружество Организаций в области маркетинга и развития бизнеса в России (СОМАР), Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ), Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ), департамент по коммуникациям ОАО «Московская Биржа»; издательство «ЮРАЙТ», ИТК «Дашков и К», ИГ «ИНФРА-М» (ИД «Вузовский учебник»), изд-во Палеотип, изд-во «Креативная экономика», Вольное экономическое общество России, Дом ученых; компании: ООО «Ромир-Холдинг», «Агентство Интернет-маркетинга «ПроИнтер», ЗАО «Делойт и Туш СНГ», Транснефть-Страхование, ООО «Финансовый и организационный консалтинг» (ФОК), корпорация «Erlang Inc.», ЗАО «Knight Frank», КМ-Альянс, ОАО «РЖД», ЗАО «МедСтор», МГ «Комплето», ЗАО «Иннотек Медикал», ООО «Управляющая Компания МРТ Эксперт», ООО «ЮНИПРАВЭКС», ЗАО Фирма «Проконсим»,

ООО «ИНТЕКИР», Inflexio.RU., Корпорация Кадровых Агентств Business Connection, компания «Биллион» и др.

Партнерами активно реализуется стратегия по внедрению в учебный процесс, прежде всего в рамках дисциплин по выбору, разрабатываемого ими программного обеспечения, ведется консультационная работа с научно-педагогическими работниками, в том числе преподавателям Департамента менеджмента предоставляется возможность проходить профессиональные стажировки и обучение в реальном секторе экономики. Кроме того, представители бизнес-сообщества принимают активное участие в подготовке совместных учебников и учебно-методических материалов, основанных на практических бизнес-кейсах и ситуационных заданиях. Социальные партнеры программы обеспечивают качественное образование, способствуют поддержанию статуса и престижа Финансового университета в области подготовки магистров в финансовой сфере, участвуя в различных учебных и научно-исследовательских мероприятиях (конференциях, семинарах, мастер-классах, конкурсах и т.п.).

Студенты имеют возможность повысить профессиональную квалификацию, в ходе освоения определенного набора дисциплин профессионального цикла магистерской программы, путем получения международных и российских сертификатов в области маркетинга.

Образовательный процесс осуществляется на факультете «Менеджмент». Выпускающий Департамент – Департамент менеджмента (руководитель – Трачук Аркадий Владимирович, доктор экономических наук, профессор).

Среди **преподавателей магистерской программы** доля кандидатов и докторов наук составляет 97%. В реализации программы участвуют такие ведущие представители научной школы маркетинга и авторы учебников, как:

–*Карпова Светлана Васильевна* – доктор экономических наук, профессор, зам. председателя подкомитета по маркетингу МТПП, член Совета НП «Гильдия Маркетологов» (координатор цеха «Маркетинг финансовых услуг»), член редакционной коллегии журнала «Управленческие науки» Финуниверситета, эксперт СОМАР и Top Class Business Club, эксперт КМ-Альянс, эксперт НАСДОБР; автор и соавтор более 150 работ общим объемом более 500 п.л., в т.ч.

авторский объем более 270 п.л.; научные работы – более 70 п.л., в т.ч. статьи ВАК – более 20 п.л.; учебно-методические работы – более 200 п.л., в т.ч. более 10 учебников и учебных пособий и 5 монографий;

–*Розанова Татьяна Павловна* – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации, член НП «Гильдия Маркетологов», член Национальной Академии туризма; автор и соавтор более 150 научных работ общим объемом более 400 п.л. по проблемам развития образования, маркетинга, туризма;

–*Мхитарян Сергей Владимирович*, доктор экономических наук, профессор; автор и соавтор более 60 научных и учебно-методических публикаций в области бизнес-аналитики, интернет-маркетинга, информационных технологий в маркетинге, стратегического маркетинга;

–*Синяева Инга Михайловна*, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН, НП «Гильдия Маркетологов», член редакционной коллегии научно-образовательного журнала «РИСК»; автор и соавтор более 150 научных и учебно-методических работ общим объемом более 500 п.л.;

–*Ермаков Дмитрий Николаевич* – доктор экономических наук, профессор, Академик (Действительный член) Российской академии естественных наук (РАЕН), Академик (Действительный член) Российской академии социальных наук (РАСН), Академик Российской академии социального образования (РАСО), член НП «Гильдия Маркетологов», профессор кафедры «Маркетинг и логистика»; автор и соавтор более 150 научных работ общим объемом более 500 п.л., в т.ч. восьми монографий, 35 научных статей ВАК, четыре статьи в журналах, входящих в международный индекс цитирования «Scopus»;

–*Жильцова Ольга Николаевна* – кандидат экономических наук, доцент, автор научных и учебно-методических публикаций в области маркетинговых коммуникаций, информационных технологий в маркетинге, интернет-маркетинга, поведения потребителей и др.;

–*Панюкова Вероника Васильевна* – кандидат экономических наук, доцент, член Гильдии Маркетологов, автор научных и учебно-методических публикаций в

области франчайзинга, поведения потребителей, управления продажами, торговли и др.;

–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 в области маркетинговых исследований, интернет-маркетинга, информационных технологий в маркетинге и др.

Студенты проходят практику на предприятиях, прежде всего финансовой сферы (банках, страховых, инвестиционных и др.), а также различной отраслевой направленности, в государственных и коммерческих структурах, аналитических и консалтинговых компаниях, являющихся социальными партнерами магистерской программы «Финансовый маркетинг».

Основными потребителями (работодателями), запросы которых обеспечивают выпускники, получивших подготовку по магистерской программе «Финансовый маркетинг», являются: структурные подразделения, занимающиеся исследовательской и консалтинговой деятельностью; экономические, финансовые, маркетинговые и аналитические подразделения и службы организаций различных форм собственности, в т.ч. банков, страховых, инвестиционных и др. компаний финансового рынка; маркетинговые подразделения крупных, средних и малых предприятий промышленности и сферы услуг; университеты и научно-исследовательские центры.