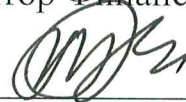


СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

НП «Гильдия Маркетологов»  
(наименование организации)

Ректор Финансового университета



М.А. Эскиндаров

Президент

(подпись)

(должность представителя работодателя)

« 23 » января 2018 г.

Березин И.С.

(подпись представителя работодателя)

« 27 » декабря 2017 г.

Образовательная программа высшего образования –

программа магистратуры

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент  
(код и наименование направления подготовки)

Направленность Финансовый маркетинг  
(наименование направленности программы магистратуры)

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

Департамент/Кафедра Менеджмент

Факультет Менеджмент

## Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,

### направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг»

Образовательная программа по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг» (уровень магистратура) является программой нового поколения и разработана на основе образовательного стандарта высшего образования ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». Программа реализуется совместно с НП «Гильдия Маркетологов».

В рамках освоения программы магистратуры выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: управленческий, научно-исследовательский, проектно-экспертный.

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.

Важная роль в процессе подготовки отводится формированию следующих дополнительных компетенций направленности программы магистратуры, обеспечивающих высокую востребованность выпускников на рынке труда:

Наименование дополнительных компетенций направленности программы магистратуры	Индикаторы достижений дополнительных компетенций направленности программы магистратуры
способность использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга (ДКН-1);	1. Использует методы стратегического анализа на финансовых рынках. 2. Использует возможности по улучшению бизнеса с точки зрения маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга.
способность проектировать и применять методики маркетинговых исследований на финансовых рынках (ДКН-2);	1. Проектирует методики маркетинговых исследований на финансовых рынках. 2. Применяет современные подходы при получении маркетинговой информации с целью оценки конъюнктуры финансового рынка.
способность проведения эффективной товарной и ценовой политики	1. Демонстрирует навыки построения эффективной продуктовой политики на

финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга (ДКН-3);	финансовых рынках. 2. Демонстрирует навыки построения эффективной ценовой политики финансовой организации. 3. Применяет современные маркетинговые инструменты в управлении брендами. 4. Использует информационное обеспечение и технологии интернет-маркетинга.
способность принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского, страхового, инвестиционного и портфельного управления проектами; а также владеть искусством управления продажами (ДКН-4);	1. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского маркетинга. 2. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области страхового маркетинга. 3. Демонстрирует навыки принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области инвестиционного и портфельного управления проектами. 4. Применяет навыки владения искусством управления продажами.
способность управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на финансовом рынке (ДКН-5);	1. Демонстрирует навыки управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на финансовых рынках. 2. Применяет эффективное управление рекламными бюджетами.
способность формировать имидж и деловую репутацию финансовой компании с учетом лояльности и психологии поведения потребителей на финансовом рынке (ДКН-6).	1. Демонстрирует навыки создания новых идей при формировании имиджа и деловой репутации финансовой организации. 2. Формирует лояльность и психологию поведения потребителей на финансовых рынках.

**Руководитель образовательной программы** – Карпова Светлана Васильевна, д.э.н., профессор, зам. руководителя по научной работе, зав. экспериментальной лаборатории «Нейротехнологии в управлении» Департамента менеджмента, председатель комитета по маркетингу МАОФЭО, зам. председателя подкомитета по маркетингу МТПП, член Совета НП «Гильдия Маркетологов» и координатор цеха «Маркетинг финансовых услуг», сертифицированный эксперт по стратегическому маркетингу и маркетинговым коммуникациям, эксперт НАСДОБР.

**Профессиональные участники программы:**

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

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

*Имаева Гузелия Ринатовна* – Генеральный директор Национального Агентства Финансовых Исследований (НАФИ).

*Индилов Эдуард Владимирович* – Генеральный директор ЗАО «Иннотек Медикал».

*Леднев Михаил Владимирович* – Коммерческий директор финансовой компании «ЮниФактор».

*Володин Павел Владимирович* – Генеральный директор компании «Биллион».

*Грязнова Екатерина Сергеевна* – Директор по стратегическому развитию и корпоративным финансам компании «ИНТЕКИР».

*Лавров Олег Владимирович* – Председатель правления Ассоциации «КМ-Альянс».

*Дербеденев Виталий Алексеевич* – Генеральный директор ООО «Финансовый и организационный консалтинг», к.э.н.

**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»); компании: ООО «Ромир-Холдинг», «Агентство Интернет-маркетинга «ПроИнет», ООО «Исследовательское агентство БиСиГрупп», ЗАО «Делойт и Туш СНГ», Транснефть-Страхование, ООО «Финансовый 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», ИГ «Универ Капитал», ООО «Группа Реланд 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;

–*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». Базами практики являются маркетинговые агентства, государственные и частные корпорации, такие как компания «ПрайсвоटरхаусКуперс Раша Б.В.», ЗАО «КПМГ», «Эрнст энд Янг (СНГ) Б.В.», Ингосстрах и др.

**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.