

Если Вы читаете этот текст, значит, Вы уже задумались о получении магистерского образования.

**Магистратура— удачный старт для вашей карьеры**, возможность получить второе высшее образование или продолжить обучение на высшем уровне государственного профессионального образования.

**Магистратура — это расширение и углубление профессиональных знаний**, рациональный шаг в построении своей карьеры и улучшении материального благосостояния. Получение знаний, ускоряющих профессиональный рост необходимо для людей, которые заранее изучают востребованность на рынке различных специальностей и осознанно выбирают сферу своей будущей деятельности. Одной из ступенек на пути к вершине и является магистратура. После окончания курса, вы получаете академическую степень магистра.

На базе имеющегося диплома бакалавра, вы можете получить образование по следующим магистерским направлениям:

«Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»

«Рекламная деятельность на рынке товаров и услуг»

**Программа подготовки магистров «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг»**

Коммерция - это самостоятельный вид предпринимательства, осуществляемого в сфере обращения товаров, работ и услуг с целью получения прибыли. Магистр коммерции может работать в самостоятельных коммерческих фирмах, на крупных предприятиях, где имеются коммерческие отделы, в страховых компаниях, на товарных и фондовых биржах, в холдинговых компаниях, в финансовых группах и других предпринимательских структурах в должности коммерческого директора, начальника или менеджера отдела снабжения и сбыта, экономиста и маркетолога на малых предприятиях.

Область профессиональной деятельности выпускника магистра по направлению подготовки 38.04.06 "Торговое дело" по программе подготовки "Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг" включает:

- определение целей, функций и задач управления компаниями и организациями;
- построение организационных структур управления компаний и организаций;
- выявление и диагностика проблем организации;
- управление компанией на различных стадиях и этапах жизненного цикла организации (ЖЦО);
- моделирование процессов стратегического и корпоративного управления;
- подготовка, обоснование, принятие и контроль за выполнением управленческих решений в организации;
- оценка, выбор, использование информационных технологий и программных продуктов при стратегическом и корпоративном управлении;
- управление изменениями в организации;
- оценка результативности и эффективности стратегических и корпоративных управленческих решений.

Выпускник по направлению "Торговое дело" по программе "Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг" может осуществлять профессиональную деятельность:

- на предприятиях оптовой и розничной торговли, сферы услуг;
- в снабженческо-сбытовых подразделениях предприятий различных отраслей и форм собственности;
- в академических и ведомственных научно-исследовательских организациях, отделах по организации коммуникативной политики коммерческих предприятий;
- в департаментах стратегического и корпоративного управления организаций и предприятий любых форм собственности, сфер и отраслей деятельности, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей;
- в консалтинговых организациях, специализирующихся на стратегическом и корпоративном управлении, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей;
- в инвестиционных компаниях и организациях, занимающихся развитием бизнеса;

- в научно-исследовательских организациях, связанных с решением проблем стратегического и корпоративного управления;
- в образовательных учреждениях начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования.

В образовательной программе представлены курсы: Современные проблемы науки в сфере коммерции, Информационные системы в коммерческой деятельности, Стратегический менеджмент, Управление коммерческой деятельностью предприятий торговли, Управление товарными запасами в условиях неопределенности, теория и практика коммерческой логистики и др.

Возможные области практической деятельности:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии компаний и организаций, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- разработка концепции управления;
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией компании (корпорации);
- планирование деятельности стратегических подразделений;
- формирование организационной структуры управления компанией (корпорацией);
- планирование, организация, активизации и координация работы исполнителей (команды) для осуществления конкретных видов деятельности, работ, проектов;
- разработка и реализация стратегий, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений;
- мотивирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- управление компанией на различных стадиях и этапах жизненного цикла организации (ЖЦО);
- подготовка, обоснование, принятие и управление выполнением стратегических и корпоративных управленческих решений.

В области аналитической и консультационной деятельности:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды компании для принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации системы стратегического управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным стратегическим показателям;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- проведение маркетинговых исследований;
- выявление и диагностика проблем организации;
- анализ и моделирование процессов стратегического и корпоративного управления;
- оценка, выбор, использование информационных технологий и программных продуктов при стратегическом и корпоративном управлении;
- оценка эффективности управленческих решений.

В области научно-исследовательской и педагогической деятельности:

- выявление и формулирование актуальных научных проблем стратегического и корпоративного управления;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
- поиск, сбор, обработка анализ и систематизация информации по теме исследования;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций.

- преподавание управленческих дисциплин, в том числе и по профильной направленности стратегического и корпоративного управления;
- разработка образовательных программ и учебно-методических комплексов по дисциплинам профильной направленности.

В области проектной деятельности:

- проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения коммерческой деятельности;
- поиск идей, проектирование и разработка новых форм и средств коммерции;
- разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;
- оценка качества и эффективности проектов;
- проектирование стратегии развития коммерческой деятельности организации.

Студенты имеют возможность проходить стажировку в Indiana State University (США), Università di Catania (Италия), Escuela de Espanol y Negocios (Испания), Université Nice Sophia antipolis (Франция, Ницца).

Выпускники программы "Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг" востребованы на должности:

- Коммерческий директор, руководитель коммерческой службы производственных предприятий, их заместители.
- Коммерческий директор, руководитель коммерческой службы оптовых и розничных торговых предприятий (торговых сетей).
- Руководитель и специалист службы закупок/продаж предприятий оптовой и розничной торговли.
- Руководитель и специалисты службы региональных продаж.
- Руководители и специалисты службы коммерческой логистики предприятий оптовой и розничной торговли, промышленных предприятий.
- Руководитель или специалист отдела стратегического планирования на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях.
- Руководитель или коммерческий директор малых и средних предприятий оптовой и розничной торговли.
- Руководитель или специалист службы потребительского сервиса на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях.
- Руководитель транспортной службы предприятий оптовой и розничной торговли, промышленных предприятий.
- Руководитель или специалист службы по управлению запасами и складированию на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях.
- Руководитель или специалист службы планирования ассортимента предприятий оптовой и розничной торговли, промышленных предприятий.

Выпускник магистратуры получает преимущественное право при поступлении в аспирантуру по выбранному направлению научного исследования.

### **Программа подготовки магистров «Рекламная деятельность на рынке товаров и услуг»**

Коммуникации становятся тем ресурсом, который обеспечивает организационную эффективность. Именно поэтому невероятно велика общественная потребность в профессионалах, готовых работать в сфере внешних и внутренних коммуникаций, рекламы и связей с общественностью. Магистерская программа "Рекламная деятельность на рынке товаров и услуг" ориентирована на решение профессиональных задач повышенной сложности в коммерческих организациях, а также средствах массовой информации.

Область профессиональной деятельности выпускника магистра по направлению подготовки "Торговое дело" по программе "Рекламная деятельность на рынке товаров и услуг" включает: организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой и торговой рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях.

Выпускник по направлению "Торговое дело" по программе "Рекламная деятельность на рынке товаров и услуг" может осуществлять профессиональную деятельность на предприятиях оптовой и розничной торговли, сферы услуг; в снабженческо-сбытовых подразделениях предприятий различных отраслей и форм собственности; в академических и ведомственных научно-исследовательских организациях, отделах по организации коммуникативной политики коммерческих предприятий; в образовательных учреждениях начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования.

В образовательной программе представлены курсы: Технология разработки рекламного продукта в различных отраслях и сферах деятельности, Коммуникативный менеджмент, Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, Международная рекламная деятельность, Организация и работа рекламной службы в СМИ, Антикризисные и бренд-коммуникации др.

Возможные области практической деятельности:

- управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью коммерческой организации; планирование и организация кампаний в сфере PR и рекламы; создание и продвижение имиджа организации;
- контроль, оценка эффективности стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и PR;
- формирование стратегий, разработка целей, разработка программ и проведение кампаний в сфере рекламы и PR;
- создание эффективной коммуникативной и информационной инфраструктуры организации;
- организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

В области аналитической и консультационной деятельности:

- выбор инноваций в области профессиональной рекламной деятельности, анализ и оценка их экономической эффективности;
- выявление и оценка рисков в рекламной деятельности;
- разработка и оценка эффективности инновационных или рекламных технологий;
- информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая: руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга;
- стратегический анализ рекламной политики организации и выбор оптимальных вариантов ее реализации;
- составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды;
- разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;
- проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций;
- разработка тактики и стратегии рекламной деятельности, прогнозирование и оценка ее оптимальности;

В области научно-исследовательской и педагогической деятельности:

- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по темам проводимых исследований;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций по актуальным проблемам в сфере рекламной деятельности;
- разработка учебно-методических материалов для обеспечения обучения персонала рекламных отделов компании в соответствии со стратегией развития;

- подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований, планирование, организация и применение на практике полученных результатов;
- разработка и использование современных образовательных технологий в процессе обучения специалистов в области торговой рекламы;
- организация и участие в образовательном процессе высшего профессионального образования и дополнительного профессионального образования, формирующем профессиональные компетенции специалистов в области торговой рекламы;
- организация и контроль результатов деятельности;
- педагогическая деятельность в учебных заведениях.
- разработка моделей, планов и программ проведения научных исследований в области рекламы и PR.

В области проектной деятельности:

- проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения рекламной деятельности;
- поиск идей, проектирование и разработка новых форм и средств рекламы;
- разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;
- оценка качества и эффективности проектов;
- руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп;
- постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования;
- организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения;
- прогнозирование коммуникативной эффективности средств распространения рекламы;
- проектирование и разработка бренд-технологий;
- проектирование стратегии развития рекламной деятельности организации.

Студенты имеют возможность проходить стажировку в Indiana State University (США), Università di Catania (Италия), Escuela de Espanol y Negocios (Испания), Université Nice Sophia antipolis (Франция, Ницца).

Выпускники по программе "Рекламная деятельность на рынке товаров и услуг" востребованы на должности:

- Директор по маркетингу и рекламе.
- Руководитель рекламной службы производственных предприятий, их заместители.
- Руководитель или специалист службы по работе с клиентами на предприятиях оптовой и розничной торговли, промышленных предприятиях.
- Руководитель или специалист службы по продвижению наукоемких технологий.

Выпускник магистратуры получает преимущественное право при поступлении в аспирантуру по выбранному направлению научного исследования.