

Код направления 38.03.02

Направление подготовки «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг и логистика в бизнесе»

Тип образовательной программы: программа бакалавриата

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Нормативный срок обучения: 4,5 года

Выпускающая кафедра: Прикладной экономики

Язык обучения: русский

Требования к абитуриенту:

В соответствии с ч.2 статьи 69 Федерального закона от 29.12.2012г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» к освоению программ бакалавриата допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании, среднем профессиональном образовании или высшем профессиональном образовании, а также документ государственного образца о начальном профессиональном образовании, если в нем есть запись о получении предъявителем среднего общего образования; результаты ЕГЭ, вступительных испытаний, проводимых университетом самостоятельно, подтверждающие успешное прохождение вступительных испытаний по общеобразовательным предметам, входящим в перечень вступительных испытаний по ОПОП ВО.

Перечень вступительных испытаний и необходимых документов определяется ежегодно Правилами приема ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Чему научитесь:

- проводить маркетинговые исследования
- реализовывать проекты интернет-продвижения
- составлять портрет целевой аудитории, выявлять предпочтения
- готовить рекомендации по выведению новых продуктов на рынок
- проводить конкурентные анализы
- оценивать эффективность рекламных кампаний
- организовывать процесс перевозки груза в цепи поставок
- управлять сетями поставок продукции на уровне структурного подразделения организации (отдела, цеха)
- выявлять проблемы компании и предлагать варианты их решения
- вести бизнес-переговоры
- выстраивать бизнес-процессы и коммуникации внутри компании
- анализировать состояние и положение компании на рынке
- работать с сервисами аналитики сайтов и мобильных приложений
- проводить маркетинговые исследования
- готовить и защищать бизнес-планы
- улучшать результативность рекламных кампаний и сокращать расходы на неэффективные каналы
- собирать данные о продукте от анализа пользовательского поведения до маркетинговой и веб-аналитики

- визуализировать ключевые показатели бизнеса
- применять методы интернет-маркетинга

Преимущества программы

- преподаватели-практики
- возможность получения дополнительной квалификации по программам: «Юриспруденция», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Переводчик английского языка в сфере профессиональной коммуникации»
- практико-ориентированное обучение
- высокая потребность в специалистах
- уникальный набор дисциплин
- углублённое изучение методов аналитики, маркетинга, управления, рекламного дела
- работа по реальным проектам

Кем я буду?

- логистом
- бизнес-аналитиком
- специалистом по внешнеэкономической деятельности
- операционным логистом
- менеджером по перевозкам, как внутри страны, так и на международном уровне
- руководителем отдела снабжения и логистики предприятия
- руководителем служб маркетинга коммерческих и государственных компаний и организаций;
- интернетмаркетолог
- брендменеджер
- консультант по развитию бизнеса

Востребованность на рынке труда

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг и логистика в бизнесе» соответствует приоритетным направлениям модернизации и цифрового развития российской экономики и является востребованным на рынке труда.

Высокая востребованность профессии дает широкие возможности в выборе сферы деятельности на рынке труда.

Например:

- бизнес-аналитики

В России профессия финансового или инвестиционного аналитика считается новой: первые аналитики появились здесь в 1990-х гг. Тем не менее она востребована и хорошо оплачивается. В обязанности аналитиков входит анализ рынков и представленных на них компаний. Именно они определяют, насколько перспективно вложение в компанию, стоит ли покупать ее акции или, наоборот, пора избавиться от актива, чтобы не потерять вложенные деньги. Для этого аналитики изучают отчетность компаний на рынке, общаются с их менеджментом, следят за маркетинговыми исследованиями и ситуацией у конкурентов.

- менеджер по маркетингу

Этот специалист занимается привлечением и удержанием клиентов или покупателей. Он исследует рынок, чтобы понять, какие услуги или товары наиболее

востребованы, как должно выглядеть привлекательное предложение, что и сколько должно стоить и как лучше продвигать и продавать услугу или товар.

- маркетолог

Задача маркетолога — добиться максимальных продаж товара, изучая спрос и рынки сбыта, а также находя новые ниши. Рынок всегда в движении, и именно маркетолог заранее выясняет, какие будут тенденции, что начнут покупать люди и как изменить производство, чтобы бизнес не остался «за бортом». Поэтому хороший маркетолог — это «мультиинструменталист». Он занимается не только данными по динамике продаж, но и следит за публикациями в СМИ, пресс-релизами конкурентов и реформами государства, а также заказывает опросы потребителей. Поэтому, помимо знаний в сфере экономики и финансов, маркетологу нужно хорошее логическое мышление, умение сосредоточиться, знание психологии и социологии, а также хорошие навыки коммуникации.

Основные дисциплины:

- Информационные технологии в профессиональной деятельности
- Маркетинговые исследования
- Маркетинговые технологии
- Маркетинговый анализ данных
- Стратегический маркетинг
- Маркетинговые коммуникации
- Информационная логистика
- Аудит и контроллинг цепей поставок
- Логистика распределения
- Управление цепями поставок
- Цифровой маркетинг
- Моделирование бизнес-процессов
- Разработка управленческих решений
- Теория менеджмента
- Современные технологии поиска и обработки информации
- Стратегический менеджмент
- Введение в имитационное моделирование (научный семинар)
- Субъектность цифровой коммуникации (научный семинар)
- Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)
- Управление стратегиями интернет-продвижения
- Финансовый менеджмент
- Управление продажами
- Инновационный менеджмент
- Современные маркетинговые технологии
- Управление проектами в бизнес-планировании