

# Маркетинг

Российский университет дружбы народов

Присваивается степень или квалификация: **бакалавр**

Язык обучения: **русский**

Форма обучения: **Очная**

Продолжительность: **4 года**

Возможность бесплатного обучения: **есть**

Стоимость: **297 500 рублей в год для граждан СНГ; 6 000 долларов США в год для граждан дальнего зарубежья**

Страница программы на сайте вуза: <http://www.rudn.ru/education/educational-programs/45691>

Куратор программы: **Дегтерева Екатерина Андреевна**

Телефон: **+7 (495) 433-94-04, доб. 1506**

E-mail: [degtereva\\_ea@pfur.ru](mailto:degtereva_ea@pfur.ru)

Программа получила международную аккредитацию и сертифицирована немецким агентством FIBAA (Foundation for International Business Administration Accreditation).

Учебный план включает специальные практикоориентированные дисциплины, отражающие современные тенденции в области маркетинга, управления продажами и рекламы, эффективную зарубежную практику и ведущий российский опыт. Ряд дисциплин ведется на иностранном языке. Можно особенно выделить следующие дисциплины: Ценообразование, Поведение потребителей, Маркетинг взаимоотношений и партнерства, Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Брендинг, Кросскультурный маркетинг, Стратегический маркетинг, Маркетинговое администрирование, Промышленный маркетинг, Международный маркетинг и другие.

В учебном процессе участвуют действующие маркетологи известных компаний, студенты проходят практику в крупных международных и российских компаниях: Adidas Group, British American Tobacco Russia, Coca-Cola Hellenic, Danone, Johnson&Johnson, JTI, Sprandi, L'Oreal, PepsiCo International Russia, Procter & Gamble, Unilever, Campbell's, Colgate-Palmolive, Diageo, Heineken Russia, Kraft Foods Rus, Mars, Nestle, Pernod Ricard Rouss, SAB Miller Rus, Sun InBev и др.

В частности, в результате освоения программы выпускник должен уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга;
- калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения на основе данных управленческого учета;

- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- проводить аудит человеческих ресурсов
- организации, прогнозировать и определять потребность организации в персонале, определять эффективные пути ее удовлетворения;
- разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;
- разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку;
- проводить оценку финансовых инструментов;
- применять модели управления запасами, планировать потребность организации в запасах.

### **Специализации в рамках данной программы**