

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
ВЫСШАЯ ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТА**

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
дополнительной профессиональной программы
для получения дополнительной квалификации
"Мастер делового администрирования - Master of Business Administration (MBA)"
специализация "MBA – маркетинг и продажи"**

Направление подготовки: менеджмент

Цель реализации программы:

формирование компетенций профессиональных управляющих с учетом предыдущего опыта работы в бизнесе и менеджменте: развитие стратегического, проектного мышления, лидерских качеств, ориентации на результат, способности к инновациям и самоменеджменту, анализу и моделированию бизнес-процессов, приобретение навыков маркетингового мышления, способности эффективно действовать на высококонкурентных рынках и эффективно взаимодействовать с руководителями и специалистами маркетинговой службы на основе знания концепций, маркетинговых инструментов и понимания значения маркетинга для ведения бизнеса, совершенствование навыков межличностного взаимодействия и командной работы; способствование непрерывному обучению и личностному развитию; приобретение новых знаний и навыков в сфере управления маркетингом и продажами

Требования к уровню образования, квалификации, наличию опыта профессиональной деятельности поступающих для обучения по дополнительной профессиональной программы для получения дополнительной квалификации "Мастер делового администрирования - Master of Business Administration (MBA)":

Лица, имеющие высшее образование и стаж практической работы не менее 2-х лет.

Перечень нормативных документов, определяющих квалификационные характеристики (требования) к выпускнику программы:

Федеральный образовательный стандарт ВПО по направлению 38.03.02 «Менеджмент», образовательный стандарт НИУ ВШЭ по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Характеристика дополнительной квалификации с учетом специализации: программа MBA по специализации «MBA – маркетинг и продажи» включает в себя получение общепрофильных системных знаний в формировании маркетинго-ориентированной компании и маркетинговой деятельности. В содержательную часть программы встроены специализированные курсы маркетинговой отрасли, дающие актуальные знания в области реализации маркетинговых планов и программ в рамках стратегии развития компании.

Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программ:

Выпускники программы должны овладеть следующими знаниями, умениями и навыками:

- понимать значение макроэкономических факторов для деятельности компании, закономерности экономического поведения производителей и потребителей в условиях рынка, опираясь на знание экономической теории;
- понимать сущность корпоративного управления, включая отношения собственников и менеджеров, взаимодействия бизнеса и общества и другие;

- знать концепции социальной и экологической ответственности бизнеса, выработать приверженность цивилизованным этическим нормам его ведения;
- понимать сущность и структуру процесса принятия управленческих решений;
- уметь ставить цели и задачи в бизнесе и менеджменте, определять показатели их достижения;
- иметь ясное понимание современных форм и методов планирования в организациях и сфер их применения, формирования организационных структур управления, управления персоналом, управления знаниями в условиях организационных изменений;
- владеть основными знаниями и навыками использования количественных показателей, статистических методов и экономико-математических моделей обоснования решений в бизнес-ситуациях;
- уметь применять основные концепции, методы, принципы эффективной организации операций, понимать значение, сущность и методы управления логистикой;
- иметь навыки стратегического мышления и компетенции для разработки стратегии развития компании;
- уметь позиционировать фирму на рынке, выбирать целесообразные сферы ее бизнеса в настоящем и будущем;
- владеть основами формирования и удержания устойчивых конкурентных преимуществ и ключевых компетенций фирмы;
- понимать и обеспечивать увязку стратегии с организационной структурой и другими элементами организационной системы, включая лидерство, персонал и организационную культуру;
- уметь выбрать адекватные формы контроля и применять их в практической работе;
- уметь применять разнообразный инструментарий стратегического анализа и планирования в различных сферах его использования с учетом влияния рисков и неопределенностей;
- знать основы и принципы построения бизнес-плана;
- понимать и осознавать место, роль и сущность маркетинга в системе управления компанией на теоретическом и прикладном уровнях;
- понимать процесс формирования маркетинго-ориентированной компании и маркетинговой деятельности;
- уметь организовывать функцию маркетинга в компании;
- понимать специфику использования современных маркетинговых технологий на различных типах рынков и в различных сферах бизнеса.

Трудоемкость программы: 55 зачетных единиц/ 2090 часов, в том числе 926 аудиторных часов.

Минимальный срок обучения: 2 года 2 месяца.

Форма обучения: очно-заочная.

Условия реализации программы:

В реализации программы принимают участие 10 докторов наук, 12 кандидатов наук и 20 ведущих преподавателей-практиков, занимающих руководящие позиции в бизнесе (генеральные, коммерческие директора, руководители бизнес-направлений).

Каждый учебный курс обладает авторским учебно-методическим материалом.

В учебном процессе используются следующие формы и методы обучения: практические задания, кейсы, мастерские, бизнес-симуляции, групповые проекты.

Информационно-методическое обеспечение, материально-техническое обеспечение.

В процессе обучения слушатели обеспечиваются индивидуальными раздаточными

материалами по всем дисциплинам, предусмотренным учебным планом программы.
Занятия проходят в учебных аудиториях НИУ ВШЭ по адресу: Малый Гнезниковский пер., д.4. Аудитории оборудованы проекторами, ноутбуками и прочей необходимой для организации занятий аппаратурой.

Декан Высшей школы
менеджмента

Подпись

С.Р.Филонович