

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В.ЛОМОНОСОВА

ВЫСШАЯ ШКОЛА СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК (ФАКУЛЬТЕТ)

Реестр магистерских программ по направлению подготовки

38.04.02. «Менеджмент»

Уровень высшего образования –

двухлетняя магистратура с присвоением квалификации (степени) магистр

Магистерская программа

«Цифровой маркетинг» 3+

1. Специализированные компетенции магистерской программы «Цифровой маркетинг»:
 - знание основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (М-ПК-1);
 - владение навыками анализа поведения потребителей, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на установление долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами (М-ПК-2);
 - владение технологией сбора и анализа информации о поведении рынка и конкурентов на нем посредством использования возможностей сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных (М-ПК-3);
 - умение разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты в цифровых средах для обеспечения конкурентоспособности организации (М-ПК-4);
 - владение технологиями моделирования стратегий компаний в области цифрового маркетинга в условиях риска и неопределенности (М-ПК-5);
 - умение использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач (М-ПК-6);
 - использование аналитики социальных сетей для прогнозирования конъюнктуры и трансформации сегментов рынка (М-ПК-7);
 - анализ целевой аудитории и основных каналов маркетинговой коммуникации в цифровой среде (М-ПК-8);
 - способность осуществлять экспертизу стохастических и динамических процессов, связанных с цифровым маркетингом на различных сегментах рынка (М-ПК-9);
 - знания и умения в области управления портфелем брендов в условиях высокой значимости социальных медиа (М-ПК-10);
 - знания и умения в области контроллинга маркетинговых решений, позволяющие отслеживать их эффективность (М-ПК-11);