**О программе «Бренд-менеджмент и цифровой маркетинг»**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент» – это направление широкого спектра возможностей. Высота карьерной лестницы, на вершину которой может подняться менеджер, почти безгранична. Успешность менеджера зависит не только от свойств личности, но и от освоенных компетенций. Поэтому тем, кто стремится постичь законы и практики менеджмента и маркетинга, рекомендуется после окончания бакалавриата (специалитета) получить квалификацию магистра.

Магистерская программа обеспечивает фундаментальные и прикладные знания в области управления брендами и цифрового маркетинга, способствует успешному вхождению в систему трудовых отношений в условиях цифровизации экономики, повышению конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

Программа «Бренд-менеджмент и цифровой маркетинг» – это возможность получить новую перспективную профессию. Для того чтобы обучаться в магистратуре по менеджменту необязательно иметь диплом бакалавра в этой сфере.

Программа «Бренд-менеджмент и цифровой маркетинг» – это перспективы карьеры в бизнесе, власти или образовательной сфере.

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность:

1. Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере интернет-маркетинга).

2. Финансы и экономика (в сфере управления рисками).

Программа соответствует профессиональным стандартам:

08.035 «Маркетолог», 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

**Навыки и компетенции, которые получат выпускники**

Типы задач профессиональной деятельности, к решению которых в рамках освоения программы магистратуры готовятся выпускники:

– информационно-аналитический,

– организационно-управленческий.

Для решения указанных задач выпускники осваивают следующие профессиональные компетенции:

– способность разрабатывать стратегию продвижения проектов в сети Интернет и оценивать эффективность ее реализации;

– способность осуществлять сбытовую политику и управлять системой маркетинговых коммуникаций в организации;

– способность разрабатывать товары рыночной новизны и осуществлять политику ценообразования в организации;

**Трудоустройство и востребованность**

Выпускники по данному направлению могут работать:

– руководителем, его заместителем в специализированных подразделениях в промышленности;

– в службах по сбыту и маркетингу;

– плановых и административных подразделениях;

– подразделениях материально-технического снабжения;

– подразделениях управления кадрами и трудовыми отношениями;

– отделах по связям с общественностью и рекламно-информационных отделах;

– ведущим интернет-маркетологом;

– бренд-менеджером;

– специалистом информационно-аналитических отделов;

– образовательных учреждениях, бизнес-тренером.

**Проектная и исследовательская деятельность (СКБ).**

Ведется научно-исследовательская деятельность по направлениям:

– социокультурные, интеллектуальные и коммуникативные основы современного бренд-менеджмента и маркетинга,

– инновационные, цифровые технологии маркетинга и продвижения,

– маркетинг инновационных проектов в сфере здравоохранения, экологии, образования, индустрии культуры, услуг, промышленного производства,

– управление стартап-предприятиями,

– территориальный и корпоративный брендинг.