



**Руководитель ОП 38.04.02:**  
Полянская Ольга Алексеевна,  
кандидат экономических наук,  
заведующая кафедрой «Экономики  
учета и анализа хозяйственной  
деятельности»

**38.04.02**

## МЕНЕДЖМЕНТ

### Профиль

#### Бренд-менеджмент и маркетинг

##### Цель программы

Миссия: создание оптимальной теоретической базы с возможностью применения полученных знаний на практике для подготовки высококвалифицированных руководителей высшего звена, обладающих современным уровнем подготовки в сфере организации, управления и развития конкурентоспособных позиций компаний на российском и зарубежном рынках во всех сферах деятельности, способных максимально полно удовлетворять запросы работодателя.

Особенность магистерской программы «Менеджмент» профиль «Бренд-менеджмент и маркетинг» состоит в том, что она дает возможность приобрести знания и навыки самостоятельной исследовательской и практической работы, которые востребованы в любой сфере деятельности (госслужба, бизнес, некоммерческие ассоциации и т.п.), где необходимо применять аналитические компетенции и принимать сложные управленческие решения. Программа учит исследовать и моделировать поведение потребителей, прогнозировать рыночные перспективы новых товаров, технологии продвижения и брендов, комплексно решать управленческие проблемы и реализовывать маркетинговые проекты в любых отраслях и сферах деятельности, включая маркетинговое Интернет-пространство.

Главная цель программы – подготовка конкурентоспособных менеджеров международного класса для работы в современных условиях хозяйствования на основе интеграции учебного процесса, фундаментально - прикладных научных исследований инновационных подходов, а также качественное удовлетворение потребностей личности в ее всестороннем профессиональном и интеллектуальном развитии.

##### Материально-техническое обеспечение программы

Реализация образовательной программы осуществляется в учебных аудиториях, оснащенных демонстрационным оборудованием и электронными учебно-наглядными пособиями. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в библиотечную электронную информационно-образовательную среду. Разработаны электронные курсы дисциплин и практик по образовательной программе.

##### Сетевое взаимодействие

Сетевое взаимодействие реализуется в рамках договоров с Техническим университетом г. Кёльн, Научно-исследовательским институтом леса «Luke» (Финляндия), университетом Восточной Финляндии, Миккели, Тампере, Карелия университетом прикладных наук (Финляндия), Школой бизнеса ARC (Швейцария).

##### Академическая мобильность

1. Тесное взаимодействие с бизнес-сообществом. Среди партнеров программы представители производственных предприятий, международных компаний, технологических и инновационных стартапов.

2. Активное международное сотрудничество. В рамках международного сотрудничества и формирования единого международного образовательного пространства организовано сотрудничество с Техническим университетом (г. Дрезден), Институтом экономики и организации лесного хозяйства стран Восточной Европы, Техническим университетом (г. Кёльн), университетом Восточной Финляндии, Миккели, Тампере. Карелия университетами прикладных наук (Финляндия), Школой бизнеса ARC (Швейцария) Научно-исследовательским институтом природных ресурсов «Luke» (Финляндия). У студентов программы есть возможность пройти обучение в течение одного семестра в вузах-партнерах либо поучаствовать в

## ИНСТИТУТ ЛЕСНОГО БИЗНЕСА И ИННОВАТИКИ



### приемная комиссия

**+7 812 670 92 97**

**e-mail:  
pricom1@mail.ru**

### ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ ИСПЫТАНИЯ

Собеседование по основным разделам программы вступительных испытаний

### КОНТРОЛЬНЫЕ ЦИФРЫ ПРИЁМА (магистратура)

очная форма (контракт) - 5  
заочная форма (контракт) - 5

##### Адрес института:

194021, Санкт-Петербург  
Институтский пер., д.5  
учебный корпус №1, каб. 252

##### Телефон института:

**+7 812 670 93 10**

**+7 812 670 93 14**

##### Телефон кафедры:

**+7 812 670 93 83**

**38.04.02**

## МЕНЕДЖМЕНТ

### Профиль

#### Бренд-менеджмент и маркетинг

краткосрочных (1-2 недели) обменных программах. Организуются поездки на ведущие европейские деревоперерабатывающие предприятия. Студенты программы имеют возможность пройти практику на зарубежных предприятиях.

##### Сотрудничество с работодателями

- Департамент лесного хозяйства по Северо-Западному федеральному округу;  
- Комитет по природным ресурсам Ленинградской области;  
- Органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в области лесных отношений;

- Организации бизнеса Северо-Запада.

- Бизнес-инкубаторы.

##### Выпускники

Выпускников нашей программы можно встретить:

- в средних и крупных компаниях на позициях ведущих специалистов, руководителей отделов, проектов, владельцев ключевых бизнес-процессов и направлений;

- руководители муниципальных и региональных проектов;

- среди собственников и руководителей успешно работающего бизнеса.

##### Потенциал преподавательского состава

На программе преподает один из лучших профессорско-преподавательских составов, включающий ведущих специалистов в области менеджмента – авторов научных статей в российских и зарубежных журналах, а также специалистов-практиков. Для проведения дисциплин, мастер-классов и отдельных тем в рамках образовательной программы мы привлекаем представителей бизнеса, власти и консультантов по управленческим проблемам. Более половины преподавателей профильных дисциплин имеют опыт работы в отрасли по профилю реализуемой дисциплины, 90% преподавателей имеют ученую степень и публикуют свои работы в России и за рубежом, 80% ведут научные исследования и консалтинговые проекты для бизнеса.

##### Конкурентоспособность студентов

Объективная потребность в подготовке специалистов высокой квалификации для среднего и высшего уровней управления в компаниях обусловлена растущим спросом на менеджеров, способных принимать и реализовывать решения в условиях неопределенности и повышенных рисков, усложнением взаимосвязей между различными сегментами экономики реального сектора, экологии и социальной сферы, диверсификацией деятельности лесных компаний, ростом конкуренции на мировых, национальных и региональных энергетических рынках, трансформацией и реформированием системы регулирования в России и ускорением темпов внедрения в лесной сектор новых технологий.

Основными преимуществами студентов, получивших данное образование является:

1. Востребованность профессии на рынке труда. Без маркетинговых усилий сложно что-либо продать, поэтому специалисты популярны в разных сферах деятельности.

2. Широкие возможности для карьерного роста. В маркетинге сосредоточено большое количество специализаций, можно найти профессию, исходя из своих сильных навыков. А также можно быстро вырасти не только до руководителя отдела, но и директора компании.

3. Творческая работа. Задачи по разработке стратегий продвижения и выстраивания каналов коммуникаций никогда не бывают идентичными в разных компаниях. Также специалист часто использует нестандартное мышление и экспериментирует в работе.

##### Основные дисциплины

Маркетинговые исследования, Практическое применение теории цифрового дизайна в технологиях построения бренда, Технологии виртуальной и дополнительной реальности, Инструменты интернет-маркетинга для управления брендингом, Цифровой маркетинг, Политика цен организаций, Планирование маркетинговой деятельности, Планирование сбытовой политики и логистики, Управление проектами, Методы исследования в менеджменте, Современные проблемы управленческой деятельности, Информационные технологии и интеллектуальная обработка данных.

*Руководитель ООП 38.03.02 «Менеджмент» (бакалавриат)  
профиль «Бренд-менеджмент и маркетинг»,  
кандидат экономических наук, заведующая кафедрой  
«Экономики учета и анализа хозяйственной деятельности»,  
Полянская Ольга Алексеевна*

### ПРАКТИКА

■ Промышленные предприятия и холдинги, преимущественно связанные деревоперерабатывающей деятельностью.

■ Консалтинговые компании, инновационные и аналитические центры.

■ Бизнес-инкубаторы.

■ Органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в области лесных отношений.

### ВЫПУСКНИКИ

■ Умеют управлять проектами по созданию радикальных инноваций, направленных на обеспечение ускоренного развития и повышающих конкурентоспособность компании.

■ Умеют выявлять слабые и сильные стороны в работе компании.

■ Способны вести исследовательскую работу в области маркетинга и менеджмента.

■ Умеют анализировать экономические процессы и прогнозировать результаты деятельности компаний.

■ Разрабатывают ассортиментную и ценовую политику компании.

■ Исследует рынок сбыта, анализирует целевых клиентов и их покупательную способность.

### ТРУДОУСТРОЙСТВО

■ Органы государственной и муниципальной власти.

■ Научно-исследовательские институты и организации.

■ Российские и зарубежные компании.