

Маркетинг и менеджмент — двигатели прогресса

В УрГЭУ готовят маркетологов и менеджеров мирового уровня

Татьяна БУРОВА

Перед нашей страной стоит сложная задача – произвести практически во всех отраслях экономики импортозамещение и переориентировать экспорт и импорт с запада на восток. Причем сделать это нужно в максимально сжатые сроки. О том, как готовят специалистов для выполнения столь амбициозных планов, рассказала «ОГ» заведующая кафедрой маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор Лариса КАПУСТИНА.

– Лариса Михайловна, в последние годы глобальные перемены затронули все сферы деятельности. Как это отразилось на маркетинге и международном менеджменте?

– В большей степени изменения затронули международный менеджмент. Специалисты по маркетингу перемены коснулись меньше, так как внутренний рынок у нас большой, маркетологам есть где развернуться. На смену ушедшим европейским брендам пришли российские торговые марки. Активно развивается торговля на маркетплейсах. Недавно мы общались через Уральскую торгово-промышленную палату с бизнесменами Республики Казахстан и выяснили, что они редко создают сайты компаний, а всю информацию о товарах и услугах размещают в социальной сети, которая у нас заблокирована. Пришлось объяснять, что нашим предприятиям эта площадка недоступна, надо взаимодействовать либо через официальный сайт компании, либо через российские соцсети.

– Переориентация на рынки Азии, Африки, вероятно, требует корректировки образовательных программ вашей кафедры?

– Российское высшее образование дает фундаментальные знания, которые можно применить на предприятиях различных отраслей и масштаба, адаптировать к любой ситуации. Тем не менее есть специфика, которую мы должны учитывать. Если раньше на лекциях и семинарах мы разбирали кейсы европейских, американских, японских компаний, то теперь больше внимания уделяем изучению экономики и особенностям ведения бизнеса в странах Азии, Ближнего Востока, Латинской Америки, Африки. С менталитетом граждан



Заведующая кафедрой маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор Лариса Капустина

зарубежных стран студенты в том числе знакомятся непосредственно в аудитории, обучаясь с иностранными студентами из разных стран мира, в частности, из Египта, Индонезии, Марокко, Алжира, Нигерии, Чада, Сирии, Камеруна, Экватора, Китая и др.

– Учите будущих маркетологов и менеджеров учитывать восточный менталитет?

– У нас в учебном плане есть дисциплина «Межкультурные коммуникации», в рамках которой студенты изучают деловую переписку и правила общения с представителями разных культур. Например, предприниматели из стран Азии считаются очень жесткими переговорщиками, твердо следующими своим интересам. Большую роль в этих странах играют хорошие отношения с руководителями регионов, дела приходится вести через местную власть. Но если знать и учитывать эти особенности, можно наладить успешное долгосрочное сотрудничество. Таких примеров уже немало.

– Какие профили подготовки реализуются в бакалавриате и в магистратуре, и в чем конкурентные преимущества обучения на вашей кафедре?

– В бакалавриате у нас реализуются три образовательные программы: «Международный

менеджмент», «Маркетинг и реклама», «Интернет-маркетинг». И каждая по-своему уникальна. «Международный менеджмент» – наполнен иностранным языком. На всех курсах обучения студенты изучают английский язык, со второго курса приступают к освоению второго иностранного по выбору (китайский, испанский, немецкий, французский языки). На старших курсах ряд дисциплин изучаются на английском языке. Владение иностранным языком – важное преимущество на рынке труда. Наши выпускники не нуждаются в услугах переводчиков и легко налаживают отношения с иностранными партнерами.

В программе «Маркетинг и реклама» сочетание двух направлений дает отличный результат. По программе «Маркетинг и реклама» можно выбрать любую форму обучения: очную, очно-заочную, с применением дистанционных технологий. Этим преимуществом пользуются как выпускники школ, так и ребята, окончившие колледж, техникум.

Третий профиль «Интернет-маркетинг» открыт кафедрой в 2020 году. Многие дисциплины студенты осваивают непосредственно в компьютерном классе под руководством преподавателей, изучают маркетинг в социальных се-

тях, веб-аналитику, онлайн-сервисы Яндекс, учатся создавать воронку продаж, составлять медиаплан, рассылать эффективные рекламные кампании и многому другому.

В магистратуре реализуется образовательная программа «Маркетинг и брендинг», которую выбирают преимущественно выпускники УрГЭУ, меньше – других вузов. Как правило, в магистратуру идут те, кто стремится создать и продвигать собственный бизнес, готовятся стать руководителями. Среди поступающих в магистратуру по данной программе есть не только экономисты и менеджеры, но и технологи, врачи, выпускники консерватории, строители, самозанятые. Уникальной характеристикой программы можно назвать бизнес-симуляцию МаркСтрат, которая позволяет эффективно обучать слушателей разработке маркетинговой стратегии в условиях виртуального рынка. Важно, что программа «Маркетинг и брендинг» прошла общественно-профессиональную аккредитацию на пять лет, ее высокое качество подтвердило бизнес-общество. Это очень престижно!

– Изменения в сфере маркетинга и менеджмента происходят постоянно. Удастся ли оперативно встраивать их в обучение?

– К работе со студентами мы привлекаем много практиков, и это позволяет идти в ногу со временем. Занятия ведут люди, которые постоянно развивают свои компетенции и осваивают новые знания в сферах маркетинга, международного менеджмента. Они читают лекции, проводят тренинги и мастер-классы, делятся своим опытом, реальными бизнес-кейсами. Приятно отметить, что ряд наших выпускников обучают профессии следующего поколения студентов УрГЭУ. Ежегодно разные компании заказывают кафедре маркетинговые исследования, к проведению которых привлекаются студенты. Кафедра плодотворно сотрудничает с Уральским отделением Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР-Урал). Мы совместно реализуем в рамках Евразийского экономического форума молодежи конкурс прикладных проектов «Евразийский кубок по маркетингу», в котором охотно участвуют студенты разных вузов России и Беларуси. Ежегодно проводим Неделю маркетинга и рекламы.

– Есть ли на рынке спрос на ваших выпускников?

– Профессии маркетолога и менеджера – перспективны и востребованы. Любое предприятие, любая организация сегодня имеет отдел маркетинга или хотя бы специалиста по этому профилю. Наибольший запрос на рынке труда наблюдается на менеджеров по продажам. Важно отметить, что задача маркетолога заключается в том, чтобы не просто найти способ продать тот или иной продукт, а выбрать для производства именно то, что требуется потребителю. Менеджеры со знанием иностранного языка также востребованы на современном российском рынке труда. Наши выпускники успешно строят карьеру, есть примеры, когда они переводятся на работу в центральные офисы российских и иностранных компаний как высококвалифицированные специалисты.

Материал размещен в рамках совместного информационного проекта редакции «Областной газеты» и Уральского государственного экономического университета

информационный
проект

ЭКОНОМИКА