

Как выбрать профессию, чтобы остаться в тренде?



Шаг 1: Проанализировать тенденции мирового развития



1. Увеличение численности населения Земли.

2009 г. –

6,9 млрд. человек

2019 г. –

7,6 млрд. человек

2. Глобализация.

3. Трафик Интернета с 2005 по 2021 год должен вырасти в 127 раз!

4. Роботизация и компьютеризация.

«Умные устройства» вытеснят человека из сферы массового производства.

Человек в отличие от робота и компьютерной программы может:



1. ПОМНИТЬ;
2. УЗНАВАТЬ;
3. ПРИМЕНЯТЬ;
4. АНАЛИЗИРОВАТЬ;
5. ОЦЕНИВАТЬ;
6. СОЗДАВАТЬ НОВОЕ;
7. ТВОРЧЕСКИ МЫСЛИТЬ;
8. РУКОВОДИТЬ ЛЮДЬМИ И ПРОЦЕССАМИ;

9. ЧУВСТВОВАТЬ, СОПЕРЕЖИВАТЬ, ПОНИМАТЬ, ОБЩАТЬСЯ.

По данным исследований

**75 МЛН РАБОЧИХ МЕСТ
БУДЕТ ПОТЕРЯНО В 2022 ГОДУ
ИЗ-ЗА АВТОМАТИЗАЦИИ ТРУДА
(Всемирный экономический форум)**

**133 МЛН РАБОЧИХ МЕСТ
ПОЯВИТСЯ В 2022 ГОДУ
В СВЯЗИ С АВТОМАТИЗАЦИЕЙ
ТРУДА**

**1**

Аналитик данных

**2**

Специалист по искусственному интеллекту и машинному обучению

**3**

Менеджер

**4**

Программист

**5**

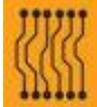
Специалист по продажам и маркетингу

**6**

Специалист по большим данным

**7**

Специалист по цифровой трансформации

**8**

Специалист по новым технологиям

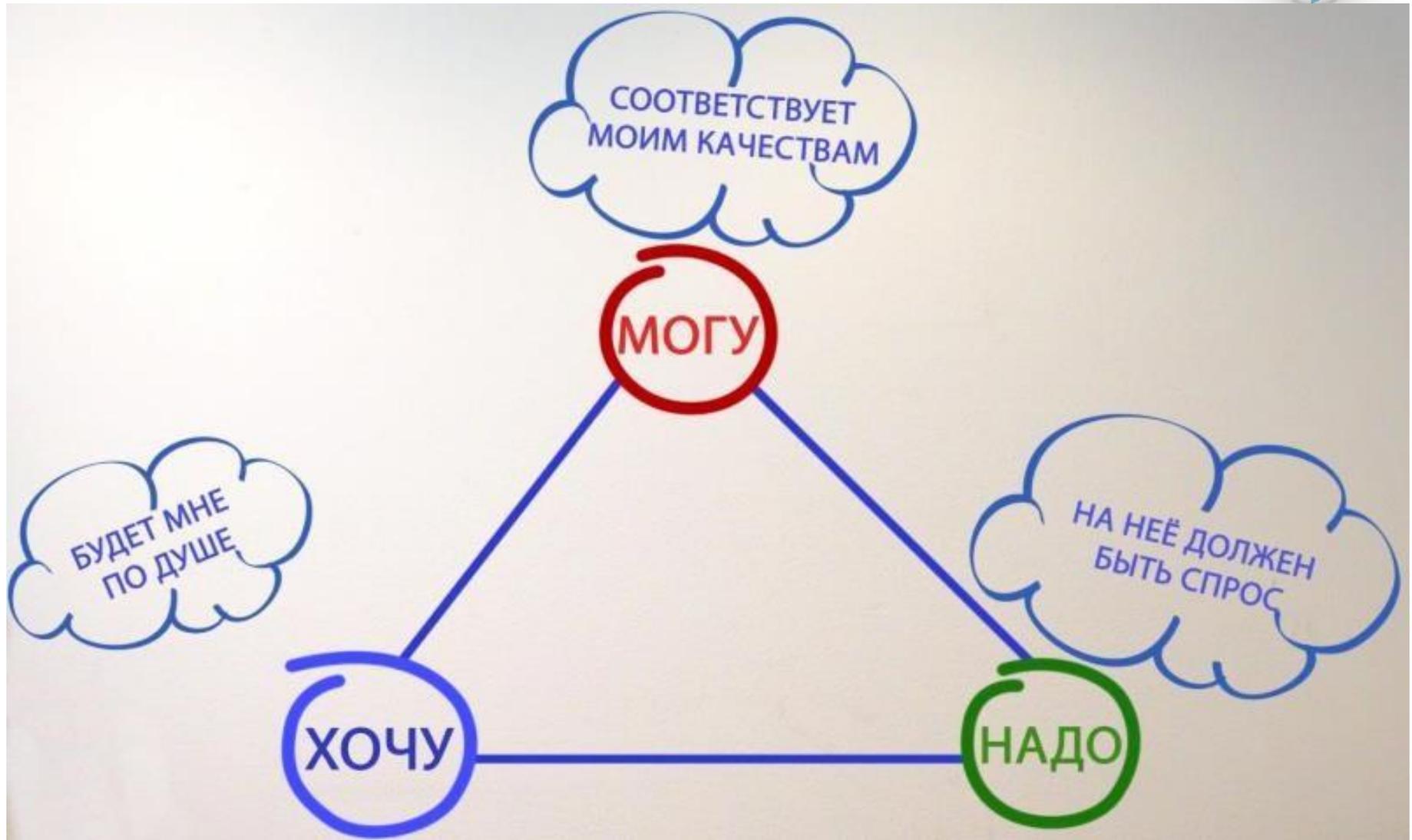
**9**

Специалист по организационному развитию

**10**

Специалист по обслуживанию информационных технологий

Шаг 2: Сделать осознанный выбор



Шаг 3: Определиться с выбором



1. Посмотреть список профессий будущего
2. Выбрать направления, которые соответствуют способностям и интересам.
3. Найти ВУЗ, в котором давно готовят хороших специалистов по этим направлениям/направлению.
4. Узнать условия приема и обучения.
5. Поступить в ВУЗ.



Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Профиль

Маркетинг

Профиль

**Международный
менеджмент**

Новые профессии, связанные с маркетингом, от HeadHunter



1. E-Detailer
2. Маркетолог e-commerce
3. Email-маркетолог
4. Специалист по развитию бренда работодателя
5. Продакт-менеджер по развитию RTB (DSP в особенности)
6. Аналитик Big Data
7. Персональный брендмейкер/Персональный бренд-менеджер
8. Интернет-байер
9. Аналитик (моделирование рынка)
10. TV Buyer
11. Тренд-вотчер
12. Менеджер по маркетинговым коммуникациям
13. Customer Care Specialist
14. Визуальный мерчендайзер
15. Digital-маркетолог
16. Маркетолог в социальных медиа (SMM)



Обязанности маркетолога



- Проводит маркетинговые исследования.
- Изучает рынок, поведение потребителей и предпочтения.
- Анализирует спрос на товар и прогнозирует потребности.
- Определяет конкурентоспособность товара.
- Разрабатывает рекламные кампании.

Главные качества маркетолога



- Коммуникабельность
- Внимательность
- Стрессоустойчивость
- Аналитик
- «Придумыватель»

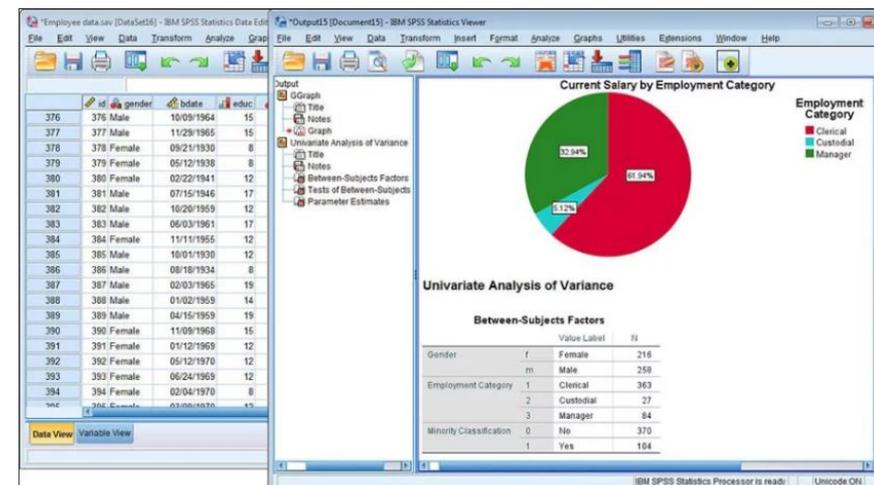
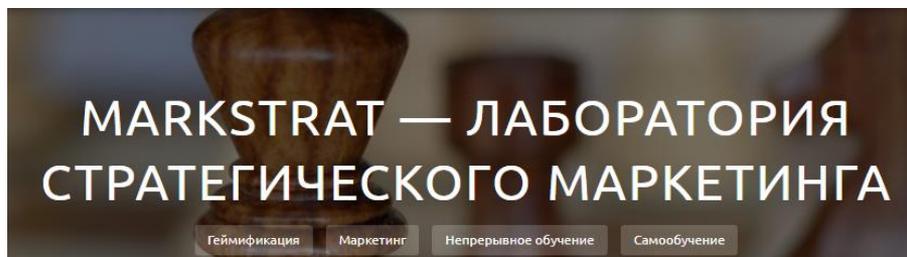


Маркетинг - это основной инструмент бизнеса.

Маркетологи двигают торговлю и ... мир.



- применяем компьютерную бизнес симуляцию Маркстрат.
- обучаем маркетинговым исследованиям с использованием программного пакета SPSS.
- совместно с Университетом Тренто реализуем международный конкурс «Маркетинговый вызов Тренто». Интернациональные команды студентов решают реальные бизнес кейсы по заданиям итальянских и испанских компаний.



Проект «Неделя маркетинга и рекламы»



УрГЭУ УНИВЕРСИТЕТ УРАЛСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕLSКОГО ЦЕНТРА

У Неделя маркетинга и рекламы

<p>19 октября 11.50-13.20 а.461 Мария Гаврилова, Патентный поверенный РФ, руководитель компании Z&G Patent «Практика регистрации товарных знаков»</p>	<p>21 октября 14.30-16.00 а.152 Ксения Архангельская, основатель Клуба персонального брендинга ЯИМастерская, доцент кафедры МиММ УрГЭУ «Персональный брендинг и нетворкинг для успеха в бизнесе и карьере»</p>	<p>23 октября 12.00-15.00 а.657 Наталья Турабаева, старший специалист Департамента аудита КРМГ «Time Management: навыки управления временем»</p>
<p>20 октября 13.50-15.20 а.601 Даниил Силантьев, управляющий партнер первого на Урале email-агентства inbox Marketing, сооснователь проекта Email-Competitors.ru «Email-маркетинг для реального бизнеса: эффективность, которой вы не ждали!»</p>	<p>22 октября 10.10-11.50 а.657 Мария Заботина, руководитель пресс-службы HeadHunter Урал «Как найти работу молодому специалисту»</p>	<p>12.00-13.20 а.461 Наталья Мерзлякова, директор по маркетингу и продажам ООО "Хладокомбинат № 3. «Маркетинговые стратегии предприятия»</p>
<p>21 октября 14.00-14.30 а.152 Презентация книги первого заместителя руководителя Администрации Губернатора Свердловской области В.Р. Дубичева «Миф и политика: новые технологии искажения информации»</p>	<p>14.00-15.30 а.754 III студенческая Всероссийская научно-практическая конференция «Менеджмент и маркетинг: вызовы XXI века»</p>	<p>13.50-15.30 а.461 Наталья Доброчасова, директор по маркетингу ООО «КОМЕК МАШИНЕРИ» «Практика маркетинга на B2B рынке»</p>
	<p>18.50-19.50 а. 461 Курбетьева Ксения, директор компании «Business-Compass» «Начинающий маркетолог как продукт на конкурентном рынке труда. Как и кому продать себя»</p>	<p>15.30-17.30 а.150 Круглый стол «Маркетинг и реклама 2015. Актуальные тренды и новые технологии»</p>

ПАРТНЕРЫ

АКАР АССОЦИАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ АГЕНТСТВ РОССИИ | **hh.ru** HeadHunter | **KPMG** cutting through complexity | **ИММА** RU | **ЯИМастерская** Клуб Персонального Брендинга | **web2win** интернет маркетинг логотип | **Штольцман и Кис** WWW.SHOLTCMAN.COM | **AMG** | **KOMEK** | **TTANSOFT** | **Z&G. Patent** Лицензия на изобретение и патент | **DC** DONE CREATIVE | **inbox Marketing**

СТУДЕНТЫ И МАГИСТРАНТЫ, ПОСЕТИВШИЕ 3 И БОЛЕЕ МАСТЕР-КЛАССА, ПОЛУЧАТ СЕРТИФИКАТ



Школа цифрового и аналитического маркетинга (работа с реальными кейсами)



УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Сведения об образовательной организации

СМИ о нас, интервью, новые экспорты

Критику

События

Февраль 2019

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
					1	2
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

СТАРТОВАЛА ШКОЛА ЦИФРОВОГО И АНАЛИТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА
Объявлено 01.11.2018

Школа цифрового и аналитического маркетинга – это личный проект кафедры маркетинга и негосударственного менеджмента. Участники школы – студенты, обучающиеся на профиль «креативный менеджмент и маркетинг».

На открытии Школы цифрового и аналитического маркетинга проректор по учебно-методическим вопросам и качеству образования Сергей Речнев подчеркнул важность проекта для развития практических навыков студентов, обучающихся в УрГУ. По его словам, важной задачей обучения является связь теории с практикой в стенах университета.

Научный руководитель Школы цифрового и аналитического маркетинга Галина Капустина, заведующая кафедрой маркетинга и негосударственного менеджмента, обозначила главную цель проекта – создание площадки для развития практических навыков аналитического решения маркетинговых задач с помощью современных цифровых технологий в процессе решения реального бизнес-кейса ПАО «НПС».

Кейс для работы студентам представила руководитель по управлению услугами фиксированного бизнеса на национальном рынке ПАО «НПС» Ксения Савицкая, которая рассказала о фиксированном бизнесе НПС, о структуре работы в абонентах в целом, об источниках полученной информации ПАО «НПС».

Главная цель исследования – сокращение показателей активного оттока фиксированного бизнеса НПС. Студентам предстоит определить наиболее распространённые причины оттока абонентов фиксированного бизнеса, выявить наиболее значимые для потребителей параметры услуг, понять, как структура НПС и её конкуренты реагируют на желание расширить договор. На основе полученной информации студенты предложат свои методы и механизмы работы с оттоком в сегменте, либо озвучат предложения по

Кейс ПАО «МТС»



Фиксированный бизнес

Ксения Савельева
Руководитель по управлению услугами
фиксированного бизнеса на массовом рынке
ПАО «МТС» Свердловская область



Цель исследования: сокращение показателей активного оттока фиксированного бизнеса МТС (*предыстория*)

Задачи исследования:

- определить наиболее распространенные причины оттока абонентов фиксированного бизнеса
- выявить наиболее значимые для потребителя параметры услуг фиксированного бизнеса
- понять, как сотрудники МТС и компаний-конкурентов реагируют на желание расторгнуть договор выясняют ли сотрудники причину расторжения договора: применяются ли методы удержания абонента, если да, то какие

На основе полученной информации предложить свои методы и механизмы работы с оттоком в салонах, либо озвучить предложения по доработке существующих.

ЦА: абоненты фиксированной связи, сотрудники салонов связи МТС и конкурентов

Выборка:

- салоны МТС: 10 шт. по 3 тайных на салон + по 1 сотруднику салона
- салоны конкурентов: Ростелеком, Дом.ру, Convex, Планета, Инсис, Билайн по 2 тайных на салон
- абоненты: 50 абонентов МТС, 30 абонентов конкурентов

Процедура работы с абонентом в салоне



Шаг 1. Выясните причину расторжения;
Шаг 2. Проинформировать о преимуществах сети МТС по сравнению с другими операторами;
Шаг 3. Проинформировать о новых услугах компании, действующих программах, льготах и скидках;
Шаг 4. Подобрать Абоненту или представителю Абонента оптимальные условия обслуживания;
Шаг 5. Предложить сменить тарифный план на более подходящий;
Шаг 6. Если Абонент отказывается, то предложить Абоненту или представителю Абонента принять участие в действующих программах льгот и скидок или сменить тарифный план на акционный;

Удержание словом,
сочувствием,
решением
проблемы

Удержание
приостановлением

Удержание ценой:
- спец. тариф
- скидка



Профиль «Международный менеджмент», навыки:



- Оперативное управление международной компанией.
- Экономическая оценка международных проектов, маркетинга.
- Бизнес-планирование.
- Методы изучения мировых рынков.
- Технологии международного предпринимательства.
- Ведение переговоров с иностранными партнерами.
- Владение двумя иностранными языками.

В процессе обучения:

- Дисциплины и учебные программы сопоставимы с европейскими университетами.
- Изучение двух деловых иностранных языков с первого курса по выбору: английский, немецкий, французский, испанский, китайский.
- Профессиональные дисциплины на иностранном языке.
- Использование в учебном процессе кейс-методов, ролевых и ситуационных игр, тренингов, мастер классов менеджеров-практиков.



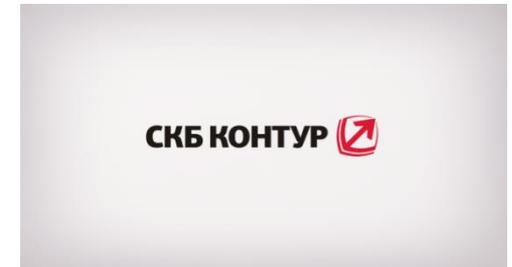
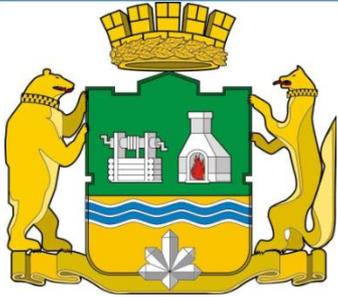
- Получение дополнительной квалификации – диплома переводчика в сфере профессиональной коммуникации.
- Возможность обучения в течение семестра в зарубежных университетах – партнерах УрГЭУ.
- Возможность продолжения обучения в магистратуре УрГЭУ по программе двойных дипломов с Высшей школой бизнеса Бургундии (г. Дижон, Франция).



[Главная](#) » [Достижения студентов](#)

Студенты международного менеджмента Польшнякова Екатерина и Накаряков Артемий выиграли грант на обучение в университете г. Дунайварош (Венгрия) в течение осеннего семестра

Партнеры:





- ООО «Ашан»
- ООО «Зара хом СНГ»
- ООО «Лаш Раша»
- ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен»
- АО «ПО «Уральский оптико-механический завод»
- ООО «Марс»
- ООО «Пневмостроймашина – Экспорт»
- ООО «Эйч энд Эм Хеннес энд Мауриц»
- ООО «Массимо Дути»
- ООО «Уральский центр прикладного бизнес образования»
- Уральская торгово-промышленная палата
- предприятия малого бизнеса и др.

ЧТО ДОЛЖЕН УМЕТЬ СПЕЦИАЛИСТ БУДУЩЕГО

1 Быть кросс-функциональным – работать на стыке профессий

2 Уметь работать удаленно

3 Быть профессионалом big data - уметь собирать и распоряжаться большим объемом информации

4 Уметь самообучаться - развитие IT-технологий будет стремительным

5 Быть «универсальным солдатом»: знать несколько языков, уметь творчески мыслить, обладать soft skills - умением мягко, терпеливо, доброжелательно добиваться целей

6 Быть готовым переобучаться всю жизнь

7 Знать основы IT-технологий

8 Быть готовым менять до 10 профессий в течении жизни

9 Быть способным к научным дисциплинам - подавляющее большинство видов работ будет выстроено на компьютерных технологиях

10 Быть готовым к кросс-культурным перемещениям - работе в разных странах в виду глобализации



О КАФЕДРЕ

СТУДЕНТАМ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ДОСТИЖЕНИЯ СТУДЕНТОВ

РАБОТА/ПРАКТИКА



УрГЭУ УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

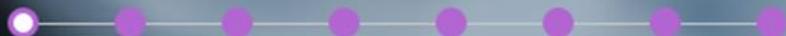
ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

+7 (343) 221-27-46, +7 (343) 221-17-86



кафедра
маркетинга
и международного
менеджмента
УрГЭУ



<http://meu.usue.ru/>