

# ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И КОММЕРЦИИ

*Р.Б. Ноздрёва*

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. Россия, 119454, Москва, пр. Вернадского, 76.

*Вопросы управления и регулирования на государственном и межгосударственном уровне, системы менеджмента ведущих компаний мира, формы и методы организации управленческой, маркетинговой, коммерческой и рекламной работы – относительно новые направления в отечественной науке. В российских вузах они стали вводиться в учебный процесс только во второй половине 1980-х г. В МГИМО эти научные направления разрабатываются уже свыше 60 лет.*

*Научная школа кафедры менеджмента и маркетинга и кафедры управления внешнеэкономической деятельностью отличается международной направленностью и ориентируется на разработку организационных форм и методов управления, рыночной стратегии, маркетинга и коммерции в контексте внешнеэкономической и международной деятельности отечественных организаций и фирм на базе комплексного исследования передового управленческого опыта ведущих зарубежных стран.*

*На ранней стадии своего существования основное внимание школы было сосредоточено на методологических и практических аспектах международной коммерции и рекламы. Но постепенно стали развиваться исследования в области менеджмента и маркетинга и начала формироваться научная школа в этой области на базе изучения соответствующих теорий и технологий ведущих зарубежных стран и прежде всего ТНК. Первоначально данное направление развивалось в МГИМО на кафедре международных экономических отношений факультета МЭО. Речь идёт о таких дисциплинах, как организация и техника внешнеэкономических операций на мировых рынках, управление внешнеэкономической деятельностью в зарубежных странах, конъюнктура мировых товарных рынков, товароведение и др.*

*В изданном в 1975 г. учебнике заслуженного деятеля науки РФ, д.э.н. профессора И.Н. Герчиковой «Организация и техника внешнеторговых операций на капиталистическом рынке» уже содержались разделы, посвящённые вопросам менеджмента и маркетинга: организационной структуре фирм, их международной маркетинговой работе, международной рекламе и т.д. В работах д.э.н. профессора Ф.Г. Пископеля, д.э.н. профессора С.П. Никитина были систематизированы формы и методы конъюнктурных исследований, которые являются неотъемлемой частью маркетинговой деятельности компаний на мировых рынках.*



**Ключевые слова:** международный менеджмент, международный маркетинг, международная коммерция, организация и техника внешнеэкономических операций на мировых рынках.

В марте 1979 г. на факультете международных экономических отношений в целях обеспечения высокой профессиональной подготовки специалистов-практиков для внешнеэкономической сферы была создана кафедра организации и управления внешней торговлей. Первым её заведующим стала заслуженный деятель науки РФ, почётный профессор МГИМО Ирина Никоновна Герчикова, в её трудах и были заложены основы мгимовской школы менеджмента, маркетинга и коммерции. Название кафедры, её профиль и набор преподаваемых дисциплин на протяжении 35 лет менялись и дополнялись в соответствии с требованиями времени. В 1988 г. она получила новое название – кафедра управления внешнеэкономическими связями и маркетинга. На её базе на факультете международных экономических отношений было создано отделение маркетинга и внешнеэкономической рекламы. Помимо традиционных для кафедры дисциплин, в этот период были разработаны и введены в учебный процесс новые курсы: «Маркетинг», «Автоматизированные системы управления в организациях внешнеэкономического комплекса», «Международное коммерческое дело», «Международное рекламное и выставочное дело», «Товарные биржи и биржевые операции», «Международное патентно-лицензионное дело».

С началом активной перестройки экономических механизмов в России и реорганизации её внешнеэкономических связей на кафедре были существенно изменены и набор, и содержание основных дисциплин, введены новые учебные курсы. В частности, в учебный процесс были введены дисциплины «Менеджмент», «Инновационный менеджмент», «Стратегический менеджмент», «Международная стандартизация и сертификация продукции», «Управление предприятием в РФ», «Управление производством», «Использование ЭВМ в коммерческой деятельности», «Управление персоналом», «Организационное поведение».

В связи с изменением содержания учебного процесса и расширением проблематики научной работы в 1993 г. кафедра получила новое наименование – кафедра менеджмента и маркетинга. В качестве выпускающей кафедры она была закреплена за факультетом международного бизнеса и делового администрирования.

С 1997 г. кафедру менеджмента и маркетинга возглавляет заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., профессор Раиса Борисовна Ноздрёва. За этот период были значительно расширены специализированные сферы подготовки на основных программах бакалавриата и в магистратурах факультета международного бизнеса и делового администрирования факультета международных экономических отношений, а также на факультете прикладной экономики и коммерции. Кафедральные курсы, базовые для менеджеров и экономистов-международников в области менеджмента, маркетинга и организации бизнеса, в

настоящее время преподаются также в Международном институте управления и права, в Международном институте энергетической политики и дипломатии, на факультетах международной журналистики и международных отношений.

Ведущие профессора кафедры менеджмента и маркетинга – Н.Б. Ноздрёва, М.И. Соколова, Н.Ю. Кониная, А.Г. Деметьева – явились инициаторами создания и в настоящее время возглавляют такие магистерские и МВА-программы, как: «Международный бизнес», «Международный менеджмент», «Управление внешнеэкономической деятельностью и современные маркетинговые технологии», «Подготовка менеджеров среднего звена», «Международный нефтегазовый бизнес и освоение ресурсов Арктики» и многие др. На кафедре преподаётся около 50 курсов, основными из которых являются «Предпринимательство», «Регулирование предпринимательской деятельности», «Управление международной компанией», «Антикризисное управление», «Управление качеством продукции», «Организационное проектирование», «Международный маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Организационное поведение», «Управление проектами» и т.д.

Творческие разработки преподавателей кафедры дают возможность углублять практические навыки и компетенции студентов и слушателей различных программ бизнес-образования по таким вопросам, как управление человеческими ресурсами, корпоративные слияния и поглощения, бренд-менеджмент, медиапланирование, современные аспекты менеджмента, социология и психология рекламы, разработка рекламного продукта, мерчендайзинг, бизнес-планирование и др.

В последние годы на кафедре по её профилю разработаны около двух десятков курсов на английском языке для совместных с зарубежными вузами программ – российско-французской, российско-франко-итальянской, российско-норвежской, российско-итальянской, российско-английской и т.п. В качестве их примера можно указать «Организацию компании в России», «Развитие предпринимательства в России», «Антикризисное управление в РФ», «Крупный бизнес в России», «Управление рисками», «Управление страновыми рисками», «Иностранное предпринимательство в РФ», «Рекламный рынок в РФ и медиапланирование», «Особенности управления производством в РФ», «Особенности маркетинга в РФ», а также деловые игры: «Анализ зарубежного рынка», «Стратегический менеджмент в России» и др.

Развитие научной работы на кафедре связывается прежде всего с созданием учебников и учебных пособий, а также с применением новых интерактивных методов ведения занятий в форме кейс-стади (реальная ситуация), деловых имитационных и ролевых игр, мультимедийных средств презентации лекционных курсов, «круглых столов», конференций и т.д. Это повышает уровень компетентностного подхода в обучении, когда во главу угла ставится развитие у студентов практических навыков по соответствующим

направлениям преподаваемых дисциплин, формирует умение принимать решения в реальных рыночных ситуациях, включая кризисные.

Кафедра первой в МГИМО в 1970-х гг. стала использовать форму деловых игр, включая игры на иностранных языках с привлечением практиков (профессор А.В. Рудомино, профессор Л.А. Феонова). Преподавателями Г.Д. Крыловой и М.И. Соколовой в 1992 г. был подготовлен первый в России сборник кейсов «Практикум по маркетингу». Особенно интересны:

- междисциплинарная деловая игра по коммерции (оригинальные программы по выбору рынка, оценке качества, сертификации, проведению экспертной оценки по выбору контрагента);
- занятия по маркетингу (имитационная компьютерная игра «Конкуренция», тест-контроль);
- имитационная компьютерная игра «Цена и товар» (по международному маркетингу);
- игра «Предприниматель» (по стратегическому менеджменту);
- «Управление цепочками поставок» (по менеджменту);
- тренинг «Лидерство» (по организационному поведению);
- бизнес-планирование по менеджменту и др.

Совершенствуются и компьютерные программы, используемые в учебном процессе (к.тех.н., доцент В.Ю. Гречков). Введена практика компьютерной подготовки лекционного материала с использованием мультимедийной техники, издаются учебные пособия и учебные материалы на электронных носителях. В связи с развитием в Университете различных целевых программ магистерской подготовки и программ МВА, кафедрой разработан и читается целый ряд курсов по специализированным направлениям менеджмента, маркетинга и организации международного бизнеса, в частности, в сфере нефтегазодобычи, электроэнергетики, железнодорожных перевозок, индустрии спорта, военно-технического сотрудничества и др.

Результаты научной и научно-методической деятельности учёных нашли своё отражение в десятках монографий и учебников. Около 40 учебников и пособий кафедры имеют гриф Министерства образования и науки РФ и соответствующих УМО. При этом учебник «Менеджмент» (автор И.Н. Герчикова) выдержал четыре издания и был награждён в 2001 г. дипломом № 1 победителя конкурса «Деловая книга России». Учебник «Маркетинг» (авторы Р.Б. Ноздрёва, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков) был награждён в 2002 г. золотой медалью Всероссийской книжной выставки, организованной Министерством образования РФ. Только за период с 2000 по 2013 г. общий объём научных и научно-методических публикаций составил около 5000 печатных листов.

На кафедре оказываются консультационные услуги российским предприятиям и организациям, а также вузам по вопросам менеджмента, маркетинга и рекламы, организуются стажировки

российских и зарубежных преподавателей, ведётся серьёзная научно-информационная работа, постоянно пополняются базы данных из источников в электронном виде через разрешённый доступ к зарубежным вузовским библиотечным и другим компьютерным сетям периодических изданий.

Учёные кафедры поддерживают контакты более чем с 50 российскими и 20 зарубежными вузами, а также со многими отечественными и иностранными компаниями и организациями, ассоциациями менеджмента, маркетинга и рекламы. Кафедра стала инициатором создания бизнес-инкубатора в МГИМО (руководитель – к.э.н., доцент О.М. Хотяшева), который в настоящее время активно сотрудничает с зарубежными структурами и способствует развитию у студентов навыков по start-up в бизнесе и разработке бизнес-планов в реальной предпринимательской среде.

Научная школа кафедры менеджмента и маркетинга является базовой для становления и развития общероссийской школы менеджмента, маркетинга, коммерции и рекламы. В частности, при подготовке соответствующих стандартов Минобразования первого, второго и третьего поколений были учтены её предложения. С 1992 г. профессор Р.Б. Ноздрёва возглавляет учебно-методический совет Учебно-методического объединения МГИМО при Министерстве образования и науки РФ по специальности «Реклама», которое объединяет свыше 80 вузов (в настоящее время – сопредседатель Совета «Реклама и связи с общественностью»). Активным членом данного Совета является доцент кафедры, к.э.н. Е.А. Рудая.

По инициативе кафедры проводятся общероссийские и международные конференции и семинары. Все преподаватели кафедры имеют учёные степени. В её составе 6 докторов и 10 кандидатов наук. В последнее время научный потенциал кафедры усилился защитившими докторские диссертации Н.Ю. Кониной и А.Г. Дементьевой. Преемственность в развитии научной школы обеспечивается активной работой по воспитанию молодых учёных. За 35 лет под руководством профессоров и доцентов кафедры было защищено около 70 диссертаций.

Растущая потребность в специалистах в области международной коммерции повлекла за собой структурную новацию – в октябре 2008 г. из кафедры выделена самостоятельное подразделение кафедра управления внешнеэкономической деятельностью, которую возглавила к.э.н., профессор Ольга Ильинична Дегтярёва. Основными стали дисциплины, связанные с управлением внешнеэкономической деятельностью и международным бизнесом в разных секторах мировой экономики. Преподавателями этой кафедры были разработаны все необходимые учебные курсы, вместе с тем продолжающие традиции коммерческой школы МГИМО. Среди них такие дисциплины, как:

- «Международный оффшорный бизнес»;
- «Общая теория рисков»;
- «Управление рисками в международном бизнесе»;

- «История коммерции»;
- «Техника проведения деловых переговоров»;
- «Деловой протокол и этикет»;
- «Международная стандартизация и сертификация»;
- «Торговые операции на мировом рынке нефти и стратегии хеджирования»;
- «Инновационный менеджмент в ТЭК»;
- «Иностранное предпринимательство»;
- «Управление биржевыми операциями»;
- «Франчайзинг в международном бизнесе» и ряд других.

Преподавателями был подготовлен ряд учебников и учебных пособий: «Международное торговое дело», «Биржевое дело», «Биржевая торговля в сфере ТЭК», «Управление рисками в международном бизнесе», «Стратегический менеджмент», «Кейсы и кейс-стади: вопросы методологии».

#### Об авторе

**Ноздрёва Раиса Борисовна** – д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента и маркетинга, МГИМО(У) МИД России.

## SCHOOL OF MANAGEMENT, MARKETING AND COMMERCE STUDIES

**R.B. Nozdryova**

Moscow State Institute of International Relations (University), 76 Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**Abstract:** *Governance and regulation at the national and international level, the management system of the leading companies in the world, forms and methods of management, and marketing, commercial and advertising work form a relatively new subject field in domestic science. These issues have been introduced into the educational process in Russian universities in the second half of the 1980s. At the MGIMO these research areas have been developed for more than 60 years.*

*Scientific School of the Department of Management and Marketing and the Department of Management Foreign Economic Activity is oriented at the international level and focuses on the development of organizational forms and methods of management, marketing strategy, marketing, and commerce in the context of foreign trade and international activities of domestic firms and organizations on the basis of a comprehensive study of advanced management experience of leading foreign countries.*

*In the early stages of its existence, the school was focused on methodological and practical aspects of international commerce and advertising. But gradually its research encompassed the field of management and marketing, and the scientific school in the field of international management and marketing was established on the basis of examination of relevant theories and experiences of leading foreign countries, and especially multinational companies. Originally these studies were conducted by the Department International Economic Relations of the Faculty of International Economic Relations at MGIMO. The disciplines included studies of the foreign trade operations in global markets, management of foreign economic activities in foreign countries, world commodity markets, and others.*

*The textbook "Organization and technology of foreign trade in the capitalist market" by I.N. Gerchikova, Honored Scientist of the Russian Federation, Doctor of Economic Science, Professor, published in 1977 already contained sections on management and marketing, including the organizational structure of firms and their international marketing work, international advertising, etc. Ph.D. Professor F.G. Piskoppel, Ph.D. Professor SP Nikitin systematically analyzed forms and methods of market research, which are an integral part of the marketing activities of companies in global markets.*

**Key words:** international management, international marketing, international commerce, foreign trade operations in global markets, management of foreign economic activities of foreign countries, world commodity markets.

#### About the author

**Nozdryova R.B.** – Doctor of Economics, professor, the head of management and marketing chair, MGIMO-University.