

А. Грекова, студентка 4-го курса
факультета социологии ГУ ВШЭ

Е. Копьева, студентка 4-го курса
факультета социологии ГУ ВШЭ

Стратегия позиционирования ГУ ВШЭ в сегменте магистратуры

Аннотация. Статья посвящена стратегии позиционирования ГУ ВШЭ в условиях усиления конкуренции на рынке высшего образования в сегменте магистратуры. В статье уделяется внимание критериям выбора магистратуры ГУ ВШЭ абитуриентами, среди которых наиболее отчетливо прослеживается ориентация на престижность диплома вуза и последующие перспективы трудоустройства. За счет того, что статья базируется на данных не только мониторинга «Первокурсник магистратуры ГУ ВШЭ», но и статистики, а также открытых источников, проводится сравнительный анализ стратегии позиционирования основных конкурентов университета (МГУ и МГИМО) в данном сегменте.

Ключевые слова: поступление в магистратуру, позиционирование вузов.

Введение

До начала 2009/2010 учебного года двухуровневая система образования практиковалась в небольшом количестве вузов. Ее повсеместное введение обсуждалось всеми — от обывателей, преподавателей, студентов до министерств. Высказывались как положительные оценки, так и отрицательные. По мнению министра образования А.А. Фурсенко, введение двухуровневой системы «позволит повысить эффективность использования бюджетных средств, существенно расширить участие работодателей в финансировании подготовки кадров, причем преимущественно на второй ступени — магистратуре. Более того, с дипломами бакалавров и магистров наши ребята смогут без проблем продолжать поступать в европейские вузы, устраиваться на работу в западные компании» [1]. Среди причин критики интеграции России в европейское образовательное пространство специалисты называют несоответствие системы рынку труда. Кроме того, они высказывают опасения относительно ухудшения качества преподавания и снижения доступности высшего образования за счет роста оплаты, причем опасения первого типа наиболее характерны для преподавателей, а второго — для студентов [3].

Однако, несмотря на недовольство ряда участников Болонского процесса, введение системы «4+2»

продолжается, поэтому сейчас большинство вузов начинают проявлять интерес не только к мнениям студентов, но в особой степени к их практическим действиям по получению магистерского образования. Такой интерес вызван стремлением успешно привлекать в университет тех, кто все-таки выбрал для себя путь обучения в магистратуре. Даже если в данный момент студенты не искушены в выборе магистерских программ, то через пару лет, по мере увеличения числа людей с дипломами бакалавра, конкуренции не избежать. Поэтому уже сейчас вузы используют различные способы для привлечения абитуриентов: скидки, междисциплинарные программы, возможности получения двойных дипломов, бесплатные курсы подготовки и многое другое. Но вопросы о том, что именно является основными факторами поступления в магистратуру и каковы критерии предпочтения одной магистратуры другой, пока остаются открытыми. ГУ ВШЭ, с момента своего основания выпускающему магистров и, таким образом, имеющему опыт привлечения абитуриентов, в условиях усиления конкуренции со стороны российских и иностранных университетов, видимо, следует обратить внимание на стратегию позиционирования с целью ее приспособления к изменившейся ситуации.

Цель данной работы — выявление компонентов текущей стратегии позиционирования ГУ ВШЭ в сегменте магистратуры. Перечень поставленных нами задач выглядит следующим образом: описать мотивы поступления в магистратуру, определить факторы выбора магистратуры, выделить основных конкурентов ВШЭ в данном сегменте и проанализировать роль скидок на обучение в привлечении поступающих. В решении поставленных задач мы будем опираться на данные мониторинга «Портрет первокурсника магистратуры», а также на открытые источники данных: статистику поступления в магистратуру Вышки, интервью со специалистами и официальные сайты конкурентов ГУ ВШЭ (МГУ и МГИМО).

Чего хотят абитуриенты?

Стратегия позиционирования вуза зависит, с одной стороны, от требований, которые предъявля-

ют студенты, а с другой — от условий среды, в которой находится вуз. Обратимся к анализу требований студентов, а именно рассмотрим мотивы поступления в магистратуру, наиболее значимые и наименее значимые критерии при поступлении, а также проанализируем роль скидок в привлечении абитуриентов. Основные тезисы данного раздела таковы:

1. Магистратура воспринимается большинством студентов как ступень образования, способствующая развитию их карьеры. Смена специализации как мотив поступления распространена гораздо реже.

2. При поступлении главным критерием становится возможность получения качественного образования и престижность диплома вуза, при этом наибольшее внимание качеству образования придают студенты коммерческого отделения. При выборе магистратуры большое влияние имеют советы преподавателей

3. Первокурсники заинтересованы в совмещении учебы и работы. Возможности международных стажировок и включения в научно-исследовательскую деятельность привлекают их в меньшей степени.

Мотивы поступления в магистратуру: продолжение образовательной траектории

Для анализа мотивов поступающих в магистратуру мы использовали ответы на вопрос «Что для Вас магистратура прежде всего? Это возможность...». Руководство ГУ ВШЭ делает особый акцент на возможности сменить специализацию при поступлении в магистратуру. По словам В.В. Радаева, магистратура дает возможность «поступить и успешно учиться в нашем университете выпускникам других вузов, а также тем, кто решил сменить направление обучения» [7]. В.В. Радаев упоминает также о том, что обучение по системе «4+2», бакалавриат и магистратура, дает возможность «скорректировать свои планы,... сменить факультет, направление обучения или вуз» [7].

Г.Г. Канторович говорит о новой форме обучения следующее: «Она открывает перед ними (выпускниками) замечательную возможность: если ты не слишком удачно выбрал факультет в бакалавриате, но уже заканчиваешь обучение, у тебя есть возможность поменять направление, поменять вуз и выучиться на ту профессию, к которой у тебя лежит душа. Эта система также помогает лучше оценивать качество работы высших школ» [5]. О мотивах поступления в магистратуру мы можем судить по данным, представленным на рисунке 1.

Таким образом, довольно большая часть студентов (22%) поступают в магистратуру из-за желания сменить специализацию. Однако в качестве основных причин поступления в магистратуру большинство студентов отмечают желание расширить свои знания (69%) и получить более конкурентоспособный



Рис. 1. Магистратура — прежде всего... (N = 709; здесь и на рис. 2—4 сумма процентов превышает 100, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа)

диплом (50%), а часть (17%) — возможность начать академическую карьеру. На основании этих данных можно предположить, что с точки зрения студентов магистратура способствует развитию карьеры — либо как фактор, повышающий конкурентоспособность на рынке труда за счет диплома, либо как возможность получить знания в необходимой области (в случае смены специализации), либо как начало академической карьеры.

Стоит отметить, что «желание долше оставаться студентом» более присуще тем первокурсникам магистратуры, которые закончили ГУ ВШЭ. Эту причину выбрали 30% студентов, ранее закончивших ГУ ВШЭ, и 13% выпускников других вузов. Возможность сменить специализацию как причину поступления в магистратуру называли 29% и 14% студентов соответственно. Можно предположить, что студенты, не являющиеся выпускниками ГУ ВШЭ, чаще более осознанно принимают решение о поступлении в магистратуру по сравнению со студентами, закончившими бакалавриат ГУ ВШЭ, и что их решение сильнее связано с карьерными притязаниями.

Критерии выбора магистратуры ГУ ВШЭ и источники информации

Если сравнивать наиболее значимые критерии выбора ГУ ВШЭ бакалаврами и магистрами, то они будут приблизительно одинаковы. Большинство магистров предпочли ГУ ВШЭ, потому что здесь они могут получить хорошее образование по выбранной ими специальности (64%). Помимо этого, играют роль престижность диплома вуза (62%) и уровень профессионализма профессорско-преподавательского состава (47%). Роль советов, отзывов родственников,



Рис. 2. Наиболее значимые факторы при выборе ГУ ВШЭ магистрами (N = 709)

друзей для магистров также велика (31%), но уже не так, как для бакалавров (63%).

К тому же среди тех, для кого при поступлении в магистратуру были значимы советы, прослеживается ориентация на советы преподавателей (23%), а также работодателей и коллег (10%)¹. А вот появление среди главных критериев выбора возможности сочетания работы и учебы (30%) отличает магистров от бакалавров и требует к себе внимания вуза в аспекте создания специальных форматов для такого совмещения.

Мы выделили также факторы, которые магистры-первокурсники реже всего указывали в качестве критериев выбора ГУ ВШЭ. Они представлены на рисунке 3.

Не вызывает удивления появление среди наименее значимых факторов материально-технической оснащенности университета, удобного территориального расположения вуза и наличия рекламы в СМИ и Интернете. Вполне объяснимо и то, что поступающих в магистратуру мало привлекает внеучебная студенческая жизнь, так как мы уже видели, что основной целью поступления в магистратуру для них является расширение знаний, необходимых на рынке труда. А вот отсутствие заинтересованности во включении в научно-исследовательскую деятельность, особенно в свете присвоения Вышке статуса Национального исследовательского университета (НИУ), выглядит

тревожащим. Эта незаинтересованность может быть следствием либо того, что магистры не ориентированы на построение научной карьеры, либо того, что образ ВШЭ настолько сильно связан с успешностью на рынке труда, что поступающие просто не догадываются о том, что Вышка предоставляет и такие возможности.

Стоит отметить, что критерии выбора магистратуры несколько различаются у студентов, поступивших на коммерческое отделение и учащихся на бюджетной основе. Так, в группе коммерческих студентов доля тех, для кого принципиальным фактором выбора стал профессиональный уровень профессорско-преподавательского состава, выше, чем аналогичная доля в группе бюджетных студентов. Возможно, это связано с тем, что среди «платников» выше доля более взрослых людей (студенты коммерческого отделения значимо старше на один год, чем студенты бюджетного отделения: 22,8 против 21,8) и мобильных студентов (на коммерческом отделении их 40%, на бюджетном отделении — только 26%). Кроме того, студенты коммерческого отделения, вкладывая свои деньги, хотят бы быть уверены в эффективности этих вложений. Если в целом критерий широкого выбора курсов в магистратуре мало значим (16%) при поступлении, то для студентов платного отделения он важен, что может говорить, во-первых, об их пристальном внимании к учебному процессу в целом и его результату и, во-вторых, об их желании выбрать те курсы, которые будут лучшим образом отвечать их уникальным образовательным и профессиональным интересам. Таким образом, стереотип, что на коммерческом отделении чаще оказываются посредственные студенты, которым в целом не особенно важны уровень и

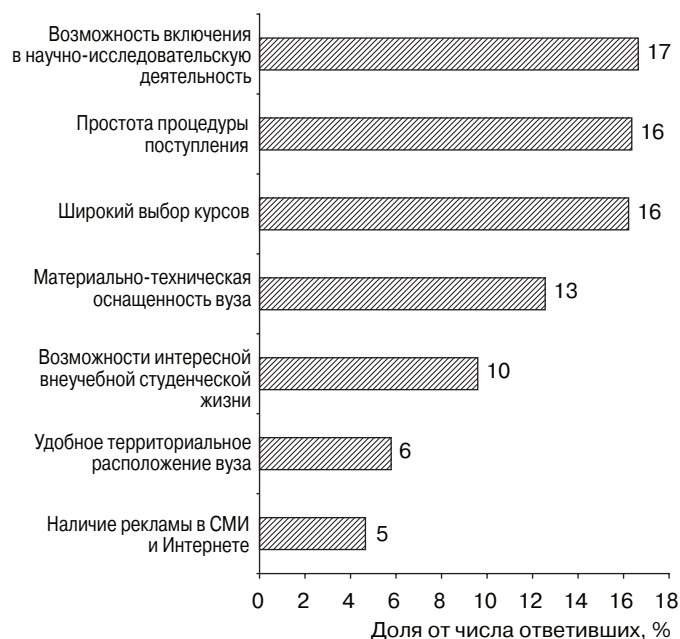


Рис. 3. Наименее значимые факторы при выборе ГУ ВШЭ магистрами (N = 709)

¹ Анализ распределения ответов на вопрос «Если при выборе вуза для Вас были значимы советы и рекомендации других людей, то кто посоветовал Вам поступать в ГУ ВШЭ?»

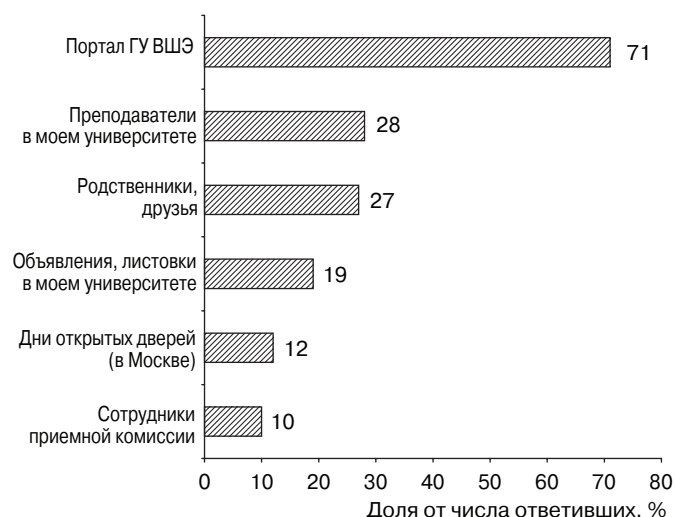


Рис. 4. Основные каналы получения информации при поступлении ($N = 709$)

качество преподавания, не оправдывает себя в магистратуре.

На рисунке 4 представлены основные каналы получения информации о ГУ ВШЭ поступающими в магистратуру в 2009 г.

Стоит обратить внимание на то, что магистратура ГУ ВШЭ ценится преподавателями других вузов, так как именно они советовали бакалаврам, пришедшим из других университетов, поступать в Вышку. Также среди наиболее перспективных каналов рекламы следует отметить распространение информации через социальные сети, главным образом через сайт «ВКонтакте», который является самым популярным (1%) среди респондентов, указавших в качестве источника информации сайты в Интернете (2%), за исключением портала ВШЭ. К тому же надо констатировать, что реклама магистратуры ГУ ВШЭ в СМИ (телевидении, радио, журналах) на сегодняшний день малоэффективна или недостаточна [2]: лишь 1% поступивших слышали что-либо о Вышке по радио (Эхо Москвы) и по телевидению в новостных выпусках.

Скидки как важный фактор привлечения абитуриентов

Одним из пунктов критики введения двухуровневой системы образования в России является повышение стоимости высшего образования и, как следствие, его элитарности. Однако в 2009 г. число бюджетных мест в магистратуре России было увеличено и составило 35 000, в дальнейшем планируется, что количество бесплатных мест в бакалавриате и магистратуре сравняется [8]. Например, 70% поступивших в магистратуру ГУ ВШЭ в этом году обучаются бесплатно [9].

Более того, абитуриенты ГУ ВШЭ, сдавшие все вступительные экзамены и набравшие в сумме на 1–3 балла меньше проходного на бюджетные места, могут получить скидку от 30% до 50%. В последую-

щие годы скидки на оплату обучения предоставляются в зависимости от успеваемости.

Предоставление скидок на обучение в магистратуре — крайне эффективный инструмент привлечения студентов, так как скидка может быть не просто детерминантом выбора вуза, а фактором принятия решения о продолжении обучения именно в магистратуре, а не в получении, например, второго высшего образования. Стоит отметить, что более половины поступивших (60%) на коммерческой основе имеют скидки на обучение. При этом на коммерческое отделение поступает больше людей с факультетов экономики и управления, а скидки получают чаще магистры социально-гуманитарных факультетов².

Внешняя среда

Обратимся к анализу конкурентной среды, в которой ГУ ВШЭ приходится выстраивать свою стратегию позиционирования. Сначала выделим основных конкурентов ВШЭ и зафиксируем конкурентные преимущества в сегменте магистратуры, а затем сравним спрос на их магистратуру и магистратуру ВШЭ. Основные тезисы таковы:

1. Магистратура МГУ диверсифицирована гораздо больше, чем магистратура ВШЭ. Магистерские программы МГИМО в большинстве своем реализуются совместно с иностранными университетами, а также имеют узкую практическую направленность.

2. Конкурс в магистратуру МГИМО выше, чем в магистратуру ВШЭ, но обеспечивается за счет выпускников их бакалавриата. Спрос на магистратуру Вышки очень насыщен.

Конкуренты ГУ ВШЭ: МГУ и МГИМО

В сегменте магистратуры главными конкурентами ГУ ВШЭ являются МГУ им. М.В. Ломоносова и МГИМО МИД России. Во-первых, это обусловлено тем, что только указанные вузы могут сравниться с ГУ ВШЭ по количеству мест в магистратуре. Во-вторых, у них накоплен сравнимый опыт по организации программ такого рода: в МГИМО первая магистерская программа была создана в 1994 г., а в МГУ — в 1992 г. Так, в 2009 г. общее число предоставляемых учебных мест в магистратуре ГУ ВШЭ составило 1270, причем 72% мест (830) были обеспечены государственным финансированием. Для сравнения в магистратуру МГИМО в этом же году было принято 555 человек и только 45% (241) из них — на бюджетной основе. А в МГУ в течение 2008 г. по программам магистратуры первого и второго курса всего обучались 1080 человек, и 48% из них являются иностранными

² Распределение факультетов по блокам см. в Приложении.

Таблица 1

**Сравнение магистратуры МГУ, ГУ ВШЭ и МГИМО
по степени диверсификации и стоимости**

Направление	Число магистерских программ на направлении			Стоимость обучения в магистратуре, тыс. руб. за два семестра		
	МГУ	ГУ ВШЭ*	МГИМО**	МГУ	ГУ ВШЭ	МГИМО
Экономика	7	8	7	275	200—280	250—312
Социология	2	4	—	203	135	—
Журналистика	10	1	1	203	135	294
Психология	16	3	—	230	135	—
Юриспруденция	—	2	5	—	135—200	208
Философия	5	1	—	203	135	—
Менеджмент	10	8	6	310	200—250	208—312
Политология	3	2	2	203	165	208
Международные отношения	—	1	3	—	280	208

* В ГУ ВШЭ помимо представленных реализуется еще два направления — «Бизнес-информатика» и «Прикладная математика и информатика».

** В МГИМО МИД России реализуется также направление «Регионоведение».

гражданами. Эта ситуация объясняется тем, что на некоторых направлениях, например «Юриспруденция», набор в магистратуру осуществляется только среди иностранных граждан. Таким образом, несмотря на то что по числу реализуемых магистерских программ МГУ имеет огромное преимущество по сравнению со своими конкурентами (главным образом, МГИМО и ГУ ВШЭ), набор в вузе крайне малочислен. При том что магистратуры ГУ ВШЭ и МГИМО имеют меньшее количество программ (36 и 24 соответственно) и спектр их направленности гораздо уже (11 и 7 направлений соответственно), они набирают намного больше студентов. Магистратура МГУ мало представлена на рынке высшего образования, хотя имеет множество действительно инновационных программ, — например, в 2008 г. на базе МГУ была создана магистратура по нанотехнологиям.

Поскольку ГУ ВШЭ и МГИМО данные направления подготовки магистров в принципе отсутствуют, стоит провести сравнение предлагаемых ими продуктов по направлениям, имеющимся во всех трех образовательных учреждениях: «Экономика», «Менеджмент», «Международные отношения», «Политология», «Социология», «Философия», «Юриспруденция» и «Журналистика» (табл. 1). Оценить уровень развития магистратуры в трех вузах предполагается по степени диверсификации (количество магистерских программ на одном направлении) и стоимости обучения.

Как мы видим, на гуманитарных направлениях магистратура МГУ более дифференцирована. Несмотря на то что ГУ ВШЭ признается ведущим экономическим вузом страны, число магистерских программ по направлению «Экономика» всего на одну превышает их количество в МГУ, а на направлении «Менеджмент» и вовсе меньше. На направлениях «Журналистика» и «Психология» количественное

преимущество магистратуры МГУ еще заметнее. Однако по направлению «Международные отношения» подготовка магистров в МГУ отсутствует. Таким образом, достаточно высокая степень диверсификации продукта на данном рынке еще не приводит к повышению спроса на него. Играть роль и такие факторы, как стоимость обучения, наличие подготовительных курсов, связей с зарубежными университетами. Если посмотреть на стоимость обучения в магистратуре по направлениям «Экономика» и «Менеджмент», то во всех трех вузах она приблизительно равна, хотя все же в магистратурах МГУ и МГИМО несколько выше. На остальных направлениях («Журналистика», «Психология», «Международные отношения», «Юриспруденция», «Политология») стоимость обучения в магистратурах МГУ и МГИМО на порядок выше, чем в ГУ ВШЭ, а если учесть предоставляемые скидки (30—50%), разрыв становится крайне значительным.

Что касается подготовительных курсов, то создается впечатление, что руководство МГУ мало заинтересовано в развитии магистратуры, так как подготовительные курсы удалось обнаружить лишь на направлениях «Экономика» и «Менеджмент». Это в целом соответствует взглядам ректора В.А. Садовниченко, который считает, что система «4 + 2» «понижает уровень высшего образования на один год» [3]. ГУ ВШЭ и МГИМО предлагают курсы по всему спектру направлений подготовки. Более того, в 2009 г. в ГУ ВШЭ открылось бюджетное отделение по подготовке в магистратуру, при котором иногородним студентам предоставляется общежитие, а занятия на подготовительном отделении построены таким образом, чтобы поступившие могли сочетать их с работой, что дает Вышке неоспоримое преимущество перед своими конкурентами.

Связи с зарубежными партнерами хорошо развиты во всех трех вузах. В МГИМО 8 программ реализу-

ются совместно с университетами Франции, Италии, ФРГ, Норвегии и США с выдачей двух магистерских дипломов. ГУ ВШЭ имеет существенный опыт проведения магистерских программ совместно с иностранными партнерами, среди которых Университет Кента (Великобритания), Университет Гумбольдта (Берлин), Университет Париж 1 Пантеон Сорбонна, Бизнес-школа Университета Лидса (Великобритания), Университет штата Делавэр (США) и т.д. Связи МГУ с иностранными университетами также обширны.

Конкурс в магистратуру: к нам идут больше

В 2009 г. конкурс на бюджетные места в магистратуру МГИМО колебался от 1,4 до 6,6 человек на одно место [10]. Наибольшим спросом в этом году пользовались программы «Международная политика и транснациональный бизнес», «Зарубежное комплексное регионоведение» и «Международная журналистика». Конкурс на договорные места варьировался от 1,1 до 3 человек на место. Конкурс на бюджетные места в ГУ ВШЭ колебался от 1,05 до 4,4 человек на место³. Наиболее популярными в ГУ ВШЭ стали программы «Корпоративный юрист» (4,4 человека на место), «Маркетинговые коммуникации и реклама в современном мире» (3,34), «Стратегическое управление логистикой» (3,2). При этом на четырех магистерских программах бюджетные места не были предусмотрены: «Международный бизнес: политические аспекты и управление» (0,2), «Корпоративные финансы» (2,47), «Риск-менеджмент, страхование и актуарное дело» (0,27) и «Фондовый рынок и инвестиции» (2,33).

Несмотря на то что конкурс на места в магистратуре МГИМО представляется более высоким, обеспечен он был большей частью за счет поступления бакалавров МГИМО: доля выпускников других вузов в общем числе принятых составила всего лишь 20%, что на 10% меньше, чем в предыдущие годы [6]. ГУ ВШЭ в этом плане удалось добиться привлечения выпускников других вузов. На всех факультетах университета (за исключением факультетов психологии и философии, где налицо преимущество в пользу выпускников Вышки) сохраняется образовательное равенство или даже преимущество за бакалаврами, специалистами не из ГУ ВШЭ, как, например, на отделении деловой и политической журналистики (на магистерскую программу «Менеджмент в СМИ» конкурс составил 2,7 человека на место) — 60% против 40% выпускников ВШЭ.

Более того, стоит отметить, что 91% поступивших в магистратуру ГУ ВШЭ целенаправленно выбрали именно наш университет. Так, всего 9% поступивших пробовали поступать в магистратуры других вузов на магистерские программы того же направления и

4% — на программы другого направления. К тому же 68% поступили не только в выбранный вуз, но и на четко определенную магистерскую программу. Таким образом, можно отметить, что спрос на магистратуру ГУ ВШЭ очень насыщен.

Выводы

Результаты мониторинга «Портрет первокурсника магистратуры» дают представление о том, какие критерии являются основополагающими при выборе вуза, что позволяет университету выстраивать долгосрочную стратегию развития. Главным критерием выбора ГУ ВШЭ магистрами является репутация вуза у работодателей, поэтому данный элемент должен быть положен в основу стратегии позиционирования. Ценовая политика ГУ ВШЭ налажена превосходно: вуз предлагает качественное образование по низким (относительно МГУ и МГИМО) ценам, что способствует популяризации магистратуры. Еще одним преимуществом ГУ ВШЭ является диверсификация способов поступления. Ни один из конкурентов ВШЭ в данном сегменте (МГУ и МГИМО) не предоставляет столько способов поступления: олимпиада бакалавров, экзамены, конкурсы портфолио.

При этом существуют некоторые аспекты, на которые вузу стоит обратить внимание. Во-первых, возможно, следует увеличить количество реализуемых программ (в первую очередь, по гуманитарным направлениям), а во-вторых, попробовать организовать совместные программы с ведущими компаниями, как это сделано, например, в МГИМО. Программа «Экономические стратегии международных нефтегазовых компаний» реализуется в МГИМО при помощи ОАО «НК «Роснефть», а программа «Менеджмент в области военно-технического сотрудничества и высоких технологий» — совместно с ГК «Ростехнологии». К тому же ГУ ВШЭ необходимо развивать рекламу магистратуры в традиционных СМИ — в журналах, на телевидении и радио, а также попробовать использовать социальные сети в качестве канала распространения информации. Кроме того, университету стоит расширить участие в образовательных выставках, где смогут присутствовать преподаватели других вузов, которые затем, возможно, порекомендуют ГУ ВШЭ своим студентам.

Источники

1. Агранович М. Магистр в законе / Российская газета. № 4314, 2007. URL: <www.rg.ru/2007/03/14/bakalavr.html>

2. Будет ли спрос на магистратуру? / Газета Вышка. № 7, 2008.

3. Макарова М.Н., Соломенников В.С. Болонский процесс: мнения и ожидания / Социологические исследования. 2007. № 6.

³ Расчет произведен на основе данных о числе поданных заявлений на 15 июля 2009 г. URL: <http://ma.hse.ru/mest>

4. Савицкая Н. Это пугающее слово — магистратура / Независимая газета, 2009. URL: <www.ng.ru/education/2009-04-28/8_magistratura.html>

5. Интервью с Г.Г. Канторовичем, опубликованное на сайте ГУ ВШЭ. URL: <<http://www.hse.ru/news/admission/9276907.html>>

6. Интервью с начальником управления магистерской подготовки МГИМО Олейновым А.Г. URL: <<http://faces.mgimo.ru/oleinov/>>

7. Интервью с первым проректором ГУ ВШЭ В. Радаевым, опубликованное на сайте ГУ ВШЭ. URL:<www.hse.ru/news/admission/10425514.html>, <<http://www.hse.ru/news/7999858.html>>

8. Информационный портал Вести. URL:<<http://www.vesti.ru/doc.html?id=259199>>

9. Официальный сайт ГУ ВШЭ. URL:<www.hse.ru>

10. Официальный сайт МГИМО. URL:<<http://www.mgimo.ru/about/structure/3495/3700/news/n118050.phtml>>

Приложение

Распределение факультетов по блокам

Экономико-управленческий блок	Информатико-математический блок	Социально-гуманитарный блок
Факультет экономики	Факультет бизнес-информатики	Факультет социологии
Факультет менеджмента	Факультет математики	Факультет психологии
Факультет государственного и муниципального управления		Факультет права
Факультет мировой экономики и мировой политики		Факультет философии
		Факультет прикладной политологии