



ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки и шифр	Реклама и связи с общественностью 42.03.01
Присваиваемая квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Целевая аудитория	Выпускники средних образовательных учреждений и средних профессиональных учреждений, обладающие способностями к коммуникации, креативным мышлением, владеющие основами компьютерной грамотности и готовые к публичному представлению результатов своего творчества в медиaprостранстве
Цели образовательной программы	<p>Программа создана для формирования востребованных и высокооплачиваемых рынком компетенций по разработке и реализации интегрированных программ коммуникации с участниками рынка, ключевую роль в которых играют цифровые носители, а целью - увеличение прибыли и решение социально значимых задач.</p> <p>Программа направлена на изучение фундаментальных основ экономики, права, психологии, средств массовых коммуникаций, маркетинга, брендинга. На этой основе студентам представляется комплекс дисциплин рекламной аналитики, формируются навыки копирайтинга, нейминга, производства рекламы, медиапланирования, использования других технологий рекламы и PR. Знание технологий позволяет более качественно усвоить представляемые студентам методы управления рекламной и PR деятельностью. Главный приоритет программы – технологии и инструменты цифрового маркетинга, WEB-аналитики, поисковой оптимизации, цифровой рекламы, SMM, электронных продаж, продвижения сайтов, E-mail продвижения, разработки и продвижения цифровых продуктов, организации электронного магазина и др.</p> <p>Основная цель программы – подготовка студентов для работы в ведущих коммуникационных и рекламных агентствах и рекламных службах компаний в качестве руководителей и менеджеров рекламных служб и проектов, копирайтеров, менеджеров по цифровым коммуникациям, SMM-менеджеров, управляющих электронной торговой площадкой, директоров интернет-магазинов, менеджеров по цифровым продуктам, консультантов по рекламе</p>
Руководитель программы	Геннадий Лазаревич Азоев, д.э.н, профессор, директор Института маркетинга ГУУ, заведующий кафедрой маркетинга, Лауреат премии Правительства РФ, Почетный работник высшего профессионального образования, эксперт Российской академии наук, Аналитического центра при Правительстве РФ, Российского научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований.
Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы	<ul style="list-style-type: none">• Преемственность 20-летних традиций подготовки специалистов в области рекламы и PR• Ориентация программы на должностные позиции• Высокий уровень востребованности выпускников на рынке труда

- Высокий уровень стартовой зарплаты
- Изучение иностранного языка
- Активное взаимодействие с профессиональным сообществом
- Участие в разработке рекламных проектов. 20% выпускников строят на этой основе собственный бизнес
- Практика в ведущих коммуникационных агентствах и холдингах
- Возможность прохождения отдельных курсов программы в известном университете Японии – «Мейдзи» (Токио) и Нидерландов – «Фонтис» (Эйндховен)

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Образовательная программа структурирована по модульному принципу. При успешном освоении модулей выпускник может работать на нескольких должностях в сфере цифровой рекламы и связей с общественностью.
- Обучение с использованием интерактивной виртуальной среды и онлайн-сервисов
- Спецкурсы на английском языке
- Разработка курсовых проектов и выпускной квалификационной работы на примере конкретных продуктовых рынков и для действующих российских и зарубежных компаний
- Организация регулярных мастер-классов и тренингов, проводимых практиками российских и зарубежных профильных компаний: BBDO Group, TNS, Leo Burnett, RCG и др.
- Формирование персонального портфолио студента в процессе обучения
- Возможность зарубежных стажировок в вузах Германии, Франции, Японии, Нидерландов, Китая, Португалии, Финляндии

Деловые партнеры

- Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
- Рекламно-коммуникационная медиагруппа Publicis Russia
- Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО)
- Некоммерческое партнерство имени Юрия Заполя: «Социальная, культурная и правовая поддержка в области рекламы»
- Институт рекламы и паблिसити (Париж, Франция)

Профессиональные дисциплины

Профильная часть

Модуль «Анализ и разработка цифрового контента»

Анализ поведения интернет пользователей
Контент маркетинг
Разработка цифровой продукции
Web-аналитика
«Каннские львы»

Модуль «Технологии и инструменты продвижения в цифровой среде»

Маркетинг в цифровой среде
Брендинг в цифровой среде
Инструменты цифровых маркетинговых коммуникаций
Технологии продвижения сайта
Технологии продвижения в социальных сетях
Поисковая оптимизация
Партнерский маркетинг
Контекстная реклама
E-mail продвижение

Модуль «Продажи в интернете»

Организация и продвижение электронных продаж
Организация стартапов в интернете
Проектирование интернет-магазина
Продвижение высокотехнологичных продуктов в интернете

Модуль «Интегрированные (on и off-line) маркетинговые коммуникации в отраслях и сферах деятельности»

Маркетинговые коммуникации на промышленных рынках

Маркетинговые коммуникации в индустрии спорта, красоты и развлечений
Маркетинговые коммуникации в банковской сфере
Маркетинговые коммуникации в ритейле
Продвижение мобильных приложений

Модуль «Оценка эффективности и презентация программ продвижения»

Рекламные метрики
Оценка эффективности программ продвижения
Презентация программ продвижения

Базовая часть

Модуль «Базовый»

Философия
Правоведение
Отечественная история
Компьютерные технологии и информационная безопасность
Безопасность жизнедеятельности
Физкультура

Модуль «Деловые коммуникации»

Иностранный язык
Деловое общение
Технологии командообразования
Кросс-культурные коммуникации (на англ.яз.)
Взаимодействие с иностранными партнерами (на англ.яз.)

Модуль «Основы экономики, маркетинга и брендинга»

Экономические методы анализа
Экономика фирмы
Ценообразование
Маркетинговые технологии управления
Брендинг
Бренд-айдентика

Модуль «Рекламная аналитика»

Математические методы анализа и прогнозирования
Статистические методы анализа и прогнозирования
Маркетинговые исследования
Социологические исследования
Исследования потребительских предпочтений
Анализ деятельности конкурентов

Модуль «Управление рекламой и связями с общественностью»

Правовое регулирование маркетинговой и рекламной деятельности
Психология рекламы
Средства массовой информации
Рекламный менеджмент
Управление связями с общественностью
Интегрированные маркетинговые коммуникации
Управление рекламными и PR-проектами
Социальная реклама

Модуль «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Рекламные и PR-технологии
Подготовка рекламного брифа
Копирайтинг
Технологии производства рекламы
Медиапланирование