



ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДОВ

Направление подготовки и шифр	Реклама и связи с общественностью 42.03.01
Присваиваемая квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Целевая аудитория	Амбициозная творческая молодежь, имеющая среднее общее или среднее профессиональное образование, стремящаяся стать генераторами бизнес-идей, желающая и способная к их воплощению
Цели образовательной программы	Подготовка высококвалифицированных кадров, владеющих технологиями создания и продвижения брендов в интересах широкого круга государственных, коммерческих и некоммерческих организаций, включая бренды федеральных, региональных и муниципальных образований; корпоративных и других бизнес-структур; профессиональных ассоциаций, благотворительных и пенсионных фондов; банков и страховых обществ; образовательных и других учреждений и предприятий
Руководитель программы	Челенков Александр Петрович, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента, руководитель Высшей школы маркетинга, главный редактор журнала «Маркетинг»
Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы	<ul style="list-style-type: none">• Инициаторами создания и открытия Программы, в наиболее полной мере отвечающей запросам работодателей, явились выпускники Высшей школы маркетинга (ВШМ ИМ ГУУ), среди которых:<ul style="list-style-type: none">- Белова Марина – MBA ВШМ ГУУ, заместитель генерального директора/директор Дирекции программ и маркетинга, Пятый канал ТВ- Жукова Ольга – MBA ВШМ ГУУ, исполнительный директор РА «Смарт Медиа»- Козырева Яна – MBA ВШМ ГУУ, совладелец, арт-директор Студии персонального имиджа- Кравец Геннадий – MBA ВШМ ГУУ, совладелец, управляющий директор компании «Прайд-Медиа»- Крючкова Галина – MBA ВШМ ГУУ, владелец, генеральный директор рекламной группы «Драйв-Медиа»- Новикова Екатерина – MBA ВШМ ГУУ, генеральный директор РА «Смарт-Медиа»- Свиридов Алексей – MBA ВШМ ГУУ, руководитель креативных разработок (группа компаний BBDO)• Эти и другие топ-менеджеры (руководители креативных разработок в области создания и продвижения брендов), большинство из которых также являются выпускниками ВШМ ИМ ГУУ, принимают непосредственное участие в реализации Программы, экспертизе ее содержания, проведении мастер-классов, руководстве производственными практиками и консультированием выпускных квалификационных работ. Тем самым обеспечивается практическая направленность Программы и поддерживается преемственность 20-летних

традиций подготовки специалистов в области маркетинга и брендинга, обоснованно претендующих на занятие высокооплачиваемых должностных позиций в российских и зарубежных компаниях с дальнейшим карьерным ростом

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Фундаментальное освоение профессиональных компетенций Программы осуществляется под непосредственным руководством директора ИМ, заведующего кафедрой маркетинга д.э.н., проф. Г.Л.Азоева с участием ведущих специалистов в области маркетинга и брендинга, работающих на кафедрах ИМ на штатной основе: д.э.н., проф. Алешникова В.И., д.э.н., проф. Иванова И.А., д.э.н., проф. Макашев М.О., к.соц.н., проф. Ольховников А.В., д.э.н., проф. Рыжикова Т.Н., к.э.н., доц. Семенов И.В., к.э.н., доц. Сумарокова Е.В., д.э.н., проф. Токарев Б.И., к.э.н., доц. Челенков А.П. и др.
- Освоение профессиональных компетенций профильной направленности Программы осуществляется по ключевым направлениям подготовки реализуемым действующими практиками (лицами, обладающими значительным практическим опытом работы на руководящих должностях) большинство которых состоит в штате кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента:

Аналитика брендинга - к.э.н., доц. Т.В. Федотова, директор по стратегическому развитию компании «Артель»
- к.п.н., доц. Ю.Э. Липченкова (Клейменова), директор по брендингу компании «Мособлстрой»

Индивидуализация и позиционирование брендов - д.э.н., проф. Макашев М.О., генеральный директор ТД «Братья Чебурашкины»
- к.п.н., доц. Кокорева Н.В., директор по маркетингу и брендингу компании «МонтажСервисТехнология»

Проектирование брендов (Бренд-билдинг) - к.э.н., доц. Челенков А.П., зав. кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента, управляющий директор Центра маркетинговых исследований и менеджмента

Креативный брендинг - к.э.н., доц. Адаменко Е.Ю., директор по развитию бизнеса компании Itella Connections
- МВА ВШМ ГУУ Казанджян О.В., руководитель департамента стратегического развития компании Itella Connections

Технологии продвижения брендов - МВА ВШМ ГУУ доц. Небесная Е.В., зам. коммерческого директора Академии Научной Красоты
- МВА ВШМ ГУУ Казюлина Н.Н., руководитель направления Академии Научной Красоты

Управление продвижением брендов - МВА ВШМ ГУУ Крючкова Г.А., управляющий директор рекламной группы «Драйв-Медиа»
- к.э.н., доц. кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента Силина С.А.

Деловые партнеры

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

Профессиональные дисциплины *Профильная часть*

Модуль «Аналитика брендинга»

Исследования потребительских предпочтений
Исследования восприятия бренда
Исследования индивидуальности бренда
Исследования имиджа и силы бренда
Исследования аутентичности бренда
Исследования идентичности бренда

Модуль «Проектирование брендов»

Бренд-билдинг
Бренд-айдентика
Позиционирование бренда
Проектирование архитектуры бренда
Моделирование атрибутов бренда
Технологии ко-брендинга

Модуль «Креативный брендинг»

Рекламные технологии брендинга
Управление впечатлениями бренда
Методы персонификации бренда
Креативные разработки бренда
Рекламный образ бренда
Фирменный стиль бренда

Модуль «Технологии продвижения брендов»

Цифровой брендинг
Программы бренд-промоушн
Ивент-брендинг
Ньюсмейкинг и паблисити
Нейминг и сторителлинг
Имиджмейкинг

Модуль «Управление продвижением брендов»

Репутационный бренд-менеджмент
Интеграция бренд-коммуникаций
Управление лояльностью бренда
Бренд-эक्каунт менеджмент
Бренд-комьюнити менеджмент
Внутрифирменный брендинг

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

Модуль «Рекламная аналитика»

Математические методы анализа и прогнозирования
Статистические методы анализа и прогнозирования
Маркетинговые исследования
Социологические исследования
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