



РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ

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. Программа ориентирована на молодых людей, стремящихся получить современную высокооплачиваемую профессию и сочетающих в себе аналитический и креативный потенциал, необходимый для работы в сфере рекламы, PR и коммерческих коммуникаций
Цели образовательной программы	<p>Программа создана специально для тех, кто стремится решать социальные и бизнес-задачи компаний, связанные с разработкой и совершенствованием социальных и коммерческих коммуникаций в медиапространстве. Мы стремимся предоставить талантливой молодежи все возможности для получения знаний и навыков в сфере массовых и персонализированных коммуникаций. Основными областями деятельности наших студентов и выпускников являются социальная и коммерческая реклама, связи с общественностью, реклама и маркетинговые коммуникации в Digital-среде, копирайтинг, организация и проведение специальных мероприятий, управление работой пресс-службы, взаимодействие со СМИ и многое другое.</p> <p>Программа позволяет овладеть навыками разработки рекламных и коммуникационных кампаний, создания и управления контентом в различных медиа, формирования и поддержания имиджа компании, медиапланирования, проведения маркетинговых исследований, организации программы продвижения в интернет-среде, в том числе социальных медиа.</p> <p>Подготовка выпускников направлена на последующую работу, в том числе, на основных должностных позициях, связанных с аналитической и креативной работой в ведущих коммуникационных и рекламных агентствах</p>
Руководитель программы	Старостин Василий Сергеевич, к.э.н., доцент, зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью
Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы	<ul style="list-style-type: none">• Практическая направленность подготовки• Высокий уровень востребованности выпускников на рынке труда• Взаимодействие с профессиональным сообществом• Высокий уровень заработной платы выпускников• Привлечение к образовательной деятельности практиков рекламного рынка и представителей профессиональной индустрии• Взаимодействие с АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России)• Проектная деятельность в рамках обучения

Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Возможность прохождения практики в ведущих коммуникационных агентствах и холдингах
- Программа структурирована по модульному принципу, при котором каждый модуль направлен на получение знаний и навыков для работы на конкретной должностной позиции
- Использование интерактивных форм и средств обучения, в том числе RealTimeBoard и Basecamp
- Организация регулярных мастер-классов и тренингов, проводимых практиками российских и зарубежных профильных компаний: BBDO Group, АКАР, Leo Burnett, Яндекс и др.
- Формирование персонального портфолио студента в процессе обучения
- Проектная направленность выпускной (дипломной) работы
- Возможность прохождения отдельных курсов программы в известном университете Японии – «Мейдзи» (Токио) и Нидерландов – «Фонтис» (Эйндховен)

Деловые партнеры

- Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
- Coca-Cola HBC Russia
- 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 публицити (Париж, Франция)

Профессиональные дисциплины***Профильная часть*****Модуль «Стратегия рекламы»**

Стратегическое планирование рекламы
Оценка эффективности программ продвижения
Маркетинговые стратегии

Модуль «Креативные технологии рекламы»

Креативное планирование рекламы
Дизайн в рекламе
Рекламная фотография
Создание видеорекламы
Фестивальная рекламная деятельность

Модуль «PR-технологии»

Продюсирование PR-мероприятий
PR в цифровых медиа
Антикризисный PR
Журналистика в медиасфере

Модуль «Коммуникации в цифровых медиа»

Маркетинг в цифровой среде
Реклама в цифровой среде
Управление разработкой интернет-проектов
Управление рекламным контентом
Интерактивные коммуникации в ритейле

Модуль «Работа рекламного агентства»

Организация работы рекламного агентства
Интерактивные BTL-проекты
Презентация рекламного проекта

Модуль «Воркшопы экспертов индустрии»

Воркшоп Leo Burnett. Практика работы международного рекламного агентства
Воркшоп Coca-Cola. Проектирование пользовательского опыта в ритейле
Воркшоп Яндекс. Рекламные продукты Яндекс
Воркшоп Moutteam. Дизайн визуальных коммуникаций
Воркшоп NO ONE. PR-проекты в индустрии моды

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
Исследование 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