



Аннотация образовательной программы

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

- Инициаторами создания и открытия Программы, в наиболее полной мере отвечающей запросам работодателей, явились выпускники Высшей школы маркетинга (ВШМ ИМ ГУУ), среди которых:
 - Белова Марина - MBA ВШМ ГУУ, заместитель генерального директора/директор Дирекции программ и маркетинга, Пятый канал ТВ
 - Жукова Ольга - MBA ВШМ ГУУ, исполнительный директор Ассоциации продюсеров кино и телевидения
 - Козырева Яна - MBA ВШМ ГУУ, арт-директор Студии персонального имиджа
 - Крючкова Галина - MBA ВШМ ГУУ, генеральный директор рекламной группы «Драйв-Медиа»
 - Новикова Екатерина - MBA ВШМ ГУУ, генеральный директор креативной группы «Смарт Актив»
 - Лобода Людмила – к.э.н., MBA ВШМ ГУУ, генеральный директор коммуникационного агентства PRIMESET
 - 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., доц. 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 из которых состоит в штате кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента:

Аналитика брендинга - д.э.н., проф. Токарев Б., консультант компании «Авиценна – М»
 - к.э.н., доц. Федотова (Чепайкина) Т., директор по стратегическому развитию компании «Артель»
 - к.п.н., доц. Липченкова (Клейменова) Ю., директор по стратегическому развитию компании «Мособлстрой»

Проектирование брендов - МА, к.э.н., доц. Челенков А., управляющий директор Центра маркетинговых исследований и менеджмента
 - д.э.н., проф. Макашев М., генеральный директор ТД «Братья Чебурашкины»
 - MBA ВШМ ГУУ, к.э.н. Лобода Л., генеральный директор агентства PRIMESET
 - MBA ВШМ ГУУ, Абрамов А., управляющий партнер компании А-ЦЕНТР
 - МА ВШМ ГУУ, Дасаева Ю., руководитель проектов стратегического развития Itella Connections

Креативный брендинг - MBA ВШМ ГУУ, Свиридов А., руководитель Design Studio (BBDO)
 - MBA ВШМ ГУУ, к.э.н., доц. Адаменко Е., директор по развитию бизнеса Itella Connections
 -MBA ВШМ ГУУ, Новикова Е., генеральный директор креативной группы «Смарт Актив»
 - к.п.н., доц. Кокорева Н.В., креативный директор компании «МС -Технологии»

- к.п.н., Дорохова М., руководитель маркетингового Бюро «3R»

Продвижение брендов

- MBA ВШМ ГУУ, Дорошенко В., Radio Trading Director (Group M)
 - MBA ВШМ ГУУ Крючкова Г., управляющий директор рекламной группы «Драйв-Медиа»
 - MBA ВШМ ГУУ Макаревич Н., исполнительный директор компании 1С «Что делать Софт»
 - MBA ВШМ ГУУ Казанджян О., руководитель программы лояльности сети ГМ Глобус
 - MBA ВШМ ГУУ, Небесная Е., зам. коммерческого директора Академии Научной Красоты
 - MBA ВШМ ГУУ Казюлина Н., руководитель направления продвижения брендов Академии Научной Красоты
 - к.э.н., доц. Силина С., консультант по интеграции бренд-коммуникаций

Деловые партнеры

- Группа компаний Group M
- Группа компаний BBDO
- Ассоциация продюсеров кино и телевидения
- Пятый канал ТВ
- СТС Медиа
- Рекламная группа «Драйв – Медиа»
- Креативная группа «Смарт Актив»
- КРЕОН РА
- Агентство «Эй Джи Партнерс Пи Ар»
- Дель Арте Студио
- Агентство IDESIGN
- Агентство PRIMESET
- Компания ТИТУЛ-ПРИНТ
- ITELLA CONNECTION
- ГФК – Русь
- ПОРШЕ РУСЛАНД
- ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус
- Л'Окситан Рус
- Академия Научной Красоты
- Торговый Дом «Братья Чебурашкины» и ряд других отечественных и зарубежных компаний

Профессиональные дисциплины

- **Профильная часть**
- **Модуль «Аналитика брендинга»**
- Анализ потребительских предпочтений
- Методы исследования брендов
- Маркетинговые исследования
- Анализ деятельности конкурентов
- Социологические исследования в рекламе
- Рекламные метрики
- Конкурентные метрики брендов
- Анализ ценности брендов
- **Модуль «Проектирование брендов»**

Брендинг
Брендинг в цифровой среде
Бренд-билдинг
Бренд-айдентика
Технологии командообразования
Позиционирование брендов
HR-брендинг
Проектирование взаимоотношений бренда
Проекты ко-брендинга

Модуль «Креативный брендинг»

Культура брендов
Управление впечатлениями бренда
Индивидуализация брендов
Копирайтинг
Стилистика и литературное редактирование
Креативные разработки брендов
Рекламные образы брендов

Модуль «Управление продвижением брендов»

Социология и психология управления
Программы продвижения брендов
Управление репутацией бренда
Управление лояльностью бренду
Бренд-ивент менеджмент
Бренд-комьюнити менеджмент
Бренд-экзаунтинг
Ньюсмейкинг и паблисити

• **Базовая часть**

Модуль «Базовый»

История
Философия
Экономическая теория
Правоведение
Информатика
Информационные технологии
Безопасность жизнедеятельности
Иностранный язык
Культурология
Культура речи и деловое общение
Физическая культура и спорт

Модуль «Основы маркетинга и рекламы»

Маркетинг
Маркетинг в цифровой среде
Средства массовой информации
Психология маркетинговых коммуникаций
Интегрированные маркетинговые коммуникации
Правовое регулирование маркетинговой и рекламной деятельности
Мировой опыт рекламы

Модуль «Управление рекламой и связями с общественностью»

Рекламный менеджмент
Управление связями с общественностью
Управление рекламными и PR-проектами
Организация работы рекламного агентства
Организация работы пресс-службы
Рекламные и PR-технологии
Технологии производства рекламы
Медиапланирование