



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация **ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ** программы

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 Программа ориентирована на молодых людей, стремящихся получить современную высокооплачиваемую профессию в рекламной индустрии и построить карьеру в рекламном, PR или брендинговом агентстве, медийной компании или профильном коммуникационном подразделении организации. Наши абитуриенты сочетают в себе аналитический и креативный потенциал, необходимый для работы в сфере рекламы, PR и коммерческих коммуникаций

- Цели образовательной программы**
- Программа создана специально для тех, кто стремится решать бизнес-задачи путем разработки и совершенствования социальных и коммерческих коммуникаций в современном медиапространстве. Мы стремимся предоставить талантливой молодежи возможности для получения знаний и навыков в сфере массовых и персонализированных коммуникаций, необходимых для осуществления медиа-проектов. Основными областями деятельности наших студентов и выпускников являются социальная и коммерческая реклама, связи с общественностью, реклама и маркетинговые коммуникации в цифровой-среде, копирайтинг, организация и проведение специальных мероприятий, управление работой пресс-службы, взаимодействие со СМИ и многое другое.
 - 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.
 - 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.

Руководитель программы Старостин Василий Сергеевич, к.э.н., доцент, зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью

- Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы**
- Практическая направленность подготовки;
 - Высокий уровень востребованности выпускников на рынке труда;
 - Взаимодействие с профессиональным сообществом;

	<ul style="list-style-type: none"> • Высокий уровень заработной платы выпускников; • Привлечение к образовательной деятельности практиков рекламного рынка и представителей профильной индустрии; • Взаимодействие с Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР); • Проектная деятельность в рамках обучения, участие в профильных студенческих фестивалях и конкурсах; • Возможность прохождения практики в ведущих коммуникационных агентствах и холдингах.
Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе	<ul style="list-style-type: none"> • 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; • Профессиональные дисциплины по выбору на английском языке;
Деловые партнеры	<ul style="list-style-type: none"> • 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»
Основные профессиональные дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> • Профильная часть Модуль «Стратегия рекламы» Стратегическое планирование рекламы Оценка эффективности программ продвижения Маркетинговые стратегии Интерактивные методы оценки рекламы Модуль «Креативные технологии рекламы» Креативное планирование рекламы Дизайн в рекламе Разработка и продвижение новых продуктов Создание видеорекламы Фестивальная рекламная деятельность Модуль «PR-технологии» Продюсирование PR-мероприятий Управление рекламным контентом Журналистика в медиасфере Модуль «Коммуникации в цифровых медиа» Маркетинг в цифровой среде Реклама в цифровой среде Управление разработкой интернет-проектов

Интерактивные коммуникации в ритейле

Модуль «Работа рекламного агентства»

Организация работы рекламного агентства

Интерактивные BTL-проекты

Презентация рекламных проектов

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»

Введение в рекламу и связи с общественностью

Мировой опыт рекламы

Социальная реклама

Философия

Правоведение

История

Культурология

Информатика

Информационные технологии

Безопасность жизнедеятельности

Физкультура

Модуль «Деловые коммуникации»

Иностранный язык

Культура речи и деловое общение

Стилистика и литературное редактирование

Психология и социология управления

Технологии командообразования

Модуль «Основы экономики, маркетинга и брендинга»

Экономическая теория

Ценообразование

Маркетинг

Брендинг

Бренд-айдентика

Модуль «Рекламная аналитика»

Маркетинговые исследования

Социологические исследования в рекламе

Анализ потребительских предпочтений

Анализ деятельности конкурентов

Рекламные метрики

Модуль «Управление рекламой и связями с общественностью»

Правовое регулирование маркетинговой и рекламной деятельности

Психология маркетинговых коммуникаций

Интегрированные маркетинговые коммуникации

Средства массовой информации

Рекламный менеджмент

Организация работы рекламного агентства

Организация работы пресс-службы

Управление связями с общественностью

Управление рекламными и PR-проектами

Модуль «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Рекламные и PR-технологии

Подготовка рекламного брифа

Копирайтинг

Технологии производства рекламы

Медиапланирование