



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЯ**

## Аннотация образовательной программы

# РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Направление подготовки и шифр</b>	Менеджмент 38.04.02
<b>Присваиваемая квалификация</b>	Магистр
<b>Форма обучения</b>	Очная
<b>Целевая аудитория</b>	Программа предназначена для будущих руководителей департаментов и отделов рекламных и коммуникационных агентств, а также руководителей структурных подразделений коммерческих и некоммерческих организаций, управленцев, стремящихся эффективно руководить коллективом для решения комплекса задач по формированию имиджа бренда и коммуникационному сопровождению маркетинговой и рекламной деятельности
<b>Цели образовательной программы</b>	Цель программы сформировать управленческие навыки руководства структурным подразделением, ориентированным на организацию и проведение рекламных кампаний и коммуникационных мероприятий. Магистранты и выпускники учатся планировать проведение коммуникационных кампаний, рекламных мероприятий с учетом бизнес-задач и маркетинговых целей; организовывать работу профильного отдела или департамента при разработке рекламных кампаний для формирования имиджа бренда и увеличения объема продаж; продюсировать организацию PR-мероприятий и спецпроектов в цифровых медиа для привлечения целевой аудитории. Для достижения этой цели изучаются профильные дисциплины: современные тренды рекламной индустрии, стратегии конкуренции, коммуникационный менеджмент, дизайн потребительского опыта, компетенции руководителя рекламного агентства, а также блок специализированных предметов по выбору. Базой для получения профессии является изучение современных тенденций развития экономики и управления, информационно-аналитических систем, стратегического анализа и управления развитием организации, проектирования нового бизнеса.
<b>Руководитель программы</b>	Василий Сергеевич Старостин, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

### Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы

- Ориентация программы на занятие должности руководителя отдела рекламы и маркетинговых коммуникаций, а также руководящей позиции в коммуникационном агентстве
- Привлечение представителей профессионального сообщества для преподавания на программе и проведения мастер-классов и открытых лекций спикеров компания Coca-Cola HBC Russia, BBDO Group, Яндекс, АКАР и др.
- Подготовка выпускных квалификационных работ по материалам компаний, в которых работают (планируют работать) магистры, что способствует их карьерному росту непосредственно в процессе обучения
- Программы охватывают прикладную область рекламы и связей с общественностью, поэтому мы стремимся вовлекать слушателей в выполнение специальных проектов в рамках профильных учебных дисциплин
- Значительная часть преподавателей профессионального блока являются действующими практиками, занимая позиции топ-менеджеров в отечественных и зарубежных компаниях

### Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Образовательная программа структурирована по модульному принципу, охватывающему ключевой функционал руководителя коммуникационной и/или рекламной службы компании или агентства. При успешном освоении модулей выпускник может организовывать, планировать и контролировать работу менеджера по рекламе, PR-менеджера, копирайтера, креатора, стратега, планировать и реализовывать интегрированные рекламные и коммуникационные проекты
- Разработка рекламных, коммуникационных и PR-проектов производится на примере конкретных продуктовых рынков и для действующих российских и зарубежных компаний
- Использование интерактивных платформ выполнения проектов RealTimeBoard и Basecamp
- В ходе обучения формируется персональное портфолио студента

### Деловые партнеры

- Профессиональные ассоциации: Ассоциация коммуникационных агентств России; Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио); рекламные холдинги BBDO Group, E:mg, Publicis; маркетинговые агентства «СканМаркет», «RealWEB»; концерны Coca-Cola HBC Russia, Unilever, Audi, Subaru, Яндекс и др.

### Профессиональные дисциплины

#### Развитие навыков использования цифровых технологий в деятельности отдела рекламы и PR:

- Интеллектуальные информационно-аналитические системы
- Организация работы digital-агентства
- Управление спецпроектами в цифровой среде
- Цифровые технологии постпродажного сопровождения

#### Освоение моделей и технологий стратегического управления коммуникационной и рекламной деятельностью компании:

- Коммуникационный менеджмент
- Стратегии конкуренции
- Коммуникационные стратегии международных компаний
- Стратегический маркетинг

- Управление портфелем бренда
- Управление PR-службой
- Дизайн потребительского опыта

**Опыт внедрения рекламных и медийных технологий в отраслях и сферах деятельности**

- Современные тренды рекламной индустрии
- Менеджмент бренд-коллабораций
- Планирование бренд-коммуникаций
- Управление промо-кампания в ритейле
- Управление маркетинговыми коммуникациями автодилера

**Базовая управленческая подготовка руководителя отдела рекламы и связей с общественностью:**

- Современные тенденции развития экономики и управления
- Гибкие технологии управления
- Стратегический анализ и управление развитием организации
- Проектирование бизнеса

**Основы личностного развития и профессионального общения руководителя:**

- Современные технологии личностного развития и межкультурного взаимодействия
- Компетенции руководителя рекламного агентства
- Иностраный язык делового общения и профессионального общения

**Трудоустройство выпускников**

- АКАР
- Zenith Optimedia
- Транснациональный рекламный холдинг Publicis
- ВЦИОМ
- МА «Сканмаркет»
- Текарт
- RealWeb
- Газпром Медиа
- Рекламный холдинг BBDO Group
- Группа рекламных компаний ACG
- Рекламное агентство E:MG
- ИТАР ТАСС
- ИД «Коммерсантъ»
- Coca-Cola HBC Eurasia
- Концерн Audi
- Концерн Subaru
- Концерн Mercedes
- Unilever
- Яндекс
- Мегафон
- Вымпелком (Билайн)