



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЯ**

## Аннотация образовательной программы

# ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

<b>Направление подготовки и шифр</b>	Реклама и связи с общественностью 42.03.01
<b>Присваиваемая квалификация</b>	Бакалавр
<b>Форма обучения</b>	Очная
<b>Целевая аудитория</b>	Программа ориентирована на молодых людей, обладающих способностями к коммуникации, креативным мышлением, владеющих основами компьютерной грамотности и готовых к публичному представлению результатов своего творчества в медиапространстве
<b>Цели образовательной программы</b>	<p>Программа создана для формирования востребованных и высокооплачиваемых рынком компетенций по разработке и реализации интегрированных программ коммуникации с участниками рынка, ключевую роль в которых играют цифровые носители, а целью - увеличение прибыли и решение социально значимых задач.</p> <p>Программа направлена на изучение фундаментальных основ экономики, права, психологии, средств массовых коммуникаций, маркетинга, брендинга. На этой основе студентам представляется комплекс дисциплин рекламной аналитики, формируются навыки копирайтинга, нейминга, производства рекламы, медиапланирования, использования других технологий рекламы и PR. Знание технологий позволяет более качественно усвоить представляемые студентам методы управления рекламной и PR деятельностью. Главный приоритет программы – технологии и инструменты цифрового маркетинга, WEB-аналитики, поисковой оптимизации, цифровой рекламы, SMM, электронных продаж, продвижения сайтов, E-mail продвижения, разработки и продвижения цифровых продуктов, организации электронного магазина и др.</p> <p>Основная цель программы – подготовка студентов для работы в ведущих коммуникационных и рекламных агентствах и рекламных службах компаний в качестве руководителей и менеджеров рекламных служб и проектов, копирайтеров, менеджеров по цифровым коммуникациям, SMM-менеджеров, управляющих электронной торговой площадкой, директоров интернет-магазинов, менеджеров по цифровым продуктам, консультантов по рекламе</p>
<b>Руководитель программы</b>	Геннадий Лазаревич Азоев, д.э.н, профессор, директор Института маркетинга ГУУ, заведующий кафедрой маркетинга, Лауреат премии

Правительства РФ, Почетный работник высшего профессионального образования, эксперт Российской академии наук, Аналитического центра при Правительстве РФ, Российского научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований, член редакционных коллегий журналов «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Вестник университета» (ГУУ), «Управление», Asian Management (Токио)

### Основные факторы конкурентоспособности образовательной программы

- Преемственность 25-летних традиций подготовки специалистов в области рекламы и PR
- Практическая направленность подготовки
- Высокий уровень востребованности выпускников на рынке труда
- Взаимодействие с профессиональным сообществом
- 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
- Ориентация программы на должностные позиции
- Изучение иностранного языка
- Участие в разработке рекламных проектов. 20% выпускников строят на этой основе собственный бизнес
- Практика в ведущих коммуникационных агентствах и холдингах

### Особенности реализации подготовки по данной образовательной программе

- Программа структурирована по модульному принципу, при котором каждый модуль направлен на получение знаний и навыков для работы на конкретной должностной позиции
- Профессиональные дисциплины по выбору на английском языке
- Обучение с использованием интерактивной виртуальной среды и онлайн-сервисов
- Разработка курсовых проектов и выпускной квалификационной работы на примере конкретных продуктовых рынков и для действующих российских и зарубежных компаний
- Организация регулярных мастер-классов и тренингов, проводимых практиками российских и зарубежных профильных компаний: BBDO Group, АКАР, TNS, Leo Burnett, RCG, Яндекс и др.
- Формирование персонального портфолио студента в процессе обучения

### Деловые партнеры

- Индустриальный партнер – ПАО «ВымпелКом» (Билайн)
- Рекламные холдинги: BBDO Group, ZenithOptimedia Group Russia
- Маркетинговые агентства: «СканМаркет», RealWeb, «Текарт»
- Концерны: Яндекс, Coca-Cola, Audi, BMW, Subaru и др.
- Профессиональные ассоциации: Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР), Российская гильдия маркетологов, Международная федерация управленческих ассоциаций стран Восточной Азии (IFEAMA, Токио)

**Профессиональные дисциплины**

**Развитие навыков профессионального общения на русском и иностранном языках**

Современный русский язык  
История литературы и искусства  
Стилистика и литературное редактирование  
Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе  
Иностранный язык  
Презентация рекламных проектов (на английском языке)  
Основы профессионального развития

**Базовая подготовка в области маркетинга**

Экономическая теория  
Маркетинг  
Брендинг  
Бренд-айдентика  
Ценообразование  
Основы проектного управления

**Развитие аналитических способностей рекламного и PR-менеджера**

Маркетинговые исследования  
Анализ деятельности конкурентов  
Анализ поведения интернет пользователей  
Web-аналитика  
Социологические исследования в рекламе  
Рекламные метрики

**Фундаментальная подготовка в области маркетинговых коммуникаций**

Введение в коммуникационные специальности  
Основы теории коммуникации  
Теория и практика массмедиа  
Теория и практика рекламы  
Теория и практика связей с общественностью  
Мировой опыт рекламы  
Каннские львы  
Интегрированные маркетинговые коммуникации  
Командная работа и лидерство  
Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы  
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

**Освоение технологий рекламы и PR**

Подготовка рекламного брифа  
Копирайтинг  
Медиапланирование  
Презентация программ продвижения  
Оценка эффективности программ продвижения  
Технологии производства реклама

**Дисциплины для занятия должности:**

**Менеджер по рекламе и связям с общественностью**

Организация работы рекламного агентства  
Организация работы пресс-службы  
Организация и проведение коммуникационных кампаний  
Кросс-культурные коммуникации в рекламном агентстве

### **Специалист по цифровым маркетинговым коммуникациям**

Цифровые коммуникации  
Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях  
Маркетинг в цифровой среде  
Инструменты цифровых маркетинговых коммуникаций

### **Специалист по on-line продажам**

Электронная коммерция  
Психологическая экспертиза сайта  
Технологии продвижения сайта  
Маркетингование интернет магазина  
Организация стартапов в интернете

### **SMM-менеджер**

Моделирование точек on-line контактов в сети  
Технологии продвижения в социальных сетях  
Контекстная реклама  
Контент маркетинг

### **Проект-менеджер по цифровым маркетинговым коммуникациям**

Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью  
Маркетинговые коммуникации на промышленных рынках  
Маркетинговые коммуникации в индустрии спорта, красоты и развлечений  
Социальная реклама  
Продвижение высокотехнологичных продуктов в интернете

### **Трудоустройство выпускников**

- Comcon Research
- Nielson
- Zenith Optimedia
- ВЦИОМ
- Romir
- МА «Сканмаркет»
- Текарт
- Brand Analytics
- RealWeb
- АКАР
- Газпром Медиа
- Рекламный холдинг BBDO
- Группа рекламных компаний ACG
- Транснациональный рекламный холдинг Publicis Media
- Рекламное агентство E:MG
- ИТАР ТАСС
- ИД «Коммерсантъ»
- Coca-Cola HBC Eurasia
- Концерн Audi
- Концерн Subaru
- Концерн BMW
- Концерн Mercedes
- Unilever
- Яндекс

- Мегафон
- Вымпелком (Билайн)
- Теле2