



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация образовательной программы

ПРОДВИЖЕНИЕ НОВОГО БИЗНЕСА

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 и сочетающих в себе аналитический и креативный потенциал, необходимый для работы в сфере рекламы, PR и коммерческих коммуникаций. Абитуриентами являются выпускники средних образовательных учреждений и средних профессиональных учреждений
Цели образовательной программы	<p>Любой бизнес рано или поздно сталкивается с необходимостью двигаться дальше, ведь в постоянно меняющейся рыночной среде преимущество по сравнению с конкурентами получают только непрерывно совершенствующиеся бизнес-модели. Высокий уровень конкуренции и переменчивость условий коммерческой деятельности диктует необходимость открытия новых направлений бизнеса, освоения новых рынков, выпуска и продвижения новых товаров и услуг. Именно в этой области специализируются наши выпускники.</p> <p>Учебный план программы «Продвижение нового бизнеса» позволяет получить широкий круг знаний и навыков для создания конкурентоспособных бизнес-идей, разработки рекламных и PR-коммуникаций, способствующих формированию узнаваемости новых марок и лояльности к ним, продвижения нового бизнеса в различных отраслях и сферах деятельности.</p> <p>Программа позволяет овладеть навыками проведения маркетинговых исследований, разработки коммуникационных кампаний по внедрению на рынки новых товаров и услуг, формированию имиджа и репутации бизнеса.</p> <p>Подготовка выпускников направлена на последующую работу на основных должностных позициях, связанных с аналитической и креативной работой в службах маркетинговых коммуникаций, рекламы и PR предприятий и организаций, а также в специализированных рекламных и коммуникационных агентствах: менеджер по рекламе, PR-менеджер, пресс-секретарь, консультант-аналитик, product-менеджер,</p>

product-маркетинг-менеджер, медиапланер, медиабайер, медиаселлер, копирайтер и др.

Руководитель программы

Ирина Юрьевна Окольнішнікова, д.э.н, профессор, и.о. заведующего кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента Института маркетинга ГУУ.

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 дает качественную глубокую теоретическую подготовку в области рекламы, PR-коммуникаций и маркетинга
- Обучение структурировано 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 российских и зарубежных компаний, занимающихся разработкой и продвижением новых бизнес-идей, компаний и продуктов
- Акцент на проектную деятельность, работа в проектных командах и решение реальных задач по продвижению новых компаний и бизнес-продуктов
- 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
Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе
Иностранный язык
Презентация рекламных проектов и программ продвижения
Основы профессионального развития

Базовая подготовка в области маркетинга

Экономическая теория
Маркетинг
Бренд-менеджмент
Бренд-айдентика
Ценообразование
Теория и практика маркетингового управления
Основы проектного управления

Развитие аналитических способностей рекламного и PR-менеджера

Маркетинговые исследования
Исследования и измерения потребительских предпочтений
Анализ деятельности конкурентов
Прогнозирование и анализ эффективности маркетингового продвижения

Фундаментальная подготовка в области маркетинговых коммуникаций

Основы теории коммуникации
Теория и практика массмедиа
Теория и практика рекламы и связей с общественностью
Мировой опыт рекламы
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

Технологии производства рекламы
Подготовка рекламного брифа
Медиапланирование
Копирайтинг
Технологии формирования потребительской лояльности

Развитие компетенций в области продвижения нового бизнеса

Стратегии продвижения нового бизнеса
Организация стартапов в интернете
Организация и проведение коммуникационных кампаний
Продвижение высокотехнологичных продуктов в интернете
Технологии продвижения в социальных сетях
Креативные технологии продвижения стартапов
Технологии продвижения сайта

Маркетингование интернет магазина
Маркетинг в цифровой среде
Инструменты цифровых маркетинговых коммуникаций

Трудоустройство выпускников

Аналитическая и креативная работа в службах маркетинговых коммуникаций, рекламы и PR предприятий и организаций, а также в специализированных рекламных и коммуникационных агентствах, в т.ч.:

- 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)