

ПРОГРАММА

ОБЩАЯ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ — 139 часов

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ

КУРАТОР **МИТЯ ВОСКРЕСЕНСКИЙ**, 12 ЧАСОВ

На первом модуле мы разберемся с основами работы стратега: что находится в его компетенции, какие вопросы он решает, какой бэкграунд должен быть у востребованного специалиста. Мы обсудим процессы взаимодействия стратега с различными специалистами в агентстве. Кроме этого, мы поговорим о том, как устроен бизнес-процесс на стороне клиента, как коммуникации влияют на него и как выстраивать работу стратегу так, чтобы бренд-менеджер был счастлив.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ:

- Компетенции и обязанности стратега в агентстве
- Производственный процесс и распространенные ошибки в работе
- Цели и задачи бренд-менеджера в компании
- Стратегическое мышление
- Брифинг — виды брифов и клиентов, основные вопросы и проблемы

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

КУРАТОР **СТАС МОИСЕЕВ**, 33 ЧАСА

В рамках этого блока мы знакомимся с различными типами исследований — от потребительской сегментации до digital-аналитики, разбираем их на практических занятиях и учимся использовать для решения конкретных бизнес-задач.

В результате модуля студенты будут обладать полным арсеналом знаний и навыков, необходимых для микроскопического изучения рынка и потребителя.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ:

- Открытые источники информации
- Качественные исследования
- Количественные исследования
- Дизайн-исследования
- Инструменты для анализа аудитории. Сегментация
- Конкурентный анализ
- Digital-аналитика

→ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА

КУРАТОР **АННА ЕРШАНСКАЯ**, 24 ЧАСА

Блок посвящен вопросам разработки бренд-платформы и эффективной работы с инсайтами. На занятиях предоставляется необходимый набор стратегических инструментов, который помогает решить задачу по позиционированию бренда и создавать эффективную коммуникацию. Вы узнаете, что такое колесо мотивации и как применять его на практике, разберетесь с тем, как искать инсайт и что с ним потом делать.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ:

- Брендинговые инструменты: Лестница преимуществ. Выбор территории позиционирования. Диагностические характеристики. Понимание роли контекста. Формирование ментальной концепции
- Разработка позиционирования
- Инструменты для анализа аудитории: Synovate censydiam
- Работа с потребителем и целевой аудиторией. Модель Канемана.
- Инсайт: виды, задача, формула и проверка

→ КРЕАТИВНЫЙ БРИФ И ОЦЕНКА ИДЕЙ

КУРАТОР **МИТЯ ВОСКРЕСЕНСКИЙ**, 24 ЧАСА

Вы можете быть самым крутым стратегом на свете, работать с дикими объемами информации, находить удивительные инсайты, но если вы не смогли донести свою мысль до креатора, то все ваше золото обратится в черепки. На модуле, который состоит в основном из практических занятий, мы учимся правильно брифовать креативный отдел, оценивать и комментировать идеи. Итог работы — готовый креативный бриф.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ:

- Креативный бриф
- Брифование креатива
- Оценка креатива
- Пострационализация креатива
- Градация и докручивание идей

→ **ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ**

КУРАТОР **ОЛЬГА САВИНА**, 24 ЧАСА

В рамках этого практического модуля мы будем учиться работать с рекламными кампаниями, в которых задействовано одновременно несколько медиаканалов. Мы создадим схему планирования, учтем особенности каждого канала при разработке стратегии, измерим эффективность рекламы, будем использовать UX. Зачет — презентация с разработанным и просчитанным планом по брифу компании.

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ:

- Интегрированные коммуникации
- Подходы к планированию каналов коммуникации: оплаченные, собственные и заработанные медиа
- Измерение эффективности рекламы и составление медиаплана

- Перформанс-маркетинг: воронки, конверсии, виды KPI
- User Flow
- Пирамида здоровья бренда. Показатели ВНТ (Brand Health Tracker)



СЕССИОННЫЙ БЛОК

КУРАТОР **АННА ЕРШАНСКАЯ**, 9 ЧАСОВ

Подводя итоги курса, мы встречаемся с профессиональными стратегами, которые защищают свои работы перед студентами. В начале модуля студенты получают брифы, по которым им нужно подготовить итоговую работу по всему пройденному на курсе материалу и защитить свою концепцию перед кураторами курса и независимым жюри. По итогу защиту лучшие получают предложение о трудоустройстве.

ПЛАН ЗАНЯТИЙ:

- Презентация стратегических брифов
- Консультация
- Итоговый зачет по курсу