



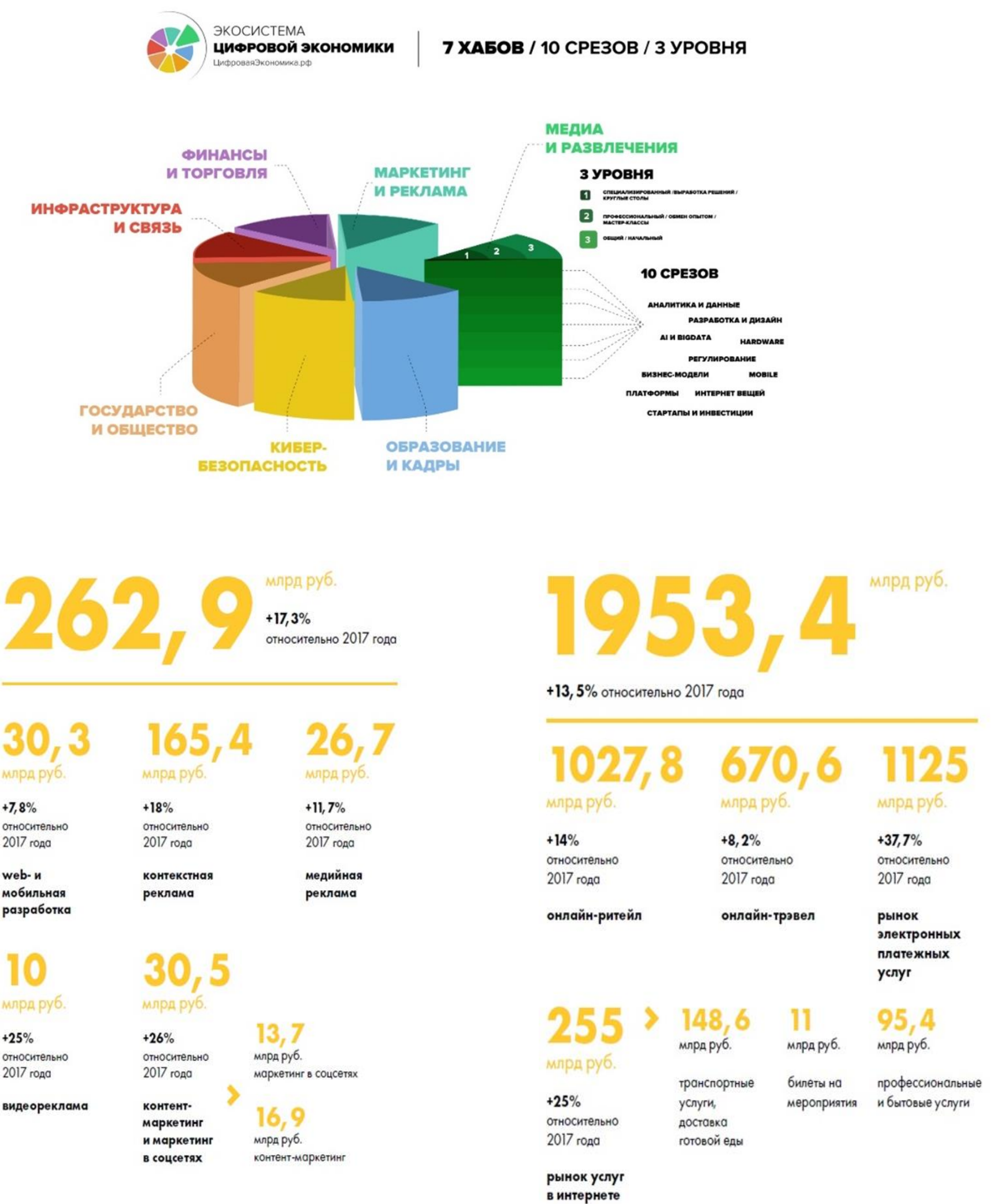
ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Стратегия **Digital** маркетинга для бизнеса

Профессиональная переподготовка

АКТУАЛЬНОСТЬ

- Активно растущий рынок; вклад экономики Рунета в экономику России в 2018 году составил 3,9 трл руб, в том числе 262, 9 в сегменте «Маркетинг и реклама» и 1953,4 млрд.руб в сегменте «Электронная коммерция», в целом рост +11% относительно 2017 года (согласно данным исследования РАЭК «Экономика Рунета 2018»)
- Потребность бизнеса в разработке научно обусловленных стратегий и методик продвижения брендов, товаров и услуг в digital средах и оценке их эффективности в интегрированных маркетинговых коммуникациях;
- Необходимость быстрой подготовки кадров для растущей цифровой экономики в формате дополнительного профессионального образования в условиях отсутствия образовательных программ по интернет – маркетингу в бакалавриате и магистратуре в большинстве ВУЗов





ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКИ НИУ ВШЭ

Программа «Интернет-маркетинговые коммуникации» реализуется **Высшей школой бизнес-информатики НИУ ВШЭ**, основанной в 2004 году как структурное подразделение дополнительного профессионального и бизнес-образования.

Цель ВШБИ: Подготовка высококвалифицированных менеджеров всех уровней, обладающих всеми необходимыми управленческими компетенциями и способных всесторонне оценить и эффективно реализовать преимущества использования информационных технологий в разных сферах современной экономики и государственного управления.

ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКИ НИУ ВШЭ СЕГОДНЯ

34

Образовательные программы

725

Слушателей и студентов

5000

Выпускников

Более



Цель

- формирование профессионалов нового поколения в области интернет-маркетинга для создания и реализации digital стратегий компаний;
- развитие личности и компетенций современных управленцев, как стратегических менеджеров, способных вывести организации на новые уровни конкурентоспособности и эффективности деятельности на основе применения современных цифровых и информационных технологий;
- формирование системы аналитических и практических компетенций высокого уровня для выполнения нового вида профессиональной деятельности в сфере интернет - маркетинговых коммуникаций.





ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОГРАММЫ

- Программа «**Интернет-маркетинговые коммуникации**» реализуется **Высшей школой бизнес-информатики НИУ ВШЭ** в сотрудничестве с профессиональными ассоциациями **РАЭК, IAB, АКАР** и ведущими компаниями отрасли с 2014 года.
- Ориентирована на профессиональный стандарт «**Специалист по интернет – маркетингу**», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 19 февраля 2019 г. № 95н.
- Обучение прошли **9 групп, более 200х человек**. 2 группы (63 слушателя) в процессе обучения.

Вид программы	Программа профессиональной подготовки
Срок обучения, трудоемкость программы	8 месяцев, 22 зач.ед, 836 академических часов, в том числе 388 аудиторных часов
Форма обучения	Очно-заочная (вечерняя), 2 будних вечером, суббота днем
Итоговая аттестация	Подготовка и защита проекта по актуальной теме слушателя
Выдаваемый документ	Диплом установленного образца Высшей школы экономики о профессиональной переподготовке

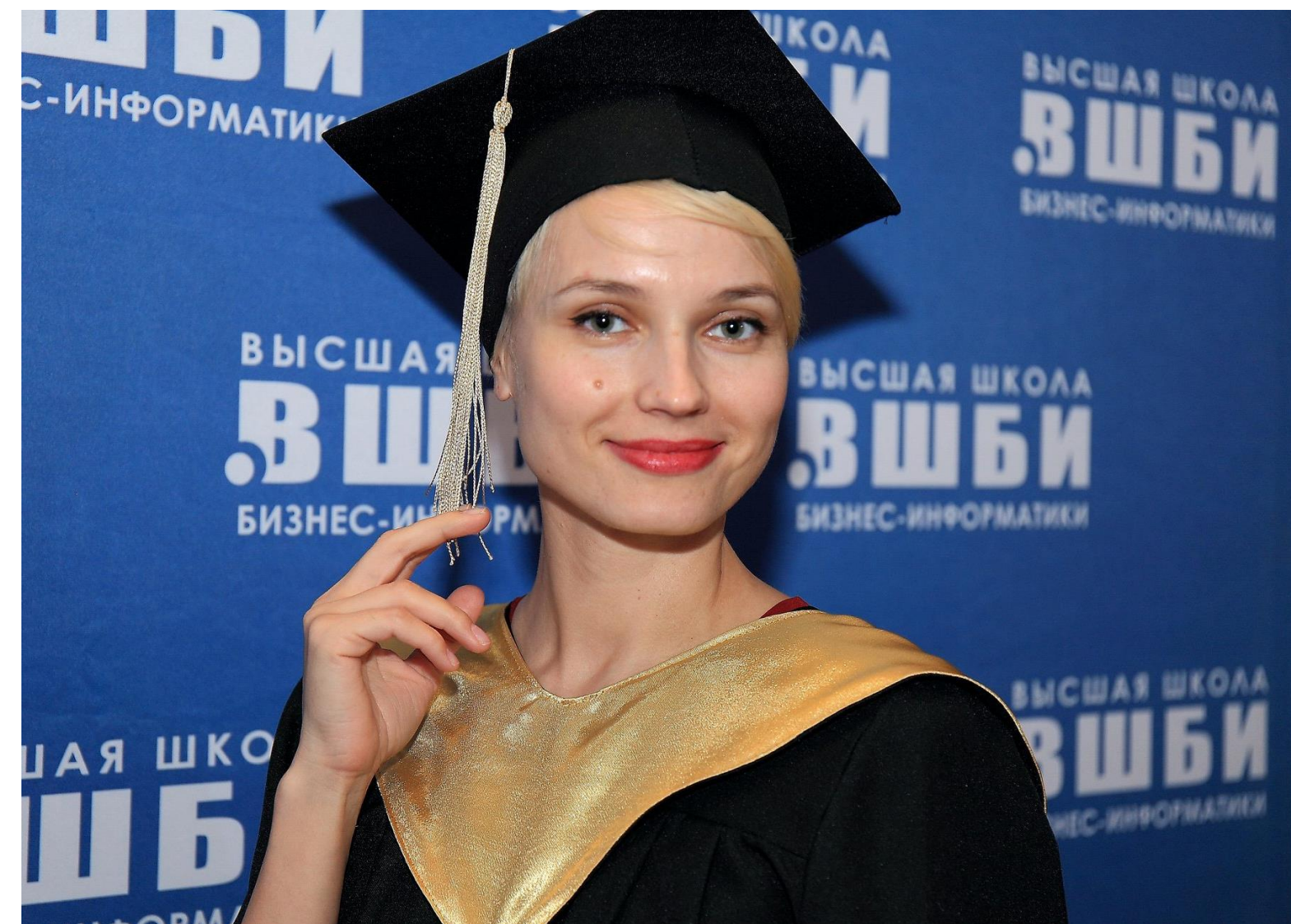


ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Специалисты, работающие в интернет-маркетинге;
- Специалисты смежных digital профессий
- Руководители с опытом оффлайн-маркетинга;
- Директора по маркетингу, продажам и PR;
- Менеджеры по маркетингу, продажам и PR;
- Руководители и владельцы малого и среднего бизнеса, которые занимаются развитием цифровых каналов и клиентским сервисом;
- Аналитики;
- Все, кто хочет освоить новую специальность

КЕМ РАБОТАЮТ НАШИ ВЫПУСКНИКИ

- Руководитель интернет-маркетинга (Head of digital marketing);
- Head of Digital / Digital Director;
- Head of community / Community-director;
- CRM Marketing Manager;
- Digital Marketing Manager;
- Директор по маркетингу;
- Специалист по интернет-маркетингу ;
- Менеджер по рекламе в интернет;
- Руководитель отдела рекламы;
- Web аналитик и др.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Базовая часть

- Стратегический маркетинг
- Бренд-менеджмент
- Методы маркетинговых исследований

Профильная часть

- Экосистема digital рынка в России. Рекламные бизнес-модели
- Стратегическое планирование digital маркетинга (мастерская)
- Исследования в Интернет. Web-аналитика, анализ данных
- Создание и управление продуктами в digital проектах
- Маркетинг в электронной коммерции
- Медийная реклама. Стратегическое и медиапланирование
- Контент-маркетинг, SMM и репутационный маркетинг
- Перфоманс - маркетинг – контекстная реклама, таргет. Оптимизация проектов для поисковых систем
- Управление взаимоотношениями с клиентами, CRM, программы лояльности
- Управление рекламным агентством
- Мобильная экосистема



Итоговая аттестация: подготовка и защита проекта

СТРУКТУРА ОБУЧЕНИЯ

СТРАТЕГИЯ



Разработка стратегии маркетинга для компаний и проектов самого разного уровня от малого и среднего бизнеса до гигантских транснациональных компаний

- Стратегический маркетинг
- Бренд-менеджмент
- Экосистема digital рынка в России. Рекламные бизнес-модели
- Стратегическое планирование digital маркетинга

ИССЛЕДОВАНИЯ



- Методы маркетинговых исследований
- Исследования в Интернет. Web-аналитика, анализ данных

ИНСТРУМЕНТЫ



- Медийная реклама. Стратегическое и медиапланирование
- Контент-маркетинг, SMM и репутационный маркетинг
- Перфоманс - маркетинг – контекстная реклама, таргет. Оптимизация проектов для поисковых систем
- Управление взаимоотношениями с клиентами, CRM, программы лояльности
- Мобильная экосистема

ЛЮДИ И КОМПАНИИ



- Создание и управление продуктами в digital проектах
- Управление рекламным агентством

ИТОГ



Во время обучения слушатели работают над проектом - маркетинговой стратегией для бренда или компании, выполняют задания под руководством экспертов, защищают идею проекта, исследовательскую часть, медиаплан, контентную стратегию и итоговый проект.

СТРАТЕГИЯ

Разработка стратегии маркетинга для компаний и проектов *складываются* самого разного уровня от маленьких проектов, построенных *и становятся* одним человеком, до гигантских транснациональных *строить м* компаний

Стратегический маркетинг

Бренд-менеджмент

Экосистема digital рынка в России. Рекламные бизнес-модели

Стратегическое планирование digital маркетинга

Эта ступень – объединение всех. В ней, как в пазле,



ЛЮДИ И КОМПАНИИ

Все, что касается людей, работающих в интернет-рекламе, как в штате компании, так и на аутсорсе.

Управление digital агентством

Поиск, найм, тестирование людей в отдел маркетинга компании для интернет-маркетинга. Требования к специалистам

Управление отделом маркетинга: задачи, бизнес-процессы, KPI

Эта ступень полностью посвящена людям: как их выбирать и учить, как ими управлять и чего от них ждать. Маркетолог должен не только уметь делать все сам. Он должен уметь делегировать задачи и слушать других людей.



ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследования в Интернет.
Web-аналитика, анализ данных

Методы маркетинговых
исследований



ИНСТРУМЕНТЫ, КАНАЛЫ

Медийная реклама. Стратегическое и медиапланирование

Контент-маркетинг, SMM и репутационный маркетинг

Перфоманс - маркетинг – контекстная реклама таргет. Оптимизация проектов для поисковых систем

Управление взаимоотношениями с клиентами, CRM, программы лояльности

Мобильная экосистема





ТЕМЫ ИТОГОВЫХ ПРОЕКТОВ

ГОСКОРПОРАЦИИ

- Разработка digital -стратегии продвижения ЦОДов Концерна
- Росэнергоатом на B2B рынке
- Разработка маркетинговой стратегии «Онлайн-офлайн» коммерции розничной сети «Ростелекома»

МАРКЕТПЛЕЙСЫ

- Анализ возможностей и перспектив внедрения системы персонализации на маркетплейс goods.ru
- Анализ перспектив внедрения российско-турецкого B2B-маркетплейса
- Разработка рекламного предложения для рекламы брендов и платформы Leroy Merlin.

ИЗДАТЕЛЬСТВА, МЕДИА

- Разработка коммуникационной digital-стратегии Издательской Группы "Азбука-Аттикус"
- Стратегия интернет-маркетинговых коммуникаций для издательской платформы ЛитРес: Самиздат

БРЕНДЫ, РИТЕЙЛ

- Стратегия интернет-магазина Reima
- Создание условий для бизнес-модели "Pull-sales" в ассортименте PHILIPS через формирование экспертного имиджа и интернет-продвижение
- Формирование стратегии онлайн коммуникаций для омниканальной модели маркетинга на примере бренда детской одежды PlayToday
- Повышение эффективности маркетинговых коммуникаций Quelle за счет перехода на динамическую сегментацию целевой аудитории

МЕДИЦИНА, ФАРМА

- Приложение с функцией интернет-магазина для врачей-хирургов
- Маркетинговая стратегия онкологической помощи в структуре объектов медицинской компании



ПРЕПОДАВАТЕЛИ



Федор Вирин

Партнер аналитической
компании Data Insight,
Вице-президент общественной
организации IAB Russia



Екатерина Лобза

К.и.н., зам.директора
ВШБИ НИУ ВШЭ



Сергей Спивак

RDC.center, Директор РАЭК,
Руководитель кластера
"Образование и Кадры"



Борис Омельницкий

Директор по развитию
ADFOX компании Яндекса,
Президент общественной
организации IAB Russia



Борис Овчинников

Партнер, директор по исследованиям
Data Insight



Даниил Колесников

Руководитель маркетинга голосового
помощника Алиса в Яндекс



Юлия Пирогова

К. фил. н., профессор кафедры
маркетинговых коммуникаций факультета
бизнеса и менеджмента НИУ-ВШЭ



Юлия Денисова

Владелец Digital-агентства Veritas



Зверев Никита

eBusiness lead в компании Procter&Gamble,
сооснователь маркетингового агентства



Антон Старченков

Директор интернет проектов в Digital-Lab



Марина Лаговская

Руководитель программ лояльности
и маркетинговых активностей
компании «Ригла»



Лебедев Павел

К. соц.н., Старший директор
по работе с клиентами Ipsos Comcon,
руководитель практики Social media exchange



Арефьев Алексей

Старший менеджер интерфейсов
компании TELE 2



Прокофьев Сергей

Управляющий партнер агентства Creative People



Постовалова Александра

Предприниматель, автор проектов
UX-Марафон, UX Club



ПРЕИМУЩЕСТВА



Востребованность выпускников

ВШБИ НИУ ВШЭ на первом месте
в рейтинге hh.ru за 2019 год среди
московских вузов



Преподаватели-практики

400 аудиторных часов занятий
с ведущими экспертами индустрии



Опыт работы во время обучения

Работа над реальным проектом или
маркетинговой стратегией
с консультантом



Профессиональное сообщество

Постоянное совершенствование
профессиональных навыков в среде
единомышленников



Традиции и опыт

Более 10 лет практики обучения и 600
успешных историй выпускников



Диплом ведущего вуза страны

По окончании обучения вас ждет Диплом
Высшей школы экономики





У НАС ПРОШЛИ ОБУЧЕНИЕ ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ И СОТРУДНИКИ КОМПАНИЙ





Отзывы выпускников



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Учеба запомнилась, было очень интересно. Многие занятия стали любимыми, я не пропустил практически ни одной лекции — и не потому что было нужно, а потому что интересно. Информацию давали действительно очень полезную и актуальную. Что было довольно непривычно после моей учебы в прежнем вузе, где иногда рассказывали о чем-то заметно устаревшем.

За время учебы наша группа сильно сплотилась, мы до сих пор общаемся в телеграмм-чате. Я продолжаю общаться и с преподавателями. Это очень здорово, что они остаются доступны и всегда готовы помочь неформально, уже после того, как курс окончен.

Дмитрий Кантарович

Директор по электронной коммерции Art de Vivre, выпускник ВШБИ НИУ ВШЭ по программе «Интернет-маркетинговые коммуникации» 2017 года.

У меня было больше 13 лет опыта работы к моменту обучения в ВШБИ, из них 8 — управленческого стажа. Профессиональная переподготовка расширяет горизонты. Хорошо, что ВШБИ НИУ ВШЭ дает возможность за два года получить два диплома. МВА «Бизнес-информатика» логично завершает и расширяет курс «Менеджмент в сфере электронного бизнеса и интернет-проектов».

Дополнительное образование развивает меня как специалиста, дает новые знания и опыт, позволяет знакомиться с интересными людьми. С некоторыми из тех, с кем я учился, и кто преподавал мне в ВШБИ, я общаюсь до сих пор.

Сергей Беляев

операционный директор рекламного агентства МедиаНация, вице-президента IAB Russia, выпускник МВА «Бизнес-информатика» и профессиональной переподготовки по специальности «Менеджмент в сфере электронного бизнеса и интернет-проектов» (март 2018).

Целевые действия :

Запланировать встречу elobza@hse.ru; olapshina@hse.ru или +7 (495) 6 888 666 (с 17 марта встречи проводим в сервисах zoom, skype и др)

Подготовить мотивационное письмо

Документы (диплом, вкладыш, паспорт, о смене фамилии) + 2 фото 3 * 4

Собеседование, заключение договора

Начало обучения 18 мая