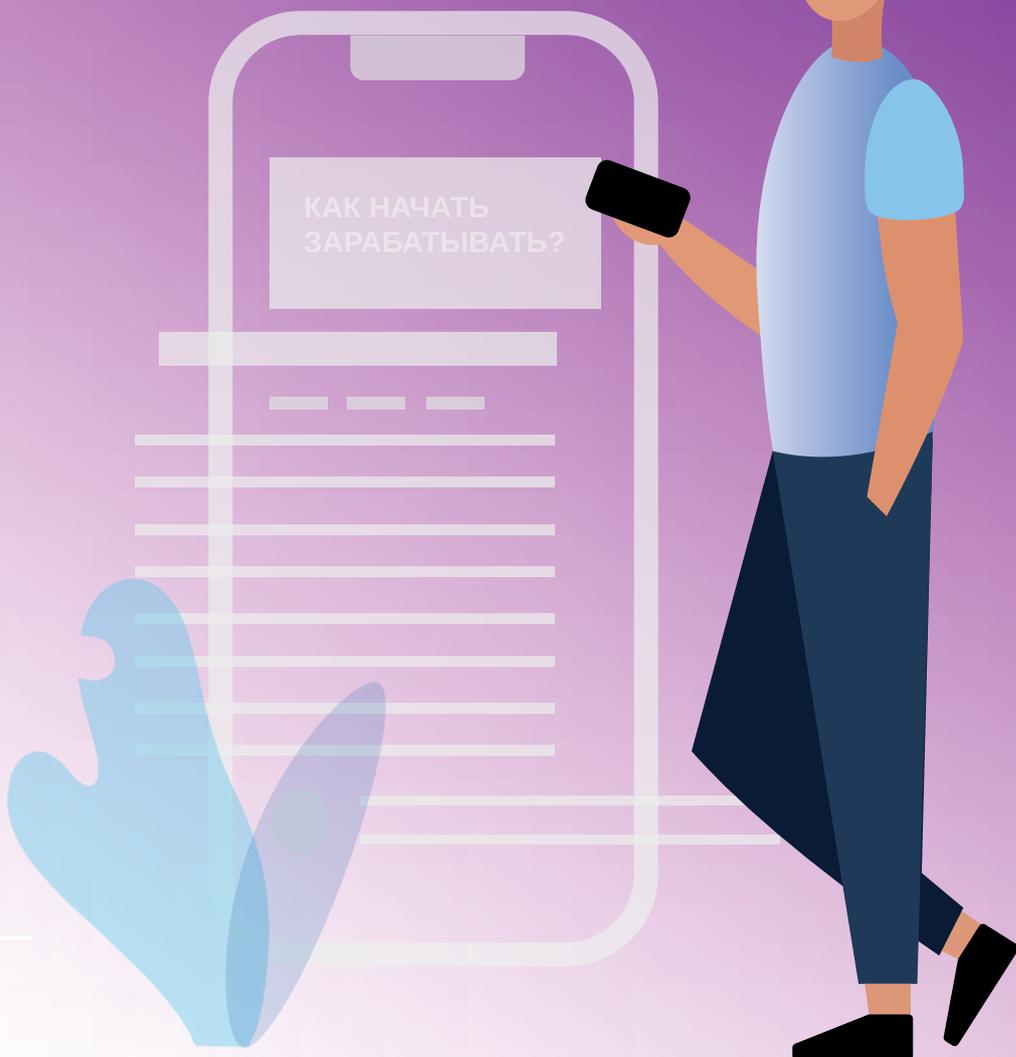


# #ПРОСТО

21 (61) февраль

Мы не просто газета, мы газета ПРОСТО

## THIS IS МАГИСТРАТУРА



Стр. 2 «Институт»



Стр. 6 «Просторно»



Стр. 7 «Простофото»

ТОЧКА  
ОТСЧЁТА

КИНО ДЛЯ  
РЕКЛАМИСТОВ

ШЕДЕВРЫ  
РЕКЛАМЫ



Школа, аттестат, институт, диплом, работа – миллионы людей проходят по этому пути. А через некоторое время понимают, что достигли пика возможной карьеры. Для того, чтобы двигаться дальше, им нужны системные знания следующего уровня.

И тут появляется уверенный в себе человек с дипломом магистра. За короткое время он взлетает по карьерной лестнице и оказывается на несколько ступеней выше тебя. Обидно? А если мы скажем, что этим уверенным человеком можешь быть ты?

Немногие готовы потратить на учёбу два дополнительных года. Но это стоит того. Магистратура даёт возможность стать профессионалом в выбранной области. Для работодателей это важно.

Этот номер мы полностью посвятили новому для СЗИУ направлению «Консалтинг и репутационный менеджмент в связях с общественностью». На страницах ты найдёшь полный его обзор, мнения преподавателей, а также подборки фильмов и шедевры мировой рекламы. У тебя в руках сейчас не очередной выпуск газеты, а ключ к успешному будущему!

// Мария Симонова,  
главный редактор  
@marias017

## ТОЧКА ОТСЧЁТА

**Консалтинг как сфера экономики оформился к концу XIX века в США. Люди, которые с этой поры стали профессионально давать советы предпринимателям, переняли это у адвокатов и нотариусов.**

XX век показал, что профессиональные консультанты остаются в выигрыше и в тяжёлые времена, когда экономика пытается нащупать «потолок», и не может его найти. Если при мощном техническом прогрессе предпринимателям не хватало информации – они приглашали менеджеров, и те корректировали производства под рамки нового рынка.

Тенденции в отрасли задавали Фредерик Тейлор, Гарригтон Эмерсон и Артур Д. Литтл. В 1914 году Эдвин Буз организовал «Booz Allen Hamilton» – первую консалтинговую компанию в мире, которая занималась деловыми исследованиями. В 20-30х годах прошлого века похожие фирмы появились в Англии и Германии. Сферы их деятельности сводились в основном к маркетингу, сбыту и управлению человеческими ресурсами.

Продемонстрированные историей стабильные позиции на рынке консультантов в целом совмещены с большой ответственностью, которую берут на себя эти специалисты. Тем, кто будет учиться на новой магистерской программе СЗИУ «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью», предстоит работать с гудвиллом. Goodwill – репутация, имидж, бренд, паблисити (узнаваемость бренда у целевой аудитории). Этот нематериальный актив компания может копить годами и потерять в одночасье.



Мир погружается во Вторую мировую войну, и консультанты работают с государственным и военными секторами экономики. А после – занимаются восстановительными работами. Причём возводят не только новые дома, но и новую экономику.

### Денежный оборот (млрд. дол. в год)

К 2013 году консультирование по экономике и управлению в большинстве стран мира выступало как отдельный сектор услуг.



США



ЕВРОПА



ЯПОНИЯ

// Мария Кузнецова, 2-й курс

# КЕЙС МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

С 1 сентября 2019 года СЗИУ запускает новое образовательное направление подготовки магистерской программы «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью». Программа создана с учётом современных тенденций и зарубежного опыта и ориентирована на digital-маркетинг и разработку имиджевых моделей. Под одним флаконом собрана вся важная и полезная информация, которая гарантирует получение высокооплачиваемой должности.

Программа создана с учётом современных тенденций и зарубежного опыта и ориентирована на digital-маркетинг и разработку имиджевых моделей. В одном флаконе собрана вся важная и полезная информация, которая гарантирует получение высокооплачиваемой должности. Во время двухлетнего обучения есть возможность попробовать себя в роли руководителя и разработчика. Предстоит организовывать мероприятия, рассчитывать убытки и доходы, анализировать рынок, заниматься прогнозированием, разрабатывать программы создания положительной репутации в экстремальных условиях и, конечно же, работать над имиджем объекта. Магистерская программа будущего уже перед вами, осталось только сделать выбор.

## Всё включено:

### Методы оценки корпоративного имиджа

- разработка имидж-политики
- создание контента
- управление информацией

### Основы репутационного менеджмента

- разработка корпоративной стратегии
- определение программ организационного развития

### Современные теории массовых коммуникаций

- способность управлять организациями, подразделениями, людьми, проектами

### Моделирование репутации

- конструирование моделей репутации коллектива с помощью информации и математики

### Имидж-консультирование

- исследование рынка в свою пользу
- интегрированные маркетинговые коммуникации



**Средняя заработная плата выпускника направления «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью» составляет 100 тысяч рублей.**

100 000  
рублей



руководитель направления маркетинга и коммуникаций

100 000  
рублей



специалист по связям с общественностью группы поддержки имиджа компании

80 000  
рублей



менеджер по стратегическому планированию

80 000  
рублей



маркетолог-аналитик

70 000  
рублей



специалист по интернет-рекламе

150 000  
рублей



HR-директор

## О КРИЗИСАХ, РЕКЛАМЕ И МАГИСТРАТУРЕ

**В 2019 году СЗИУ РАНХиГС открывает магистерскую программу «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью». Мы побеседовали с руководителем этого направления – кандидатом культурологических наук Никитой Владимировичем Гришаниным.**

### **По Вашему мнению, стоит ли сейчас учиться на рекламиста?**

Наиболее востребованы в XX веке профессии тех, кто «кормит», «учит» и «лечит». Не останутся без работы люди, задействованные в пищевой промышленности, в образовательной и медицинской индустрии. Важную роль для компаний играет построение коммуникаций. Раньше это не носило тотальный характер, но сейчас с каждым днём мы убеждаемся: кто управляет коммуникациями, тот владеет всем.

### **Как давно рекламисты стали востребованными на рынке труда?**

Сегодня эта профессия престижна, а вот в 2008 году, после крупного кризиса в России, пиарщиков и рекламистов увольняли. Во время кризиса 2015 года увольняли уже всех остальных. Так случилось потому, что компании, оставшиеся без «коммуникаторов», разорились. Сейчас всё более серьёзно: если у тебя нет коммуникационных инструментов – ты рискуешь не удержаться на плаву. Поскольку эра брендинга начинает «закатываться», и люди не хотят переплачивать за торговую марку, на рынке труда возрастает потребность в специалисте, способном сформировать устойчивую репутацию.

### **Зачем идти учиться в магистратуру? Какие преимущества она даёт?**

Во-первых, она даёт преимущество в профессиональном статусе. Во-вторых, во взаимодействии с профессионалами. Здесь преподают прикладные дисциплины. Они все – must have в джентльменском наборе PR-специалиста.

### **Чем «консалтинг и репутационный менеджмент» в РАНХиГС отличается от программ других вузов?**

Программа, которая была разработана в СЗИУ, отвечает двум крупнейшим трендам рынка. Первое – это переход рекламных и PR-агентств в зону консалтинга, и второе – это уход от брендинга к репутационному менеджменту. Особенность заключается в подходе к обучению. Идея такая – большую часть всего времени вы будете обучаться прямо на местах практики. А в стенах вуза мы хотим создать своеобразный



*Большую часть всего времени вы будете обучаться прямо на местах практики.*

офис, где студенты будут получать необходимые компетенции.

### **На чём магистры будут специализироваться?**

На всех современных методах репутационного менеджмента: поддержание репутации компании в социальной сети и СМИ, проведении пресс-конференций. Сюда относится сетевая репутация и event-менеджмент – формат построения офлайн репутации, вирусные технологии, которые создают вокруг компании определенный шум. А также кризисные коммуникации, которые сегодня являются технологией продвижения компании.

### **Расскажите о структуре учебного плана магистерской программы.**

В первом семестре студентов ждет большое количество экономических дисциплин. Без экономики невозможно стать магистром в сфере коммуникации. Остальные семестры – исключительно дисциплины коммуникационной

направленности. Выпускник будет обладать всем инструментарием, позволяющим ему работать «на себя», интегрироваться в существующие предприятия.

### **Уже известно, где студенты будут проходить практику?**

Сейчас есть договоренность с московскими агентствами SMG, ИМА-ПРЕСС, INO GROUP, PR Inc. В Санкт-Петербурге с агентствами Media Price и PRONAME, пресс-службами всех районов города и пресс-службами администрации губернатора Ленинградской области и губернатора Санкт-Петербурга.

### **Кому будет полезно данное направление?**

Всем, кто учится на коммуникатора. Рекламисты, журналисты, психологи, экономисты и т.д. Ребятам с других направлений потребуются дополнительные усилия для обучения, но мы рады всем.

# THIS IS МАГИСТРАТУРА

Окончив базовый уровень высшего образования – бакалавриат, каждый должен сделать серьёзный выбор: осуществить level-up и занять место в высшем эшелоне или покинуть стены института с трудовой перспективой среднего звена.

Это естественный отбор. По его правилам наиболее способные и целеустремлённые студенты продолжают обучение до получения степени магистра. Они могут продолжить развиваться в выбранной сфере или же освоить иное направление. По данным исследования HeadHunter, одно из самых популярных и востребованных направлений в нашей стране

– это реклама и PR. На вершине топа вакансий – менеджер по работе с клиентами в сфере рекламы, поскольку почти четверть работодателей находится в поисках именно таких профессионалов. Второе место заняли специалисты по связям с общественностью – 19%, а на третьем расположились специалисты по мероприятиям и продвижению – 17%.

## Больше всего рекламисты и PR-специалисты востребованы в:

**32%**  
Москва

**11%**  
Санкт-Петербург

**3%**  
Татарстан

**3%**  
Краснодар



*«Направление «Консалтинг и репутационный менеджмент» считается очень престижным, поскольку XXI век – это время борьбы за внимание, время, когда важно формировать свой имидж и репутацию. Коммуникации стремительно переходят в интернет-пространство, за счёт чего возрастает роль человеческого общения и его важность. Консалтинг же занимается оптимизацией процессов коммуникаций, когда человек человеку может что-то предложить, объяснить, продвинуть».*

**Светлана Александровна Лёвина, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, кандидат социологических наук**

*«Перспективы развития направления «Консалтинг и репутационный менеджмент» в СЗИУ блестящие. Не буду перечислять очевидные преимущества обучения в магистратуре и получения магистерской степени, связанные с высокой зарплатой и трудоустройством. Консалтинг и репутационный менеджмент – это будущее любого компетентного, высококвалифицированного специалиста по связям с общественностью, настроенного на развитие. Если говорить о престиже: для кого-то это большие деньги, для других – карьера, статус. Без сомнения, все это при должных усилиях обретёт слушатель, выпускник магистерской программы «Консалтинг и репутационный менеджмент».*

**Пётр Алексеевич Раменский, кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций**



*«Хорошая деловая репутация делает компанию привлекательной для инвесторов, повышает ее капитализацию, позволяет увеличить доход, обеспечивает сильные позиции при выходе на новые рынки и поддержку широких слоев населения. Управление репутацией – одно из наиболее острых направлений современного менеджмента. Открытие магистерской программы было обусловлено недостатком квалифицированных специалистов в данной сфере».*

**Максим Николаевич Ким, профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций, доктор филологических наук, доцент**

Как показывает практика, агентства, преимущественно сетевые и зарубежные, назначают на руководящие должности кандидатов с магистерским образованием. Поэтому, если студент заинтересован в профессиональном росте и возможностях самореализации, ему необходимо сделать правильный выбор между «level-up» и «средним звеном». Обычно, после принятия верного решения, студент проходит онлайн-регистрацию на сайте СЗИУ и подаёт необходимые документы на поступление.

## КИНО ДЛЯ РЕКЛАМИСТОВ

Чтобы узнать, как выглядит профессия мечты, мы частенько обращаемся к кинематографу. Желающий стать врачом смотрит «Доктора Хауса, журналист – «В центре внимания». Ну а будущим мэтрам рекламы стоит не только детально изучить магистерскую программу СЗИУ, но и оценить следующие ленты:



ЧЕГО ХОТЯТ ЖЕНЩИНЫ

«О чём думает ЦА»

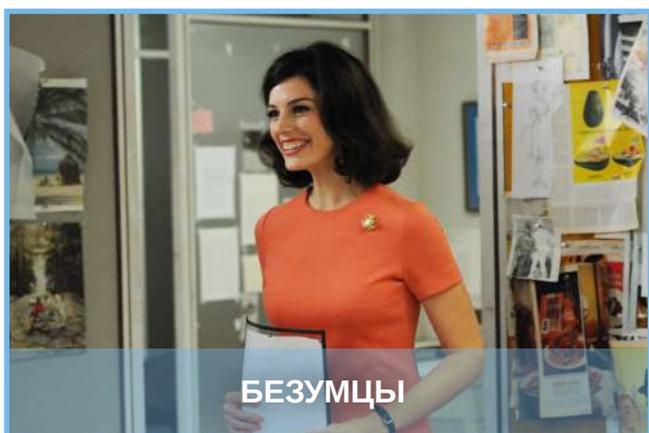
По сюжету, сотрудник рекламного агентства Ник попадает в аварию, после которой он начинает слышать мысли женщин. Ник не бежит к врачу, не впадает в панику, но, как истинный профессионал, решает использовать обстоятельства. Заранее зная мысли потребительской аудитории, рекламист начинает восхождение.



ПЛУТОВСТВО

«Глобальный обман и общество спектакля»

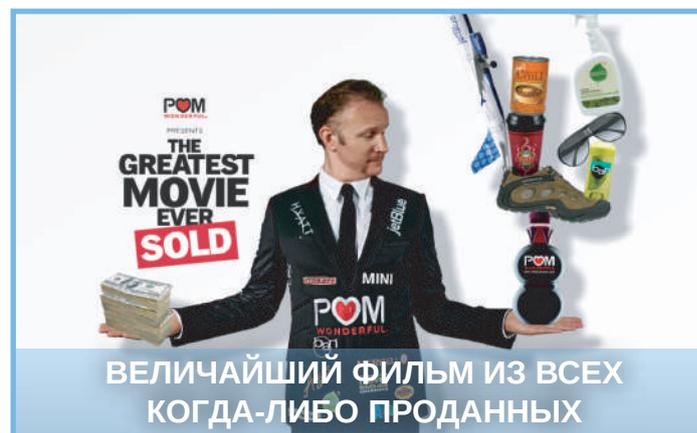
Чтобы отвлечь внимание общественности от громкого скандала, связанного с президентом США, власти вызывают «специалиста по внештатным ситуациям» Конрада Брина. Он, в свою очередь, решает начать fake-войну и привлекает к работе продюсера Стенли Мотса. Вдвоём они организуют фееричное шоу мирового масштаба.



БЕЗУМЦЫ

«Нью-Йорк 60-х годов»

В центре сюжета – работа крупного рекламного агентства на Мэдисон-авеню. Зритель узнает о том, как устроена крупная рекламная компания и увидит циничный мир американского бизнеса, где выживают только талантливые и пронырливые воротилы.



ВЕЛИЧАЙШИЙ ФИЛЬМ ИЗ ВСЕХ КОГДА-ЛИБО ПРОДАННЫХ

«Корпоративные тонкости под ироничным соусом»

Те, кто считает документальные фильмы скучными, заберут свои слова обратно! Центральная фигура этой киноленты – реклама. Назойливая, надоедливая, она формирует вкусовые предпочтения и затрагивает даже самые интимные стороны жизни.

# ШЕДЕВРЫ МИРОВОЙ РЕКЛАМЫ



*Doritos может вписаться в любой фильм*



*Печенье вместо стога сена в рекламе компании LU*



*Реклама пасты Roma: "Принесите домой вкус Италии"*



*Социальная реклама, отражающая печальную реальность*



*Реклама легкового автомобиля Mercedes-Benz E-Class*

# С КЕМ ВАМ ПО ПУТИ

Дайджест событий 2019 года в мире маркетинга, рекламы и PR.

## Реклама со всего мира

Не пропустите весной студенческий фестиваль «Зелёное яблоко». Ежегодно он проходит в Челябинске. Борьба за победу вы будете, буквально, со всем миром PR. Участники конкурса – рекламисты из США, Китая, Белоруссии, Казахстана и других стран. Здесь будет, где развернуться вашей фантазии и таланту. Среди номинаций – печатная и наружная реклама, фирменный стиль и упаковка.

## UX-ни!

Превращать пользовательские инсайты в новые продукты научат на «Профсо-UX». И да, это не название лекарства, а реальная конференция. Вас ждут лекции и мастер-классы от ведущих специалистов. На английском и русском языках расскажут, как эффективнее исследовать целевую аудиторию и выстраивать рекламную стратегию.

## Во все книжные

Центральная библиотечная система имени М.Ю. Лермонтова проводит всероссийский конкурс творческих работ. Эксперты из рекламных агентств Москвы и Санкт-Петербурга оценят творения молодых талантов со всей страны. Всего три номинации: «призыв к чтению», «реклама библиотеки», «реклама книги 2017-2019 годов». Творческие работы и заявки принимаются с 1 по 31 марта.

## С консалтингом на «ты»

Разобраться в консалтинге вам поможет специальная всероссийская конференция в Президентской академии в Петербурге. Как грамотно построить коммуникацию, эффективно работать с имиджем – на форуме «Консалтинг и репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью» вам всё покажут и расскажут.

## Рекламный «фреш»

Выгодно пополнить резюме может участие в «Хрустальном апельсине» – московском конкурсе для рекламистов. Подать заявку можно прямо в Петербурге. От победы вас отделяют всего три этапа. Сражение на поле рекламы здесь идёт в нескольких номинациях. Подготовить кейс можно для госструктур, избиркома, бизнеса или событий масштаба всей страны, например, для чемпионата мира.

## Серебряное «золото»

Лучшие рекламные проекты представят в июне на «Silver Mercury». В числе лауреатов известные российские и зарубежные бренды – операторы сотовых сетей, автопроизводители и т.д. Почерпните новые идеи для будущих проектов и присмотритесь к конкурентам – после магистратуры и вы можете войти в их число.

// Дарья Жура, 4-й курс

## ПРОСТО

студенческая газета  
СЗИУ РАНХиГС  
№ 21 (61)

Редакция благодарит за содействие директора СЗИУ В.А.Шамахова, директора программы Liberal Arts В.Н. Киселева, декана факультета социальных технологий О.С. Кузина, руководителя образовательных направлений: «Журналистика» и «РиСО» М.Н. Кима.

**Главный редактор**  
Мария Симонова  
**Шеф-редактор**  
Мария Кузнецова  
**Ответственный секретарь**  
Виктория Минасян  
**Куратор проекта**  
Ксения Виноградова  
**Дизайн и верстка**  
Мария Симонова  
**Корректор**  
Мария Кузнецова

Периодическое печатное издание, газета.  
Регистрационное свидетельство ПИ №ТУ78-01592 от 15 июля 2014г.  
выдано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу.

Адрес редакции: 191119, Санкт-Петербург, ул. Черняховского, д. 6/10  
Тел.: 8 (812) 335 94 94 доб.2233  
E-mail: simmary@gmail.com  
Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции

Газета отпечатана в  
Издательско-полиграфическом  
центре СЗИУ, Санкт-Петербург,  
8 линия В.О., д. 61

Заказ №  
Время подписания в печать:  
по графику - 25.02.2019, 15:00  
фактическое - 25.02.2019, 15:00  
Тираж 500 экз.  
Распространяется бесплатно.

14+