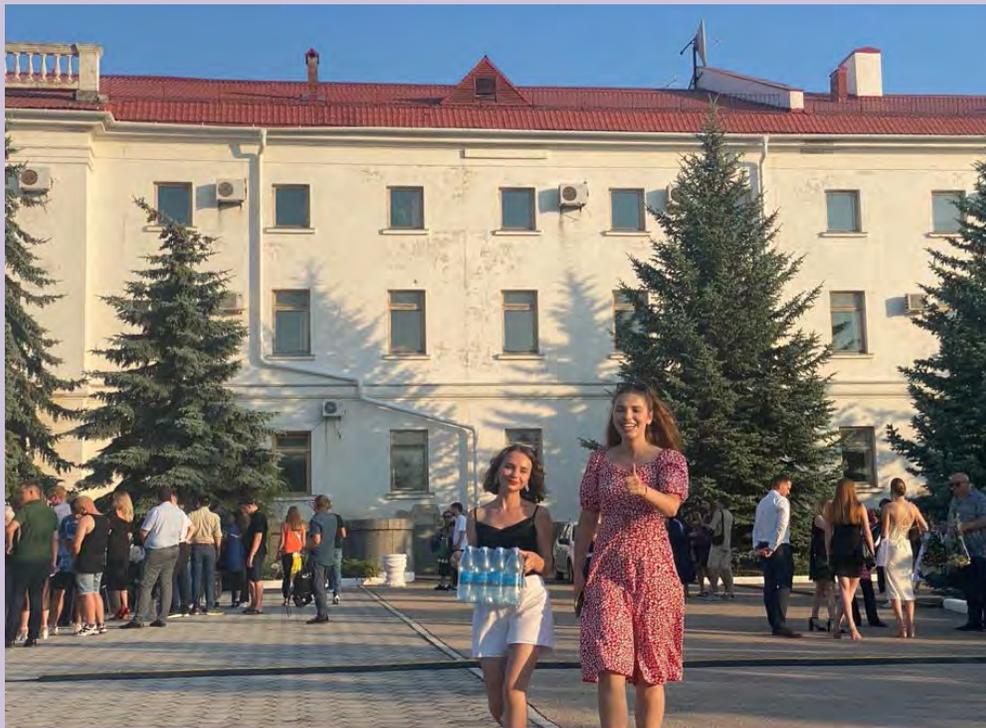


ИТОГИ ПРАКТИКИ 2022



Презентацию
подготовила студентка
II курса направления
подготовки
«Журналистика»
Мария Федорова

- Подготовила фоторепортаж о выпускном в филиале МГУ
- Изложила структуру ForPost
- Выделила должностные инструкции спортивного журналиста



Без них никак ... Волонтеры!



#ТыСмог!



Минута славы ...



Главное, что нужно знать о профессии «бренд-менеджер пространств и территорий»

Презентацию подготовила студентка 2 курса направления подготовки «Журналистика» Федорова Мария

Кто такой бренд-менеджер пространств и территорий?

Бренд-менеджер пространств – организатор и консультант, отвечающий за «виртуальный имидж» территории и наполняющий виртуальное пространство места/ территории культурными смыслами.

Он занимается созданием образа и легенды конкретной местности, вокруг которой и формируется дизайн, айдентика (визуальная составляющая компании), информационное освещение, разнообразные мероприятия и виды туристических сервисов.

Благодаря работе бренд-менеджера пространств можно придать территории уникальность, привлечь туристов и сделать местность конкурентоспособной.

Средняя зарплата в России – 42023 руб.

Обязанности бренд-менеджера пространств и территорий

В начале работы такой эксперт изучает особенности места, его историю для создания определенного образа. Он осуществляет разработку дизайна, айдентики, продумывает мероприятия и виды туристических сервисов, которые можно организовать в конкретном месте.

Он принимает непосредственное участие в разработке вербальных и визуальных идентификаторов бренда совместно с копирайтерами и дизайнерами. Его задача – сделать местность конкурентоспособной для привлечения туристов, создать развитую партнерскую сеть, новые возможности для развития бренда.

Бренд-менеджер пространств проводит маркетинговые мероприятия, промо-кампании, утверждает рекламные материалы.

■ Подготовила презентацию о профессии бренд-менеджера пространств

Важные навыки и качества

- Бренд-менеджер пространств должен понимать основы ведения бизнеса, маркетинга, рекламных компаний, психологии потребителей.
- Необходимо иметь навыки переговоров и деловой коммуникации, быть опытным пользователем ПК.
- Среди личных качеств важна креативность, внимательность к деталям, творческие способности, логическое мышление. Такой специалист должен уметь работать в команде, взаимодействовать с разными людьми.

Значимость профессии

В настоящее время территориальный брендинг является важным управленческим инструментом развития территории, может решать задачи повышения ее конкурентоспособности.

Так, созданный сильный территориальный бренд позволяет не только повышать туристическую и рекреационную привлекательность, но и:

- увеличивать приток внешних государственных и частных инвестиций и стимулировать процессы кластерного развития приоритетных отраслей экономики;
- повышать привлекательность территории за счет удержания текущих жителей и привлечения новых, выступающих в том числе в качестве квалифицированной рабочей силы.

IT-офис в США

Где можно освоить профессию?

Существует 20 программ бакалавриата и специалитета, после окончания которых можно получить профессию «Бренд-менеджер пространств, территорий».

Их реализуют такие ВУЗы как: НИТУ ВШЭ («Управление в креативных индустриях. Туризм и экономика впечатлений»), РАНХиГС («Управление социальными коммуникациями»), СевГУ («PR и стратегические коммуникации»), НИУ МЭИ («Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме»), БГУ («Экономика и управление развитием городов и территорий») и другие.

Для участия в конкурентном отборе требуются результаты ЕГЭ по русскому и иностранному языкам, литературе/ истории/ обществознанию.

Поступление на эту специальность характеризуется малым количеством бюджетных мест/ полным их отсутствием и высокой платой за обучение (средняя стоимость – 400 тыс./ год).

НИУ ВШЭ



- Написала реферат на тему «75 лет на экране: путь самой крупной телерадиокомпании Калининградской области от «Янтаря» до «Вестей Калининград»»
- Прошла практику в организации ГТРК Калининград: занималась поиском тем, написанием, созданием и съемкой новостных сюжетов