

Магистратура НИУ ВШЭ

По *data-driven* управлению
продуктом и маркетингом

«Коммуникации, основанные на данных»



Для кого это?



Программа позволит получить системное образование в Data-Driven маркетинге, управлении продуктом и аналитике.

Это для вас, если вы:

- Хотите продолжить карьерный рост и снять барьеры, связанные с новыми технологиями и глубоким пониманием области цифрового маркетинга и управления продуктом.**
- Хотите усилить свои базовые знания перед переходом на топовые управленческие позиции**
- Хотите получить современный диплом, удовлетворяющий требованиям крупнейших работодателей для управляющих позиций**
- Хотите разобраться в теме на современном практическом материале и реальных кейсах под личным руководством опытных инструкторов и преподавателей из реального бизнеса.**



Кого мы учим



Data driven product manager



Способен управлять продуктом, обладает навыками проект-менеджмента, владеет ключевыми фреймворками

Роли в компании: Chief Product Officer (CPO), Директор продукта, Product Owner, Chief Growth Officer, менеджер продукта

Marketing Manager



Способен самостоятельно организовать работу департамента маркетинговых коммуникаций, может вести кампании в любых технологических средах, знает принципы АВ тестирования.

Роли в компании: Chief Marketing Officer, Директор по маркетингу, Digital директор

Product/ Marketing analyst



Способен выстроить систему продуктовой и маркетинговой аналитики, учитя особенности инфраструктуры и сочетания различных технологий

Роли в компании: Head of analytics, продуктовый аналитик, маркетинговый аналитик, Chief Data Officer



Логика обучения

Управление маркетингом

Технологии привлечения и монетизации клиентов.
Экосистема данных и цифровой рекламы. Коммуникации.

Управление продуктом

Приложение аналитических компетенций к бизнес-решениям.
Цифровая экосистема и цифровые продукты. Монетизация. Менеджмент.

Аналитические компетенции.

Азы программирования. Анализ данных. Постановка и проверка гипотез.
Математические методы.



**Что вы получите в
результате?**

Специализация : 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью.



Государственный диплом
официального образца.
Аkkредитация Министерства
Образования РФ.



Приложение European Diploma
Supplement

Официальная аккредитация подтверждена в 2020



European Diploma Supplement

- Оформляется согласно требованиям Европейской комиссии, Совета Европы, ЮНЕСКО
- Засчитывается при продолжении обучения в зарубежных университетах
- Признаётся в Европе, США, странах Азии



- Готовое портфолио: 10+ реализованных реальных *data-driven* проектов – важный плюс при найме
- Партнерство с ведущими HR агентствами для помощи в трудоустройстве и карьерном консалтинге
- Отдельные практические часы по упаковке своего профессионального карьерного опыта в области *Data-driven* проектов.



**Кто отвечает за ваш
успех?**

Роман Нестер



Руководитель магистратуры

Соруководитель Лаборатории Поведенческой
Экономики НИУ ВШЭ (с 2020)

Предприниматель, основатель ведущей
российской **программатик-компании**
Segmento (приобретена Сбербанком в 2018)

Обладатель премии Каннские львы (Серебро
и Золото 2016)

Обладатель международной премии Effie
(2016)

Профессор НИУ ВШЭ



Елена Грызунова

кандидат наук,
академический руководитель
ВШЭ, преподаватель



Сергей Зверев

Профессор, руководитель
департамента, президент
КРОС



Партнёры курса



Партнёры: коммуникационные холдинги

• **KROS**

Топ-2 коммуникационное агентство в РФ с собственной digital-практикой. Выполняет в том числе крупнейшие заказы государства.

dentsu
ΛΕΓΙΣ
network

Крупнейшее по digital выручке агентство (27+ млрд руб.).
Британско-Японский всемирный холдинг, более 130 стран присутствия. 1300 сотрудников в России.


PUBLICIS
MEDIA

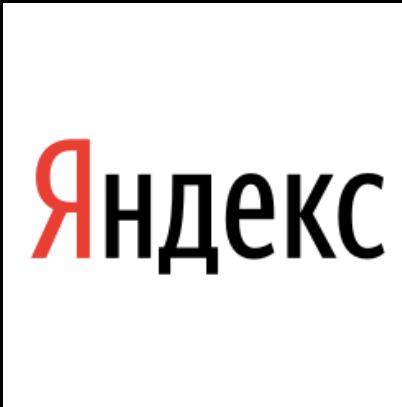
Крупнейшая по совокупной выручке группа в России.
Французский холдинг, 100+ стран присутствия. Ведёт крупнейших глобальных FMCG клиентов.



Партнёры: крупнейшие рекламные площадки



Технологическое подразделение НРА (Национальный рекламный альянс) – единого монопольного селлера рекламы в России (образован на базе активов крупнейших медийных холдингов в стране «Первый канал», ВГТРК, «Газпром-Медиа Холдинг» и «Национальная Медиа Группа»).



Крупнейший российский поисковик и IT-компания, партнёр ВШЭ по многим направлениям



Партнёры: владельцы и операторы данных (*Data management platforms*)



Часть группы «Ланит», крупнейшая биржа данных в России. является одним из 8 глобальных партнеров *Google DoubleClick* в категории «*Data management*» и Premium партнёр *Oracle*. Авторы наиболее качественных индустриальных исследований.



Французский глобальный холдинг, более 1000 клиентов и 30 рынков присутствия. 1 место в России по рейтингу *AdIndex* в категории «Управление большими данными». 180 миллионов профилей в РФ. Среди прочего, обладатель уникальных разработок по анализу текстов.

Партнёры: маркетинговые платформы



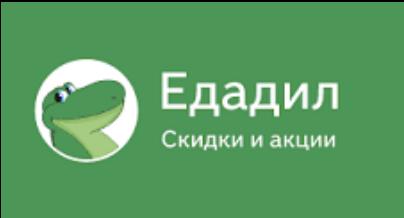
Платформа клиентских данных для автоматизации маркетинга. Одни из российских лидеров в Martech *. Выручка компании в 2019 приблизилась к полутора миллиарду рублей, больше 300 клиентов пользуется решением по автоматизации. В 2020 студенты на базе неё формировали сегменты и организовывали рассылки.

Входит в группу компаний Сбербанк. Лидирующая российская DSP (Demand side platform), монетизирует данные крупнейших банков, e-commerce компаний и телеком-операторов. Обладатель 2-х Каннских львов, премии Effie, нескольких первых мест по рейтингу Adindex

Входит в группу компаний Газпром. Омниканальная система управления рекламой. Использует все доступные каналы – баннеры, видео, наружные щиты, ТВ-рекламу – для контакта с потребителем на основе данных. Студенты проводят на ней реальные рекламные кампании.



Партнёры: цифровой продукт



Цифровой сервис – агрегатор скидочных предложений крупных брендов в российских ритейловых сетях. Приобретён Яндексом в 2018 году. 11 млн. пользователей в месяц. Предоставляет студентам датасеты для выполнения задач, ведёт семинары.



Крупнейший EdTech сервис в России, лидер по выручке в сегменте онлайн-обучения. Цифровая платформа с собственной системой проведения занятий. Входит в 20 самых дорогих компаний России по версии Forbes. Предоставляет датасеты, ведёт продакт-менеджмент.



Симулятор продакт-менеджера

Более 4500 продакт-менеджеров в России прошли этот платный курс, построенный в форме симуляции карьеры.

С 2020 – эксклюзивный партнёр магистратуры ВШЭ «Коммуникации, основанные на данных», доступен только в рамках этой программы.

**GO
PRACTICE**

Единственный кейс внедрения ведущего российского симулятора карьеры в высшее образование.

Студенты с помощью фасилитатора проходят весь курс продакт-менеджера, решают задачи, каждый движется по своему сценарию и своей траектории.



Международные партнёры

Израильский холдинг в сфере беттинга, работающий на весь мир



Более 200 000 активных пользователей

Студенты работают с

- Датасетами компаний
- Бизнес-задачами по работе с пользовательской базой
- Инструментами маркетинга на международном рынке
- Мультиязычной командой

Важный международный мультиязыковой проект для портфолио при переезде за рубеж.



Преподаватели и приглашённые лекторы





Георгий Левин. Основатель Getintent, Apptiwise. Сумел вывести компанию на рынок США, а затем продать её «Газпрому». Эксперт по связям с инвесторами, запуску стартапов, переезду в США. Приглашённый лектор



Светлана Миронюк. Руководила РИА «Новости», маркетингом «Сбербанка», сейчас профессор «Сколково». Лучший преподаватель – 2019. Ведёт «Основы данных-ориентированных коммуникаций».



Денис Пушкин. Продакт-менеджер SkyEng. Отвечает за коммерциализацию продукта. На гостевых занятиях с ним студенты узнают, как SkyEng измеряет свой продукт, как привлекает клиентов, как строит гипотезы.



Наталья Шагарина. Основательница сервиса Едадил (приобретён в 2018 Яндексом). На гостевой лекции рассказывает про особенности строительства продукта в стартапе, про интеграцию с гигантом, про то, как сделать продукт успешным и найти на него покупателя.



Сергей Зверев. Президент и основатель KPOS, руководитель Департамента интегрированных коммуникаций. Экс-заместитель руководителя администрации Президента РФ.



Павел Калайдин. Директор по исследованиям ВКонтакте, глава лаборатории ВКонтакте в МФТИ. Гостевой лектор по темам ИИ, внедрения машинного обучения в бизнес, построения процессов работы с data scientists.



Михаил Степнов, Head of Advanced Analytics группы Publicis. Работает с данными самых крупных клиентов российского рекламного рынка. Ведёт курсы по эконометрике, анализу больших данных в коммуникационных кампаниях. Курирует участие студентов в защите тендерных предложений перед командой Publicis.



Марк Попов. Автор курса «Искусственный интеллект в медиапланировании». эксперт в области машинного обучения и нейронных сетей. Взглавляет в НСК подразделение обработки и анализа больших данных. Более 15 лет в ИТ, как разработчик и руководитель.



Анна Зимина. Лидер направления в Google по крупнейшим рекламодателям. Экс-руководитель перфоманс команды холдинга Publicis Media (топ-2 в мире). Ведёт основы программатик-рекламы.



Олег Клепиков. Автор универсальной поведенческой модели PSYCHEA®. Специалист по поведенческой экономике и нейромаркетингу, современным методам анализа поведения и поведенческому дизайну, психографике, качественным, количественным и специальным методам исследований, сенсорному маркетингу и брендингу. Научный руководитель и преподаватель специализаций и образовательных программ в МГИМО, РАНХиГС, ВШЭ, МГУ, ВШБ



Дмитрий Егоров. Руководит направлением данных в международном **Havas Media** (часть рекламного холдинга АДВ, топ-4 по выручке в РФ, 20+ млрд.). Экс-руководитель монетизации данных **Weborata**. Ведёт курс по **дата-экосистеме и монетизации**.



Олег Владес. Доцент. Вице-президент коммуникационной группы «Крос». Лучший преподаватель ВШЭ 2019, 2018, 2017, 2016, 2015, 2014. Ведёт основы Рекламы и связей с общественностью в цифровой среде



Семён Миканёв. Директор по работе с клиентами Mindbox (более 300+ крупнейших клиентов в России). С ним студенты проходят практику на платформе, создавая сегменты, осваивая омниканальную триггерную коммуникацию, учатся внедрять Martech в работу компании



Далия Киселева. Директор по работе с клиентами Getintent. Помогает студентам провести практическую работу по запуску кампаний в 5 видах каналов, включая наружную рекламу и ТВ, через программатик.



Общая программа курса



Бизнес-блок

Погружаем в современные практики менеджмента, юнит-экономики, целеполагания бизнеса

- Стратегический менеджмент и цифровизация бизнеса
- Основы данных-ориентированных коммуникаций
- Бизнес-анализ



Аналитический блок

Азы работы с данными и языками

- Прикладной сетевой анализ
- Азы программирования для анализа данных (SQL, HTML, Python)
- *Data mining in communication studies (ENG)*



Маркетинговые технологии

Все современные методы и инструменты привлечения и монетизации аудитории

- Перформанс маркетинг
- Медиаформаты
- Online to offline
- Креативные кампании на данных
- ИИ в медиапланировании



Продуктовый блок

Фреймворки и практики управления продуктом

- Управление продуктом на основе данных
- Автоматизация управления лояльностью
- Сегментация аудитории



Стратегический
менеджмент
и цифровизация
бизнеса

Основы данных-
ориентированных
коммуникаций

Бизнес-анализ

Большие данные
для сегментации
аудитории

Управление
продуктом на
основе данных
**GO
PRACTICE**

Автоматизация
маркетинга и
управления
лояльностью

Перфоманс
маркетинг

Экосистема цифрового
маркетинга

Психографика

Новые медиаформаты
и Online 2 Offline

Искусственный
интеллект в
медиапланировании

Креативные
кампании на основе
данных

Прикладной сетевой
анализ

Программирование
для анализа данных
(SQL, HTML, Python)

Машинное обучение

Data mining in
communication
studies



Пример содержания одной учебной дисциплины на примере курса «Управление продуктом»



- Разница между корреляцией и причинно-следственной связью, проценты и процентные пункты, среднее арифметическое и медиана.
- **Как Google Chrome захватывал рынок браузеров.** Краткий обзор истории браузерных войн. Хорошая аналогия тому, чего хочет добиться ваша новая компания.
- **Софт лонч и базовые метрики для презентации.** Первое задание от Chief Product Officer. Вам предстоит разобраться с системой аналитики Amplitude, посчитать базовые метрики приложения и сделать первые выводы о продукте.



- **Анализ рынка и конкурентов.** Пока все готовятся к запуску, у вас есть время изучить рынок на основе публично доступных данных. Оценить аудиторию и скачивания приложений конкурентов. Научиться визуализировать данные.
- **Retention.** Вы разберетесь в тонкостях метрики Retention и способах ее расчета в Amplitude. Поймете, как связаны между собой Retention, новые пользователи и активная аудитория. Создадите модель для прогнозирования аудитории, чтобы оценить влияние разных улучшений на ключевые метрики.
- Метрики продукта и метрики роста



- **Статистическая значимость.** Чтобы сравнить метрики двух версий продукта, недостаточно их посчитать. Необходимо проверить, является ли изменение статистически значимым или нет. Вы научитесь применять методы математической статистики на практике для сравнения метрик.
- **Оценка потенциала новой функциональности.** Ваш руководитель рассказывает вам о новой фиче, которая скоро пойдет в разработку. Вы решаете проявить инициативу и оценить ее потенциал, для чего создаете модель продукта и оцениваете конверсии ключевых шагов воронки.
- **Гипотеза ценности и модель продукта.** Вы узнаете, что такое гипотеза ценности, сформулируете ее и постройте модель продукта, чтобы его лучше понять.
- **Эксперименты.** Вы научитесь отличать гипотезы и факты. Проверите свое чутье, угадывая результаты реальных экспериментов. Научитесь проектировать эксперименты и интерпретировать их результаты. Сформулируете важную гипотезу, проверите ее и получите неожиданные результаты.



- **Почему?** Качественные методы исследования пользователей. Неожиданные результаты эксперимента поставят команду в тупик. Но вы найдете выход из него с помощью применения качественных методов исследования пользователей (интервью, опросы и т.д.).
- **Ищем ценность.** Как пользователи используют продукт? Вы научитесь применять ряд фреймворков для поиска скрытой ценности продукта. Найдете нечто неожиданное. А может быть и нет. Все зависит от вас. Вы будете сравнивать между собой разные вещи. Узнаете, какие бывают метрики, и для чего они используются. А также получите ориентиры Retention для разных категорий продуктов.
- **Когортный анализ** - основа продуктовой аналитики. Вам надо будет понять, как изменения, сделанные в новой версии продукта, повлияли на ключевые метрики. В этом поможет когортный анализ и инструмент Воронок в Amplitude.



- **Отстройка продукта от найденной ценности.** Вы воспользуетесь инсайтом, найденным в прошлой главе, чтобы изменить продукт. И кто знает, куда вас это заведет.
- **Проверяйте самую рискованную гипотезу.** Вам предстоит встать на место руководителей реальных продуктов и принять сложные решения. А заодно понять, почему так важно снимать продуктовые риски как можно раньше.
- **Гипотеза роста.** Вторая ключевая гипотеза при создании продукта. Вы будете угадывать ключевые каналы дистрибуции для известных сервисов, приоритизировать гипотезы роста для продукта.
- **ROI или Return On Investment.** Самое время разобраться с маркетинговой аналитикой. Это просто. Достаточно изучить тонкости метрики ROI и научиться применять когортный анализ для этой задачи.



- **Покупка трафика в рекламных сетях.** Команда начинает тестировать рекламные каналы трафика. Вы разберетесь с тем, как работают рекламные сети. Проанализируете ряд тестовых закупок пользователей. Оцените потенциал монетизации продукта. Примите решение, инвестировать в канал или нет.
- **ASO (Appstore Search Optimization).** Вам предстоит сформировать семантическое ядро для продукта, оценить объем потенциального трафика и конкуренцию.



Какие проекты делают студенты?



Пример стажировки в процессе

- Вы проходите собеседование в группу Publicis Groupe. Ваш куратор – глава Advanced Analytics Михаил Степнов (преподаватель нашей программы)
- В режиме shadowing вы знакомитесь с работой всей производственной цепочки – от сейл и нью-биз департамента до data science
- Вы готовите тендерное предложение для заданного клиента, изучая его бизнес на предоставленных датасетах и данных о прошедших кампаниях
- Вы проводите защиту тендера перед реальными топами Publicis



Проекты в составе курса

- Предсказание оттока пользователей на датасете «Связной.Тревел»
- Определение оптимальной конфигурации приложения на датасете Netprint
- Проведение АВ тестирования разной формы посадочной страницы
- Проведение психометрического профилирования пользователей социальной сети ВК и оптимизация маркетингового микса на основе результатов
- Проведение customer development и customer research с помощью таргетированных рекламных кампаний
- Оптимизация UX пользовательского приложения



Выпускные работы

- **Анализ больших данных** об истории телесмотрения для увеличения эффективности ТВ-кампании Danone с помощью программинга
- **Как предсказать**, кому из клиентов «Газпром-медиа» стоит отправлять предложение и кто на него откликнется (uplift-моделирование)
- **Уменьшение оттока** пользователей сервиса «Едадил» (Яндекс) с помощью анализа больших данных и моделирования
- **Система предсказания эффективности** баннеров с помощью нейросети



В цифрах

- **235** кейсов
- **250+** часов практики
- **15** отдельных проектов



Научная работа

В 2020 будет запущена **Лаборатория Поведенческой Экономики** при магистратуре «Коммуникации, основанные на данных».



В ней мы будем работать с задачами крупного бизнеса по анализу закономерностей поведения клиентов и способам воздействия на них.

Исследования и научная работа будут проводиться на реальных датасетах. Одна из задач – вернуть фундаментальные научные исследования в современный маркетинг и получить важные практические результаты для бизнеса.

Студенты магистратуры примут активное участие в работе и смогут выступать соавторами научных публикаций, участвовать в конференциях и на практике осваивать алгоритмы на переднем крае.



В чём отличие от онлайн-курсов?

- 100% освоение всей программы. В онлайн-курсах только 15-20% проходят их до конца.**
- Постоянный нетворкинг внутри группы и компаний-партнёров.**
- Коучинг со стороны кураторов магистратуры-опытных бизнесменов и ведущих экспертов индустрии**
- Постоянная работа с крупнейшими нанимателями**
- Государственный диплом, засчитывающийся зарубежными нанимателями**
- Закрытое сообщество с выпускниками прошлых лет и возможности для расширения связей на рынке**



СКОЛЬКО УЧИТЬСЯ?



Сколько учиться?

- **2 года обучения, 4 модуля с каникулами между ними**
- **2 месяца с апреля по июнь – подготовка выпускного проекта**
- **Учёба в будние дни с 19.00. Все совмещают с работой**
- **Субботы с 10.00 до 16.00**



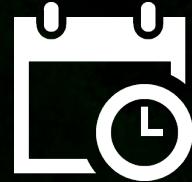
Как поступить?



**В ЭТОМ ГОДУ ВСЕ
ЗАЯВКИ И
собеседования мы
проводим онлайн**



Каковы этапы поступления?



Выбираете поток набора – первый должен подать документы до

31.07

Второй – до

17.08



Заводите личный кабинет на priem.hse.ru и загружаете свои документы. Вас включат в поток поступающих.



Собираете и загружаете портфолио (ваши достижения, грамоты, свидетельства)



Проходите собеседование с руководителем магистратуры

1 сентября – начало учёбы



Как стать абитуриентом

1. Зарегистрироваться в системе ВШЭ и завести личный кабинет

Зачем?

Вам нужно получить свои логин и пароль для работы с системами ВШЭ. Дальше в личном кабинете будут храниться и обрабатываться университетом ваши документы, заявления и вся информация. ВШЭ тщательно следит за охраной данных абитуриентов

Как это сделать:

Пройти по ссылке <https://priem.hse.ru/magabit.html>, ввести свои данные (понадобится телефон и e-mail) и нажать на кнопку «Получить логин и пароль». Иногда данные для доступа приходят не сразу – проверяйте вашу почту.

Получить логин и пароль

Фамилия:*	<input type="text"/>
Имя:*	<input type="text"/>
Отчество:*	<input type="text"/>
Дата рождения:*	<input type="text"/>
Пол:*	<input type="button" value="Пол"/>
E-mail:*	<input type="text"/>
Подтверждение E-mail:*	<input type="text"/>
Контактный телефон:*	<input type="text"/>

Обязательно указывайте код населенного пункта!



Как стать абитуриентом

2. Подать заявление для поступления

Это второй, но самый важный шаг. Нам нужно получить от вас заявление для того, чтобы официально включить вас в поток поступающих. Также ВШЭ очень важно убедиться, что у вас есть действующий диплом о высшем образовании.

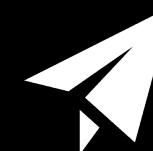
На этом этапе важнее всего сделать **три вещи**:



загрузить сканы
своих паспорта и
диплома



Скачать, подписать и
загрузить заявление



Отправить заявку в
систему ВШЭ



В ответ вы получите
свой уникальный
номер абитуриента

Портфолио на этом этапе необязательно - вы сможете загрузить его позже.



Как подать заявление?

- A. Войти в [личный кабинет](#), используя полученный логин и пароль
- B. Ввести ваши данные в регистрационную форму
- C. Теперь вам нужно **выбрать нашу магистратуру**.
Для этого нажмите зелёную кнопку «Добавить конкурс в магистратуру», выбрать Москву и «Коммуникации, основанные на данных»
- D. Поставить галочку на «Коммерческой основе обучения» как указано на скриншоте
- E. Документы в портфолио на этом этапе загружать необязательно.

Выберите образовательную программу

Приоритет конкурса (при подаче заявления более чем на одну образовательную программу магистратуры, поставьте номер 1 той программе, на которой Вы бы хотели учиться в первую очередь и так далее в соответствии с Вашими предпочтениями) *

Филиал *

Москва

Конкурс *

Коммуникации, основанные на данных

Бюджетная основа обучения

Коммерческая основа обучения

Магистерская специализация

Предмет по выбору

Загружать копию документа об образовании в качестве документа портфолио НЕ требуется.

Добавить документ портфолио

Удалить конкурс в магистратуру

Добавить конкурс в магистратуру

Сохранить



Как подать заявление?

- F. Загрузите сканы паспорта и диплома о высшем образовании. Обратите внимание, что развороты разных страниц нужно объединить в единый файл
- G. Оформите **заявление на поступление** и согласие на обработку персональных данных. Для этого понадобится скачать и **распечатать** заявку, подписать, сфотографировать и загрузить обратно через интерфейс.
- H. Теперь выберите удобную для вас **дату собеседования**
- I. Отправьте заявку в ВШЭ нажатием «Отправить заявку»
- J. Через некоторое время после проверки вы получите **регистрационный номер абитуриента**.
- K. С этого момента вы официально среди поступающих на программу!



Что теперь?

После того, как вы официально стали абитуриентом, вам будет необходимо сделать последний шаг — до даты собеседований загрузить через личный кабинет своё портфолио. Оно затем повлияет на вашу скидку на обучение.

Что может входить в портфолио — [подробно описано здесь](#).

После того, как вы загрузили всё, что считаете важным для своего портфолио — мы ждём вас на собеседовании!

У вас всё получится.



Дочитал?

Ты 

Тебе к нам!



Наша страница в ВШЭ

Готов обмениваться с всеми единомышленниками!