

Результаты работы в креативной мастерской «New School» за первое полугодие третьего курса

Материал подготовила Усова Александра – студентка 3 курса РССО

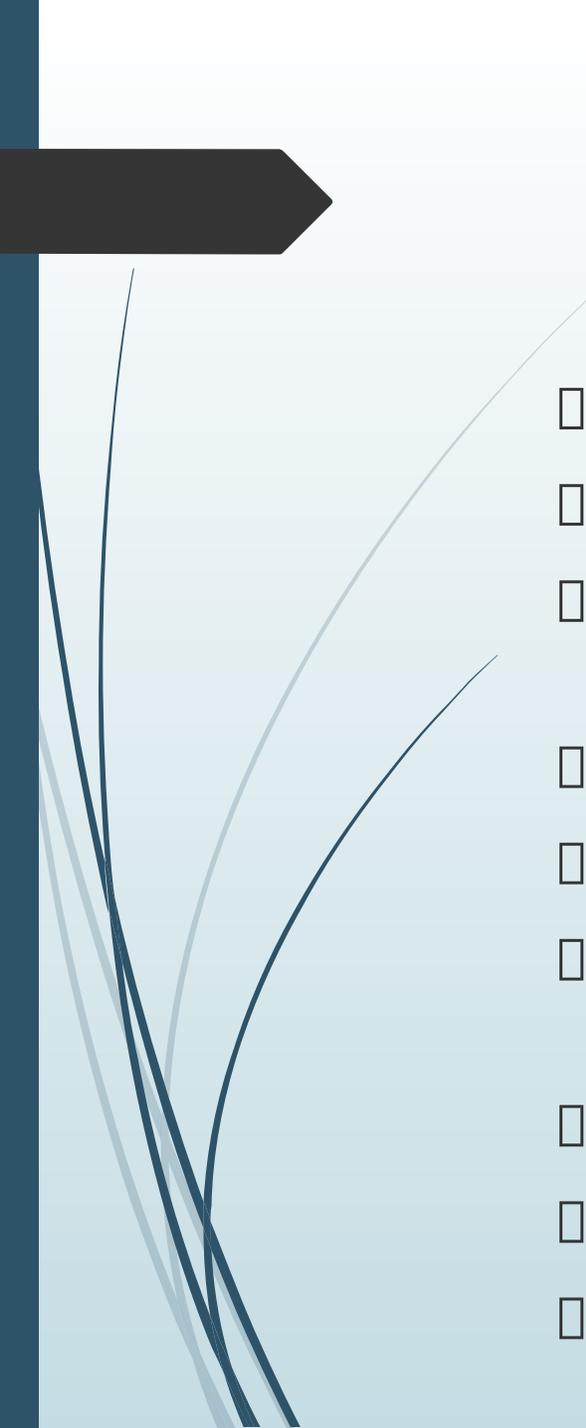
Обо мне



- ❑ Моё имя – Александра, а фамилия – Усова
- ❑ Студентка 3 курса Московского педагогического государственного университета
- ❑ Обучаюсь на факультете «Реклама и связи с общественностью»
- ❑ Состою в креативной мастерской «New School»
- ❑ Имею опыт работы в международной компании «McDonalds»
- ❑ Имею опыт прохождения стажировки в Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) в качестве стажёра в PR отделе

Мероприятия, посещённые мной за ПОЛГОДА

- Круглый стол «Вековой юбилей кузницы военных кадров Отчизны»
- круглый стол «Профессиональные навыки 2020: актуализация содержания образовательных программ по направлению «Маркетинг, управление продажами и реклама»»
- конкурс «Коммуникационное агентство, сертифицированное АКМР» — PR-Battle
- IV Национальный Рекламный Форум (НРФ'19)
- Конкурс MIXX Russia Awards 2019
- 29-й международный фестиваль рекламы «Red Apple»
- Показ и обсуждение фильма Ивана Твердовского «Класс коррекции» в Еврейском музее и центре толерантности



В ЭТОМ ПОЛУГОДИИ Я ВЫПОЛНИЛА СЛЕДУЮЩИЕ РАБОТЫ:

- Тексты (PR, рекламные, маркетинговые, event) – 7 штук
- Презентации – 5 штук
- Ведение социальных сетей – 3 штуки (Facebook и Instagram)
- Участие в одном профессиональном конкурсе
- Маркетинговый опрос – 1 штука
- Маркетинговое исследование – 1 штука (по результатам сделана презентация и написан текст)
- Бизнес-план – 1 штука
- Аналитический обзор – 1 штука
- Подкасты – 5 серий подкастов, по 2 штуки в каждой серии

Часть бизнес-плана

буфер обмена

Слайды

Шрифт

АУСАЦ

РИСОВАНИЕ

Бизнес-план по проекту курса ораторского мастерства «Говорить красиво и грамотно»

*Работу подготовила студентка 3 курса РССО, креативной
мастерской «New School» Усова Александра*

1

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА

Продаваемый продукт: курс тренингов по получению навыков ораторского искусства «Говорить красиво и грамотно», состоящий из 10 групповых занятий, в группе до 10 человек. Занятия проводятся 2 раза в неделю в течение месяца, их проводит опытный спикер, имеющий все возможные награды и регалии, а также соответствующее образование. Курс «Говорить красиво и грамотно» даёт 100% результат: за месяц из абсолютно неговорящего человека вы превратитесь в прекрасного оратора, обладающего грамотной речью

2

БИЗНЕС-ИДЕЯ И БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

- целевой потребитель: люди, желающие развить в себе ораторские навыки, научиться говорить красиво и грамотно, стать более уверенным в себе
- ценностное предложение: несмотря на групповые занятия, коуч применяет индивидуальный подход к каждому участнику, ориентируясь на его особенности и уже имеющиеся способности; на каждом занятии вы изучаете новый способ трансформации спикерских навыков; тренинги будут проходить в шаговой доступности от метро в центре Москвы; как бонус – уютная атмосфера: тренинги будут проходить в студии, где всем желающим будут предложены чай, кофе и закуски
- прогнозный период проекта – 1 год

3

МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

На основе разработанной композиции предполагается выпускать следующие продукты:

- Курс групповых офлайн тренингов по ораторскому искусству, длительность каждого из которых составит месяц
- Курс онлайн тренингов, который будет включать в себя 10 занятий-вебинаров

Возможные покупатели:

Деловые люди, бизнесмены, деятели культуры, начинающие артисты и студенты театральных университетов и просто люди, которые хотят стать более раскрепощёнными.

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

Инвестиционные затраты

Общая стоимость настоящего проекта составляет 715 тыс. рублей и включает следующие составляющие:

- Аренда помещения в центре Москвы в 5 минутах от метро и его содержание – 45 тыс. руб. в месяц
- Оплата услуг профессионального коуча – 70 тыс. руб. в месяц
- Взятие в аренду оборудования для записи онлайн курса вебинара – 30 тыс. руб.
- Различная реклама курса – 500 тыс. руб.
- Прочие расходы – 70 тыс. руб.

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

Затраты на рекламу: 167 тыс. руб. + 333 тыс. руб.
(за один год)

Оплата ком. Услуг: 10 тыс. руб. (в месяц)

Затраты на один тренинг: 20 тыс. руб.

Затраты на персонал: 75 тыс. руб. в месяц

Затраты на помещение: 30 тыс. руб.

Прочие месячные затраты: 5 тыс. руб.



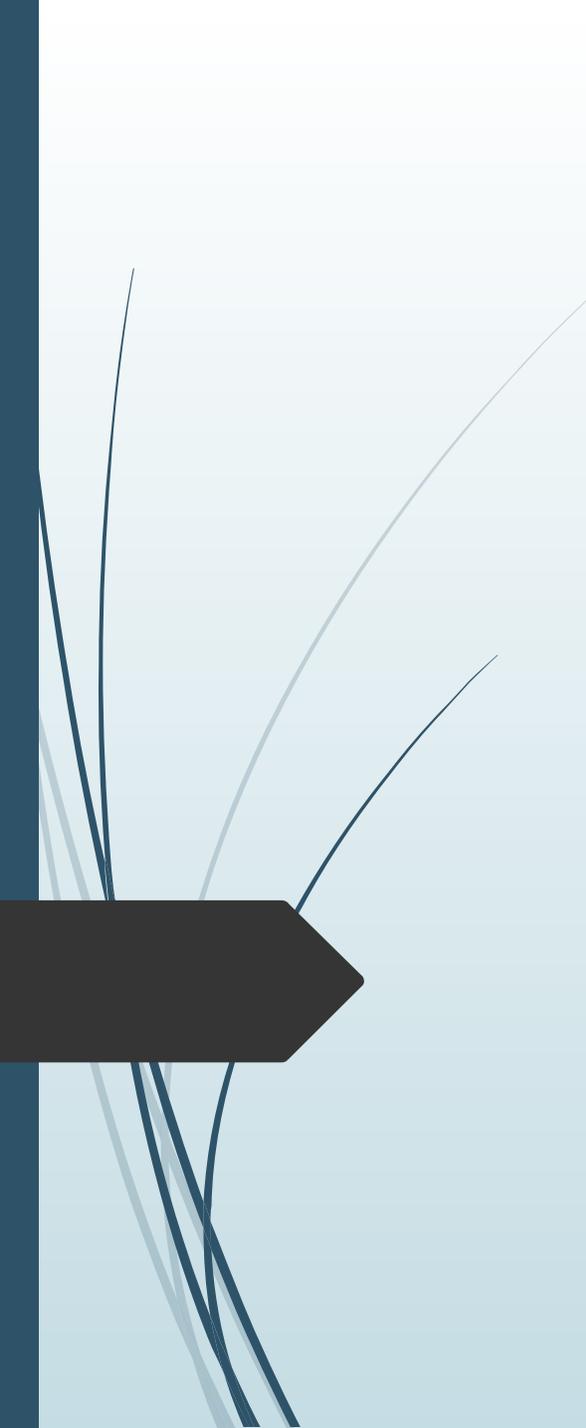
Часть аналитического обзора

01.05.2019 - 31.05.2019	440
0,000000250167	
01.06.2019 - 30.06.2019	365
0,000000221739	
01.07.2019 - 31.07.2019	356
0,000000207564	
01.08.2019 - 31.08.2019	398
0,000000244080	
01.09.2019 - 30.09.2019	359
0,000000197857	

Запрос: купить дом с участком

Дата запроса **Количество запросов**
Абсолютное количество
запросов

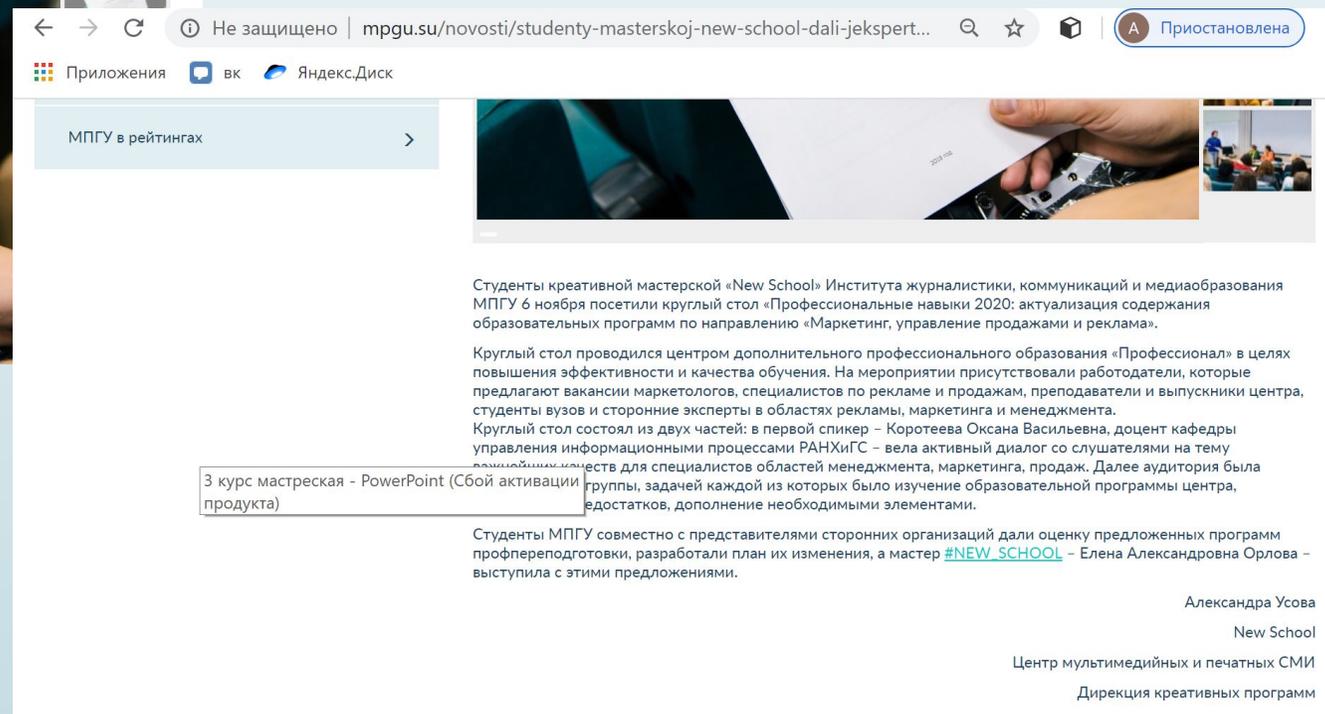
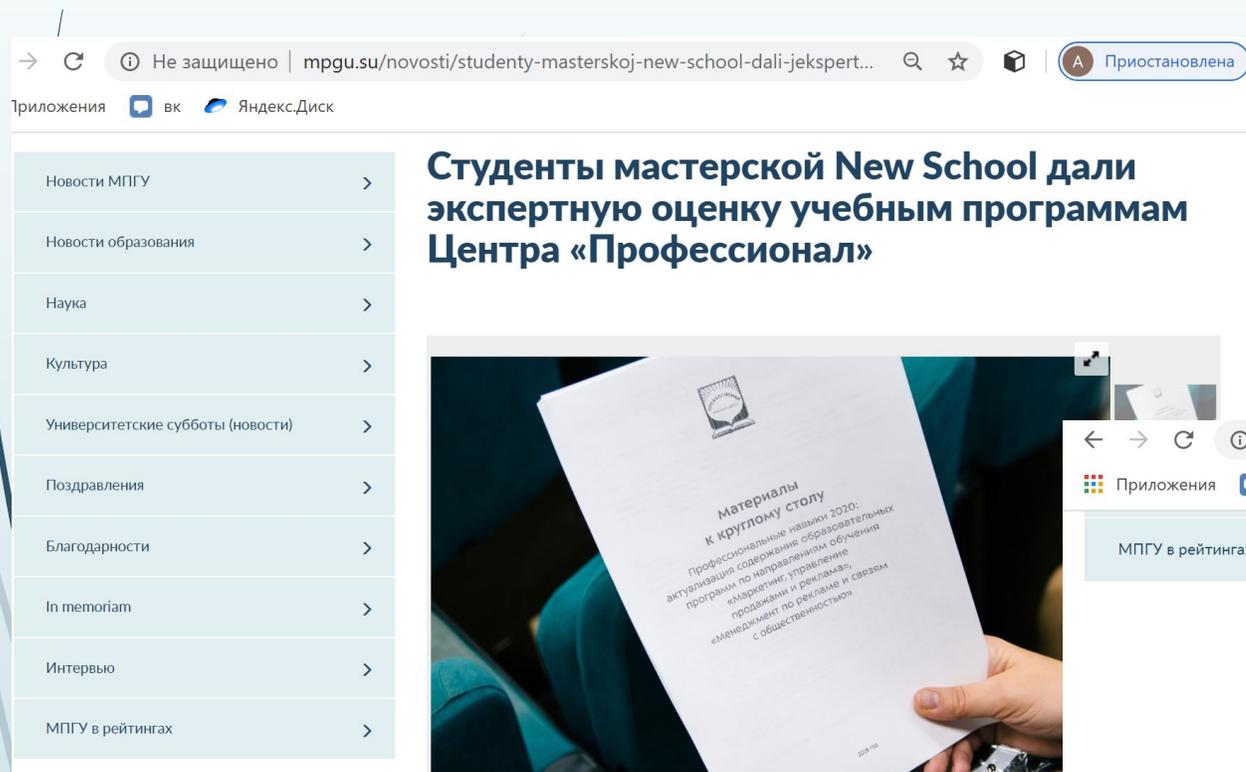
01.10.2017 - 31.10.2017	13989
0,0000008063470	
01.11.2017 - 30.11.2017	12873
0,0000007653793	
01.12.2017 - 31.12.2017	10025
0,0000005959896	
01.01.2018 - 31.01.2018	14533
0,0000008617020	
01.02.2018 - 28.02.2018	13319
0,0000007660115	
01.03.2018 - 31.03.2018	16459
0,0000008670983	
01.04.2018 - 30.04.2018	16920
0,0000009951171	
01.05.2018 - 31.05.2018	20525
0,0000012198352	



Мои публикации

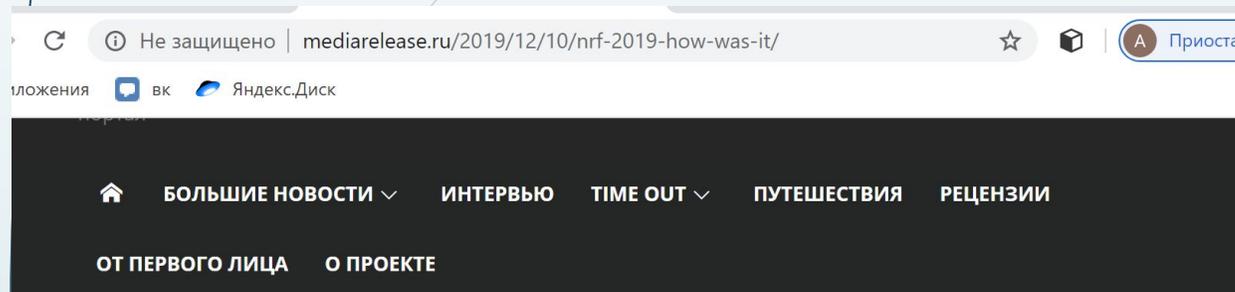
За период с сентября 2019 года по январь 2020 года

Публикация текстового материала на сайте МПГУ



3 курс мастерская - PowerPoint (Сбой активации продукта)

Публикация текстового материала на Медиа-релизе



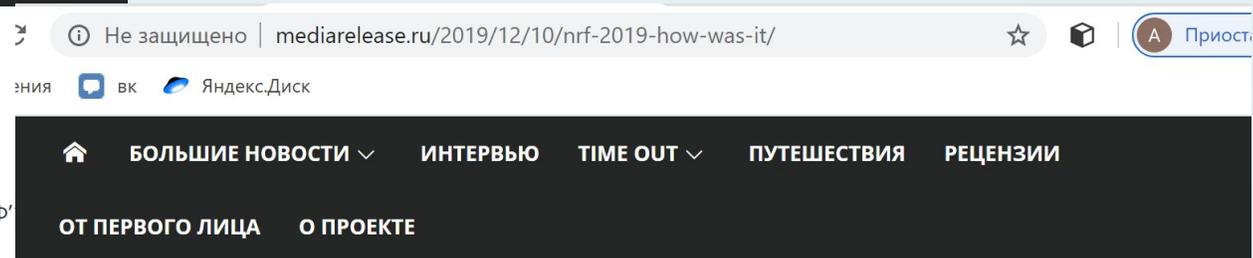
НРФ 2019. Как это было?

10.12.2019 / asyasdeath / 0

26 и 27 ноября в киноцентре «Октябрь» состоялся IV Национальный рекламный форум (НРФ)

Студентке креативной мастерской МПГУ «New School» удалось поучаствовать в мероприятии в качестве организатора, поскольку представителем форума является Ассоциация коммуникационных агентств России.

На площадке проводились саммиты и индустриальные сессии, где именитые спикеры высказывались и дискутировали друг с другом на актуальные темы современной рекламной индустрии. В общей сложности, за два дня на НРФ состоялось 27 дискуссионных панелей и 5



Александра Усова
Креативная мастерская «New School»

10

Рубрика: TIME OUT, Конференции и форумы, Креативная мастерская "NewSchool" Метка: Креативная мастерская "NewSchool", Креативная мастерская «New school», форум [Комментировать](#)

Публикации текстовых материалов на сайте АКАР

Главная страница → Пресс-центр → Новости АКАР

РЭУ им. Г.В.Плеханова участвует в профессионально-общественной аккредитации АКАР

Просмотр

Редактировать

Контроль доступа



15 Ноябрь

Эксперты АКАР по профессионально-общественной аккредитации провели выездную экспертизу программ магистратуры РЭУ им. Г.В.Плеханова по направлению "Реклама и связи с общественностью". По итогам визита будет принято решение об аккредитации учебных программ ВУЗа, а также выдан сертификат о прохождении университетом ПОА.

В ходе проверки члены комиссии Ассоциации встретились с администрацией факультета маркетинга РЭУ им. Г.В.Плеханова и руководителями магистерских программ, взяли интервью у студентов и выпускников аккредитуемых направлений, а также у преподавателей-практиков.

В комиссию экспертов вошли следующие представители образовательного и бизнес-сообщества: **Абаев Алан Лазаревич**, декан факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ, председатель комиссии АКАР по профессионально-общественной аккредитации; **Евстафьев Владимир Александрович**, президент КА «ИМА-Пресс», председатель комиссии АКАР по HR и профобразованию; **Сендеров Дмитрий Владимирович**, директор коммуникационной группы STRONG; **Кудряцев Александр Романович**, junior strategic planner в Leo Burnett Moscow, студент 2-го курса магистратуры РГГУ по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Важно отметить, что в состав экспертов АКАР впервые вошел представитель студенчества, который помог членам комиссии сделать работу еще более детализированной и объективной. Будучи непосредственным представителем исследуемой области, он выявил все нюансы, необходимые для проверяющих.

Между специалистами комиссии АКАР и РЭУ им. Г.В. Плеханова состоялась беседа, в рамках которой обсудили релевантность учебных программ требованиям работодателей и рынку труда, профессионализм преподавателей и актуальность знаний, предоставляемых университетом.

ПОА АКАР - это серьезный проект, призванный свести к общему знаменателю потребности рынка труда и уровень вузовского образования. Члены АКАР уделяют серьезное внимание модернизации медиа-образования в университетах. Это важно для рекламного рынка, поскольку грамотно подготовленные кадры, могут позитивно повлиять на развитие индустрии.

Главная страница → Пресс-центр → Новости АКАР

АКАР создает Карту коммуникационных агентств

Просмотр

Редактировать

Контроль доступа



21 Ноябрь

Эксперты комиссии АКАР по малому и среднему предпринимательству приняли решение создать Карту коммуникационных агентств-членов Ассоциации. В документе будет находиться необходимая информация о компаниях, которую смогут использовать все игроки рынка при проведении тендеров.

В Карте коммуникационных агентств-членов АКАР будет содержаться перечень компаний-членов Ассоциации, а также их контакты и характеристики. АКАР является масштабным объединением рекламных агентств, членство в котором свидетельствует о положительном облике компаний и является гарантом качества и прозрачности предоставляемых услуг. Поэтому игроки рынка смогут использовать данные об агентствах-членах АКАР и рекомендовать их как наиболее надежные для работы по государственным тендерам.

Карта будет представлена в двух вариантах: статичном и интерактивном. Интерактивный формат впервые разрабатывается в рамках Ассоциации. Его преимуществом станет возможность применения фильтра, благодаря которому заказчику будет проще осуществить поиск и сделать выбор подходящей организации из всех представленных.

Члены комиссии МСП определили основные сегменты, на которые будут разделены агентства в карте: медиа, креатив, диджитал, marketing services, PR.

Сведения, полученные благодаря карте, лягут в основу «карточек членов АКАР». В них будет указана вся необходимая информация об агентствах.

Чтобы стать частью проекта, необходимо до 16 декабря заполнить анкету по [ссылке](#)

Публикации текстовых материалов на сайте IAB Russia

iab PLUS IAB Global | Информационные рассылки | Подать заявку

[< Все новости](#)

ОБЗОР РЫНКА МОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ 2019

Эксперты комитета IAB Russia по Mobile Ad представляют исследование "Рынок мобильной рекламы в России в 2018/2019 гг.". Оно содержит данные об аудитории мобильного интернета, объеме мобильной рекламы, популярных форматах мобильной рекламы и драйверах роста рынка. В основу проекта легли результаты опроса селлеров, рекламных сетей, медиабайнговых агентств и специализированных агентств мобильной рекламы

Мобайл продолжает лидировать по темпам роста аудитории среди медиа в России. Мобильные устройства становятся первым экраном практически для всех возрастов – именно с их помощью россияне проводят основное время в интернете.

По данным компании Mediavisor, хотя бы раз в месяц с мобильных устройств в интернет заходит 84,6 млн человек – это 69% жителей всей России в возрасте от 12 лет (данные установочного исследования WEB-Index за март-август 2019). Только при помощи мобильных устройств интернетом пользуются 27,7 млн человек или 22,6% населения. За год прирост аудитории мобильного интернета составил 13%, а эксклюзивных мобильных пользователей – 17%.

Тенденция к росту аудитории мобильного интернета напрямую отражается на объеме рынка мобильной рекламы. По сравнению с 2017 годом, он вырос на 32% и в 2018 году составил 92,4 млрд. рублей. Доля сегмента мобильной рекламы внутри всей интерактивной рекламы увеличилась с 21% в 2015 г. до 45% в 2018 г.. Доступность смартфонов на базе ОС Android и скоростного мобильного интернета становятся ключевыми драйверами роста рынка всей интернет-рекламы, которая логично следует за меняющимся медиа потреблением пользователей.

По результатам исследования, 58% всех расходов на мобильную рекламу в 2018 году составила реклама на мобильных сайтах, остальные бюджеты (42%) пришлись на рекламу в мобильных приложениях. Рекламу в мобильном вебе чаще всего используют рекламодатели из категорий: FMCG, телекоммуникации, автомобили, финансы и страхование, а реклама в приложениях более популярна у компаний в категориях: соцмедиа, интернет-сервисы и игры.

Участники опроса планируют в будущем увеличить бюджеты на мобильную рекламу: на рекламу в мобильных приложениях собираются больше потратить две трети респондентов, в социальных сетях – 62%, в поисковых системах – 50%, в мобильном видео – 41%.

Опрос показал, что наиболее популярными в мобильной рекламе являются reformatable-механизмы: закупки по моделям CPC, CPA/CPI, Revenue share составляют более 60% в бюджетах рекламных агентств и рекламодателей в 2018 году. Это связано в основном с тем, что существующие технологии позволяют отслеживать мобильные конверсии и довольно точно измерять эффективность мобильной reformatable-рекламы, в особенности в in-app инвентаре, где для атрибуции ключевых метрик используются стабильные рекламные идентификаторы (IDFA/AdID), а не cookies.

Другие традиционные мобильные идентификаторы (MAC адрес устройства и номер телефона) открыли возможность построения Q2Q- и omnichannel кампаний, предоставляя возможность использовать данные об аудитории, улучшая технологии трекинга, верификации и ретаргетинга аудитории, а также для анализа эффективности онлайн кампаний, их влияния на офлайн продажи.

Эксперты считают, что у рынка мобильной рекламы сохраняется высокий потенциал роста. По данным IAB Digital Advertising Barometer 2019 для 17% рекламодателей мобильная реклама является приоритетным направлением digital-стратегии.

Михаил Цуприков, председатель комитета IAB Russia Mobile Ad:

«Исследование рынка мобильной рекламы IAB Russia наглядно показывает, что мобайл – это не только востребованный инструмент для продвижения, но и один из основных драйверов роста всего рынка интернет-рекламы. Вслед за ростом аудитории в мобайл приходят бюджеты рекламодателей. Рынок всё больше доверяет этому каналу. В будущем, благодаря развитию сетей 5G, технологий таргетинга на узкие аудитории и возможности интеграции с офлайн-инструментами, мобильная реклама станет центром маркетинговой стратегии рекламодателей и позволит им ощутить все свои преимущества».

Обзор рынка мобильной рекламы 2019

Редактирование новости

Комитет: КОМИТЕТ ПО MOBILE ADVERTISING

Заголовок: Обзор рынка мобильной рекламы 2019

Краткое описание: Эксперты комитета IAB Russia по Mobile Ad представляют исследование "Рынок мобильной рекламы в"

Полное описание: Эксперты комитета IAB Russia по Mobile Ad представляют исследование "Рынок мобильной рекламы в России в 2018/2019 гг.". Оно содержит данные об аудитории мобильного интернета, объеме мобильной рекламы, популярных форматах мобильной рекламы и драйверах роста рынка. В основу проекта легли результаты опроса селлеров, рекламных сетей, медиабайнговых агентств и специализированных агентств мобильной рекламы

Мобайл продолжает лидировать по темпам роста аудитории среди медиа в России. Мобильные устройства становятся первым экраном практически для всех возрастов – именно с их помощью россияне проводят основное время в интернете.

По данным компании Mediavisor, хотя бы раз в месяц с мобильных устройств в интернет заходит 84,6 млн человек – это 69% жителей всей России в возрасте от 12 лет (данные установочного исследования WEB-Index за март-август 2019). Только при помощи мобильных устройств интернетом пользуются 27,7 млн человек или 22,6% населения. За год прирост аудитории мобильного интернета составил 13%, а эксклюзивных мобильных пользователей – 17%.

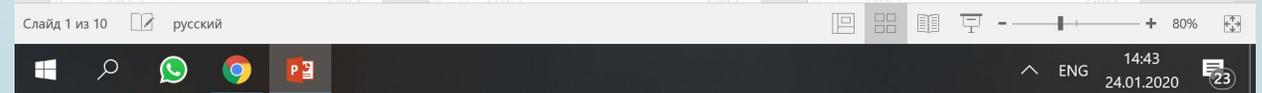
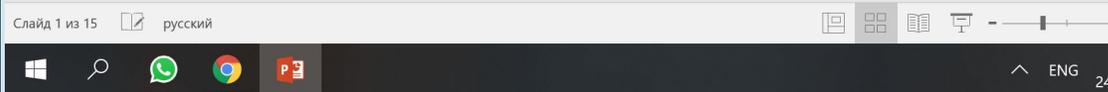
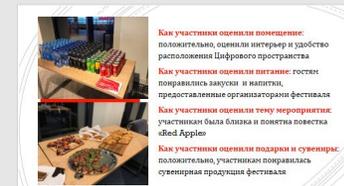
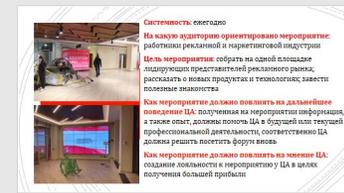
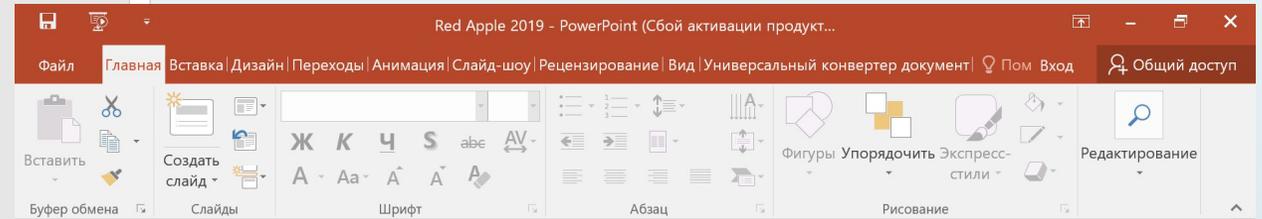
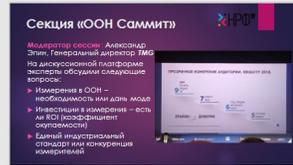
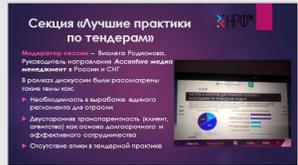
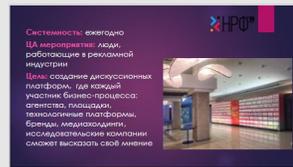
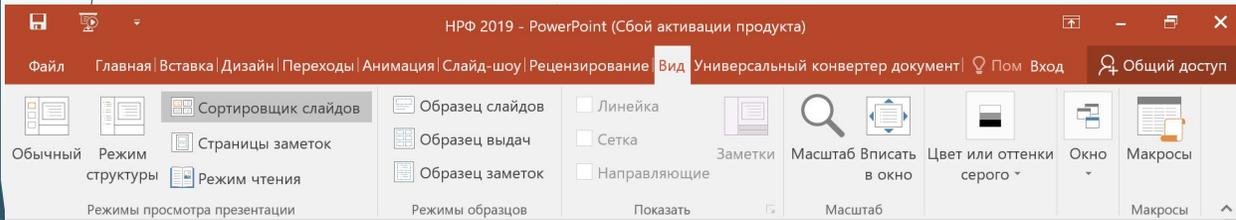
Тенденция к росту аудитории мобильного интернета напрямую отражается на объеме рынка мобильной рекламы. По сравнению с 2017 годом, он вырос на 32% и в 2018 году составил 92,4 млрд. рублей. Доля сегмента мобильной рекламы внутри всей интерактивной рекламы увеличилась с 21% в 2015 г. до 45% в 2018 г.. Доступность смартфонов на базе ОС Android и скоростного мобильного интернета становятся ключевыми драйверами роста рынка всей интернет-рекламы, которая логично следует за меняющимся медиа потреблением пользователей.

Только для авторизованных пользователей?

Статус: Опубликовано

УДАЛИТЬ | ВЕРНУТЬСЯ К СПИСКУ | СОХРАНИТЬ

Мои презентации



Участие в профессиональном конкурсе “Коммуникационное агентство, сертифицированное АКМР” - PR Battle

Буфер обмена | Слайды | Шрифт | Абзац | Рисование

1 Защита решений заданий РОСБАНКА студенческой командой МПГУ «SmartMedia MSPU» (SMM).
Усова Александра – team leader

2 Росбанк – это:
1. Поддержка национального искусства и культуры;
2. Социальные программы;
3. Благотворительная деятельность с точки зрения «корпоративного гражданства»;
4. «Право помогать есть у каждого»;
5. Не в одиночку решать проблемы, а всем вместе;
6. Уважение человеческого достоинства;
7. Доверие клиентов;
8. Доступные услуги для клиентов;
9. Экономическое благосостояние регионa

3 Мы представляем творческую мастерскую «NewSchool» от МПГУ ИЖКМ. Преподаватель – Солова Елена Александровна.
Визе-президент НКО «Национальная Ассоциация деятелей образования, науки, культуры и искусства «Ника», доцент кафедры РСОС МПГУ.

4 Команда
• Усова Александра – team leader
• Афанасьев Алексей
• Дубова Арина
• Мисошникова Софья
• Сырцова Анастасия

5 Нашей команде, «SmartMedia MSPU», представили несколько задач:
1. Рост привлечения активных волонтеров
2. Популяризация программы в регионах присутствия Группы
3. Нивелирование эмоционального выгорания лидеров среди волонтеров.
4. С 1 февраля по 1 марта 2020 года
5. 300 волонтеров
6. бюджет 200 000 рублей.

6 1. «Сам себе постановщик»

Слайд 1 из 21 | русский | 80% | 14:46

Пример
конкурсной
работы

Ведение социальных сетей

Группа Ассоциации коммуникационных агентств России на Facebook

AKAR
@akar.rasa

Главная
Информация
Фото
Отзывы
Заметки
Видео
Мероприятия
Публикации
Услуги
Магазин
Группы
Предложения
Вакансии
Сообщество

Продвигать

Посетить Центр рекламы

Нравится Подписаться Поделиться Редактировать ...

AKAR
Опубликовано Сашей Малининой [?] · 22 ноября в 12:51 ·

В АКАР завершилась ...
сотрудников агентств.
экспертами АКАР был
страниц, в которых ука
абсолютных и средни
максимальные и мини
Презентации содержа
должностных позиция
Ещё

Саша Малинина
Александра Усова

Живет в городе Москва
Из города Москва

Саша Малинина больше не помогает управлять этой Страницей. Подробнее

Добавить Написать

ИССЛЕДОВАНИЕ
СОТРУДНИКОВ РЕКЛАМНЫХ
АГЕНТСТВ АКАР

#исследования

488 Охват (люди) 68 Взаимодействия Продвигать публикацию

3 Поделились: 1

Нравится Комментировать Поделиться

Группа Российской ассоциации маркетинговых услуг на Facebook

RAMU
@ramu.rams.russia

Главная
Информация
Мероприятия
Фото
Видео
Сообщество
Отзывы
Вакансии
Публикации
Заметки
Группы

Продвигать

Посетить Центр рекламы

Нравится Подписаться Поделиться ...

RAMU
Опубликовано Сашей Малининой [?] · 28 ноября в 13:58 ·

MAA GLOBES продле
декабря 2019 года.
Премия GLOBES вруч
компания в каждой из
фестиваль имеет боле
услуг (Red) и эффекти
На сайте фестиваля M
информацию об услов
регистрационную фор

Саша Малинина
Александра Усова

Живет в городе Москва
Из города Москва

Саша Малинина больше не помогает управлять этой Страницей. Подробнее

Добавить Написать

MAA Worldwi
GLOBES

ДЕДЛАЙН ПРОДЛЕН
ДО 15 ДЕКАБРЯ

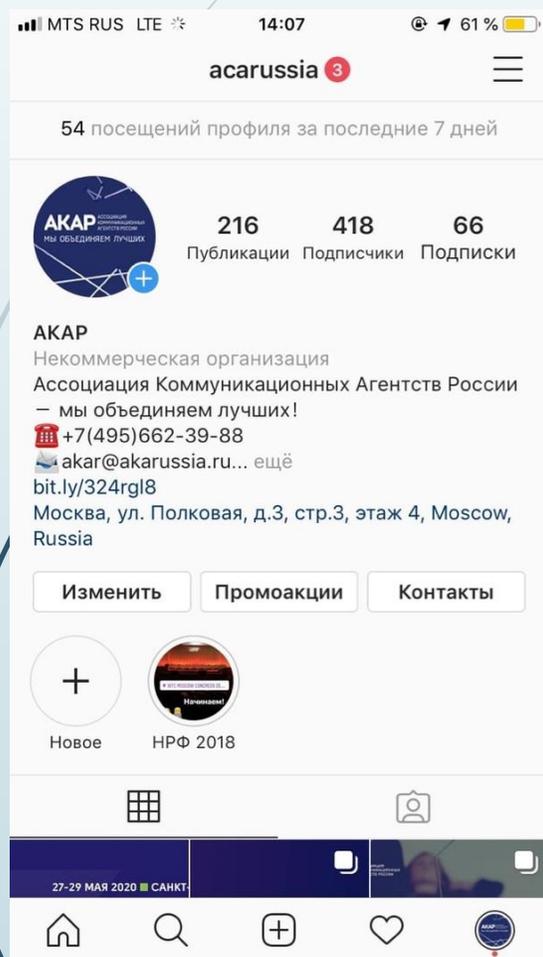
GLOBES GLOBES GLOBES GLOBES

3 Поделились: 1

Нравится Комментировать Поделиться

Ведение социальных сетей

Instagram Ассоциации коммуникационных агентств России



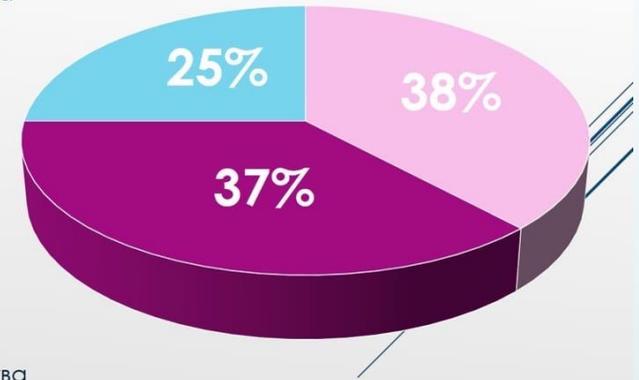
Маркетинговое исследование

“Исследование знаний и представлений поколения Z об ораторском искусстве”

- Исследование проводилось в виде офлайн опроса, созданного с помощью Google форм
- Исследование проводилось в целях сбора данных для моего проекта о тренингах по ораторскому искусству **«Говорить красиво и грамотно»**
- В нём приняло участие 202 человека, в возрасте от 17 до 25 лет
- Исследование проводилось с 24 декабря 2019 года по 9 января 2020
- Целью исследования было выявление знаний аудитории об ораторском искусстве и обучающим курсам по данной технологии
- По результатам исследования была сделана презентация и написан *аналитический текст*

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КУРСЫ И ПРОГРАММЫ ОРАТОРСКОГО ИСКУССТВА СРЕДИ ОПРОШЕННЫХ

- Курсы ораторского мастерства
- Интернет ресурсы (тренинги офлайн, YouTube и Instagram блоги)
- Курсы, помогающие развить ораторское искусство (к примеру, актёрское мастерства)



ВЫВОДЫ

93%

принявших участие в опросе знакомы с понятием «ораторское искусство»

32%

опрошенных осведомлены о существовании различных медиа ресурсов, связанных с ораторским искусством

24%

опрошенных могут поделиться информацией об известных им программах/курсах и тренингах ораторского искусства

62,4%

опрошенных хотели бы развить в себе навыки хорошего спикера

96,5%

опрошенных уверены, что навыки ораторского мастерства необходимы для работы на рынке рекламы и/или PR

58,4%

опрошенных указали, что хороший оратор **ДОЛЖЕН БЫТЬ** грамотным человеком



Креативная мастерская «New School»

19 янв 2020 в 19:33

✓ Вы подписаны

#ОТЧЁТ

Результаты маркетингового опроса «Исследование знаний и представлений поколения Z об ораторском искусстве»

Умение говорить красиво, эмоционально, ярко, при этом, не теряя смысл повествования – по истине сложное умение. Развивать и улучшать в себе навыки оратора – это всегда полезный опыт, особенно для деятелей сферы работы с людьми. Но что знают эти люди об ораторском мастерстве и его важности в современном мире?

В рамках подготовки проекта «Говорить красиво и грамотно» с 24 декабря 2019 года по 9 января 2020 года был проведён опрос, который помог выявить степень информированности аудитории о явлении ораторского искусства и заинтересованности в нём.

Исследование было проведено в виде онлайн опроса, с помощью Google Форм. Всего в нём приняло участие 202 человека, преимущественно являющихся

Аудиоматериалы или подкасты

- Подкасты по теме праздников: Новый 2020 год, Международный день объятий – 21 января, День всех влюбленных, день защитника отечества, международный женский день
- Всего выйдет 5 серий подкастов, где в каждой серии будет по 2 подкаста
- На данный момент опубликована 2 серии подкастов – 2 аудио-ролика по тематике Нового 2020 года и 2, приуроченные ко Дню объятий
- Серия праздничных подкастов – это совместная работа со студентом 3 курса Креативной мастерской Афанасьевым Алексеем
- Аудио-ролики сконструированы в виде диалога между двумя студентами – мной и Алексеем
- Один подкаст, в среднем, длится 3 минуты

Опубликованный подкасты по теме наступающего 2020 года

 Креативная мастерская «New School»
31 дек 2019 в 17:58  ✓ Вы подписаны

Всех с Наступающим Новым Годом!

Студенты нашей мастерской решили немного порассуждать на тему этого прекрасного и светлого праздника, а что из этого вышло – слушать вам ;)

#мастерская #нюскул #cwnewschool #НовыйГод2020



 Неизвестен – PODCAST 1 4:11
 Неизвестен – PODCAST 2 4:11

 5  Ещё  149

 Написать комментарий...    

 Креативная мастерская «New School»
сегодня в 15:17  ✓ Вы подписаны

Студенты нашей креативной мастерской поздравляют всех с праздником - днем объятий. В разных странах дата празднования этого дня разная! От 21 января до 23. Поэтому у нас было целых три дня чтобы обнять близких людей и поздравить их.

#мастерская #нюскул #cwnewschool #студенты #реклама #Москва #ИЖКМ #МПГУ

 Неизвестен – PODCAST3 2:08
 Неизвестен – PODCAST4 1:50

 2  Ещё  24

 Написать комментарий...    

Спасибо за внимание!

