

Направление 42.03.01 (бакалавр)
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Будущие профессии:



1. BTL-менеджер
2. Event-менеджер
3. FR-менеджер
4. GR-менеджер
5. HR-менеджер
6. PR-специалист
7. Бренд-менеджер
8. Имиджмейкер
9. Копирайтер
10. Медиа-байер
11. Медиапланер
12. Менеджер по PR
13. Менеджер по рекламе
14. Политтехнолог
15. Пресс-атташе
16. Пресс-секретарь
17. Продюсер
18. Промоутер
19. Рекламный агент
20. Спичрайтер
21. Стендист

Изучаемые дисциплины:

- PR и рекламные кампании. Проектирование в рекламе и связях с общественностью.
- Имиджирование в политике.
- Интегрированные коммуникации: основы интегрированных коммуникаций.
- Медиапланирование
- Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
- Основы рекламы и PR (связей с общественностью)
- Основы репутационного менеджмента
- Реализация избирательных PR-кампаний
- Технологии политического спичрайтинга
- Технология создания рекламного продукта и многие другие

В результате подготовки студент умеет:

- Участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью государственных и частных организаций
- Проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок
- Осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью

- Проектировать программы и отдельные мероприятия в области рекламы и связи с общественностью
- Разрабатывать, подготавливать к выпуску рекламную продукцию
- Распространять рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
- Участвовать в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей, и разработке мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг
- Осуществлять подготовку, организацию и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения
- Осуществлять управление отношениями компании с органами власти
- Организовывать и проводить специализированные мероприятия
- Создавать эффективную систему управления кадрами и социальными процессами на предприятии
 - Участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, благоприятного психологического климата в коллективе

Практика студентов Практика будущих PR-специалистов может проходить:

- в СМИ (газеты, журналы, телевидение, радио, информагентства, Интернет-СМИ)
- издательствах, пресс-службах государственных и коммерческих организаций, рекламных и PR-агентствах, на кафедрах вузов.