

1. Наименование направления подготовки

Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в сфере профессиональной коммуникации)

2. Код направления подготовки

42.03.01

3. Вступительные испытания (экзамены)

На базе профессионального образования

На базе среднего общего образования

Обществознание (тест)

Обществознание (ЕГЭ)

История (тест)

История (ЕГЭ)

Русский язык (тест)

Русский язык (ЕГЭ)

4. Дополнительные испытания

нет

5. Ключевые предметы (дисциплины)

1. Основы рекламы и PR

2. Основы теории коммуникации

3 Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью

4. Психология массовых коммуникаций

5. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

6. Технологии создания и презентации рекламного и PR- продукта

7. Теория и практика связей с общественностью

8. Современная пресс-служба

6. Будущая профессия

1. Специалист по рекламе и связям с общественностью.

2. Менеджер по рекламе и связям с общественностью.

3. Копирайтер.

4. Пресс-секретарь.

5. Сотрудник рекламного и PR-агентства.

6. Руководитель рекламно-информационных служб.

7. «Что я смогу?»

1. Участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, благоприятного психологического климата в коллективе

2. Участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью.

3. Участвовать в проектировании программ и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

4. Участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры.

5. Разрабатывать рекламную продукцию

6. Участвовать в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы

8. Отзывы о профессии

«Реклама - это не только "перерывы на кофе" в любимых сериалах и ток-шоу. Это не только красочные щиты, за которыми не видно знаков дорожного движения, светофоров и домов. Это не только слоганы, оккупировавшие нашу речь. Реклама - это серьезный и рискованный бизнес. Это много

напряженной работы, много таланта, интуиции и везения. И очень интересно».

Реклама - совсем не молодое явление. Еще три тысячи лет назад торговцы древнего Вавилона носили на груди глиняные таблички с информацией о продаваемых товарах. Древнеегипетские объявления, написанные на папирусе, сообщали о товарах, услугах, а также о вознаграждении за поимку беглых рабов. На улицах древних городов звучали призывы глашатаев посетить важные мероприятия, купить те или иные товары, воспользоваться определенными услугами.

Менеджер по рекламе крупной компании, где практикуется четкое разделение функций, координирует деятельность всего отдела, сотрудничает с маркетологами, контактирует с рекламными агентствами и рекламными службами СМИ, отслеживает эффективность рекламных кампаний.

Менеджер по рекламе в электронных и печатных средствах массовой информации работает с клиентами и рекламными агентствами, занимается поиском новых рекламодателей, контролирует правильность размещения рекламы.

Менеджер по работе с клиентами (account manager) в рекламном агентстве является связующим звеном между заказчиками и производителями рекламы (копирайтерами, дизайнерами), разрабатывает и ведет рекламные проекты в сотрудничестве с маркетологами, бренд-менеджерами, медиа-планнерами.

По неофициальным данным, московские менеджеры по рекламе и работе с клиентами зарабатывают \$800-2000 в месяц, но для высококвалифицированного менеджера престижного рекламного агентства и \$3000- не редкость.

Студенты направления «Реклама и связи с общественностью» переполнены креативными идеями и проектами. Активно участвуют в фестивалях, конкурсах, форумах. Постоянно живут активной жизнью...