



**Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации**
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского»**

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1. Профиль: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

2. Вступительные испытания (экзамены)*

Приоритет	На базе среднего общего, среднего профессионального, высшего образования*	На базе среднего профессионального образования
1	Обществознание (ЕГЭ)	Правовое и экономическое обеспечение рекламной деятельности (тест)
2	История (ЕГЭ)	История Российского государства (тест)
3	Русский язык (ЕГЭ)	Русский язык (тест)

* **ЕГЭ или Тестирование в ВУЗе на базе высшего образования**

Минимальные баллы:

История – 40

История Российского государства – 40

Обществознание – 45

Правовое и экономическое обеспечение рекламной деятельности – 45

Русский язык – 40

3. Дополнительные испытания

Нет

4. Форма(ы) обучения, срок обучения

Очная, 4 года

Заочная 5 лет

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. Перспективы

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