



**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