

Аннотация программы
«Реклама и связи с общественностью»
(направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»)

Тип программы – прикладной бакалавриат.

Актуальность образовательной программы связана с особым положением современного человека в сложном информационном пространстве, со спецификой современного дигитализированного общества, профицитом разнородной информации, особой ролью новых медиа, социальных сетей, дефицитом компетентного социального взаимодействия, доминирующей ролью рекламы и маркетинга в таком обществе. Успешный специалист в области рекламы и PR «обречен» обладать актуальными знаниями из самых разных областей (психология, экономика, социология, дизайн и пр.) и умениями от классического «создавать осмысленный текст» до остроактуального «работать с возражениями» или «создавать и продвигать продукт быстрее, лучше и креативнее других».

Цель образовательной программы – предоставление современных, конкурентоспособных знаний, умений и навыков, позволяющих выпускнику успешно осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и PR, гибко реагировать на изменения рынка; подготовка высококвалифицированных кадров, обладающих необходимыми компетенциями, занимающих активную социальную позицию и направляющих свою профессиональную деятельность на решение социально значимых задач, способных применять профессиональные знания, умения, навыки, а также личностные качества для создания комфортного и эффективного информационного пространства. Программа развивает в слушателях умение выстраивать стратегии личного и профессионального развития, владение приемами профессионального и межличностного общения, инициативность, актуализирует творческий потенциал.

Возможные сферы профессиональной реализации выпускников. Специалист, вооруженный пониманием основных механизмов рекламы и PR, трендов развития медиа, экономики, культуры, общества, сможет применить себя в самых разных областях: медиасфера, органы государственной власти и местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие организации, производственные и сервисные предприятия; образовательные организации.

В результате освоения программы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» выпускник овладевает следующими общекультурными компетенциями: способностью использовать основы

философских знаний для формирования мировоззренческой позиции; способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции; способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности; способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; способностью к самоорганизации и самообразованию; способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Общепрофессиональными компетенциями: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга; умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Профессиональными компетенциями: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; владением навыками подготовки проектной документации

(техникоэкономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации; способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы; способностью проводить маркетинговые исследования; способностью организовывать и проводить социологические исследования; способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Структурное подразделение, в котором реализуется ОП: Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации.

Форма обучения – очная.

Объем программы – 240 зачетных единиц.

Сроки получения образования – 4 года.

Квалификация – бакалавр.

Язык обучения – русский.