

**Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
уровень бакалавриата,
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
деятельности»**

Образовательная программа бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью» предназначена для методического обеспечения учебного процесса и предполагает формирование у студентов общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО по данному направлению подготовки бакалавров.

Срок получения образования по программе бакалавриата по направлению подготовки по очной форме обучения составляет 4 года, по заочной – 5 лет.

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Виды профессиональной деятельности выпускника:

а) организационно-управленческая:

участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации;

б) проектная:

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

в) коммуникационная:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

г) рекламно-информационная:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

д) рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей.