

# Реклама и связи с общественностью



Дизайнер за работой в рекламном агентстве

готовится к выполнению профессиональной деятельности в организационно-управленческой, коммуникационной и рекламно-информационной сферах. В перспективе может работать в рекламных и информационных агентствах, пресс-службах, службах по связям с общественностью, отделах маркетинга коммерческих структур.



## База практик студентов

направления «Реклама и связи с общественностью»: рекламные агентства г.Волгодонска, редакции печатных и электронных СМИ, специализированные структурные подразделения коммерческих компаний в области продвижения товаров и услуг, отделы маркетинга.

## Выпускник

с учетом полученных практических навыков во время обучения может работать в качестве специалиста, отвечающего за продвижение товаров и услуг компании, реализующего проекты по повышению имиджа организации (бренд-менеджер), участвовать в управлении и организации рекламных служб, пресс-служб и служб по связям с общественностью.

**П**олученное образование позволяет участвовать в проектировании программ и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, подготавливать техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, а также проводить переговоры с потенциальными партнерами и оформлять с ними договорные отношения, участвовать в налаживании коммуникационных связей своей организации с субъектами рынка, государственными и муниципальными структурами, СМИ, формировать и развивать корпоративную культуру. Для творческих личностей полем деятель-

ности, как правило, является производство и распространение собственного рекламного продукта в традиционных и современных направлениях, подготовка и проведение PR-акций. Имеющие склонность к аналитической работе могут найти свое применение в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований с целью разработки мер по оптимизации деятельности и улучшению имиджа фирмы. Полученное образование также позволяет подготавливать экспертные заключения в области рекламы и связей с общественностью для собственной и сторонних организаций.



Креативная команда за работой в рекламном агентстве

Среди изучаемых дисциплин следует выделить такие как социология массовых коммуникаций, теория и практика массовой информации, маркетинговые исследования и ситуационный анализ, основы менеджмента организация работы отделов рекламы и связей с общественностью.

## АНОТАЦИЯ НАПРАВЛЕНИЯ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

ПРОФИЛЬ: СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Трудоемкость ОПОП ВО 240 з.е.

Срок обучения – 4 года (очная форма обучения)  
4,5 года (заочная форма обучения)

Квалификация (степень), присваиваемая выпускникам: бакалавр

**Образовательная программа** учитывает современные тенденции в индустрии коммуникаций, сочетает теоретические курсы и прикладные дисциплины, что позволяет подготовить разностороннего специалиста, востребованного на рынке труда.

**Цели и задачи образовательной программы:** подготовка бакалавров, освоивших современные технологии коммуникаций в PR, рекламе, маркетинге, социальных медиа, которые обладают всеми компетенциями, необходимыми для успешной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники:** организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, информационно-технологическая.

**Стратегические партнеры программы (работодатели):**

Управление информационной политики Правительства Ростовской области, Избирательная комиссия Ростовской области, коммуникационное агентство «АГТ-ЮГ», Госкорпорация «Росатом», агрохолдинг «Евродон», ПАО КБ «Центр-Инвест», телекоммуникационная компания «ЭР-Телеком» (Дом.ру), КВЦ «ВертолЭкспо», Региональное представительство РАСО-ЮГ, Ростовское областное отделение «Союза журналистов России», Медиагруппа «Южный Регион», [общественно-политическая газета "Молот"](#), общественно-политическая газета «Наше время», информационный портал 1rnd.ru, региональный деловой журнал «Эксперт-ЮГ».

---

ПРОФИЛЬ: РЕКЛАМА

Трудоемкость ОПОП ВО - 240 з.е.

Срок обучения – 4 года (очная форма обучения); 4 г. 6 м. (заочная форма обучения)

Квалификация (степень), присваиваемая выпускникам - «бакалавр»

#### **Концепция образовательной программы**

Учебный процесс направлен на подготовку бакалавров к профессиональной рекламной и др. коммуникационной деятельности в коммерческих, государственных, общественных организациях (подготовка специалистов по рекламе, экаунт-менеджеров, дизайнеров, копирайтеров и др. в рамках традиционных и современных средств рекламы и ПР).

#### **Цели и задачи образовательной программы**

Целью ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама») является развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных универсальных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) и профессиональных компетенций в области рекламно-информационной, коммуникационной, организационно-управленческой, проектной деятельности.

Бакалавр должен быть подготовлен: к участию в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организаций, обеспечению внутренних и внешних коммуникаций, в том числе с коммерческими структурами, средствами массовой информации, государственными службами, общественными организациями; к участию в процессе планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организаций на основе результатов маркетинговых и рекламных исследований; к управлению и организации работы рекламных служб компаний; к осуществлению оперативного планирования и контроля за рекламной работой; к проведению рекламно-коммуникационных мероприятий по продвижению товаров и услуг организаций на рынок; к оценке эффективности рекламно-коммуникационной деятельности; к разработке, подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы и др.

**Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники:** коммуникационная, рекламно-информационная, организационно-управленческая, проектная.

**Стратегические партнеры программы (работодатели):** ООО «ВертолЭкспо», ЗАО «Медиапарк Южный Регион», ООО Медиа-холдинг «Эра», ИД «Благоустройство», ООО «Хэдхантер», ООО «Фирма «РЕЗОН», ООО РА «Альбион Медиа», ООО «Южная Группа Рекламных Агентств Ю.Г.Р.А», ООО «Амвэй», ООО «РУСМЕДИА ГРУППА», ООО «Уни-комплекс «Навигатор», ООО Рекламное агентство «Ре-Марк», ООО «Студия Олега Чулакова», ООО «Контраст», ООО «Кухня рекламы», ООО «FBR», ООО «Веб-практик»