

**031600.68 Направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»**  
**Квалификация (степень) выпускника – магистр**  
**Нормативный срок обучения: очная форма – 2 года; заочная форма – 2 года 5 месяцев**

**Виды профессиональной деятельности:** организационно-управленческая, коммуникационная, проектная, информационно-аналитическая, прогнозно-аналитическая, научно-исследовательская и педагогическая.

**Объекты профессиональной деятельности:** государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации; средства массовой информации.

**Область профессиональной деятельности магистра включает:** коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов; общественное мнение.

**Направления профессиональной деятельности магистра по рекламе и связям с общественностью:** анализ состояния, перспективных направлений и проблем развития мирового и отечественного рынка рекламы; проведение маркетинговых исследований для рекламных целей; разработка рекламной политики и стратегии; разработка и проведение рекламных кампаний с учетом новых условий развития рынка, науки и техники и маркетинговых предпочтений потребителей; планирование и организация рекламной деятельности; создание и моделирование рекламного продукта; организация и управление технологическими процессами производства различных видов рекламной продукции; анализ и прогнозирование эффективности рекламной деятельности; экспертиза рекламной продукции; организация связей с общественностью; установление отношений с государственными институтами и средствами массовой информации; анализ и управление общественным мнением, управление репутацией организации; формирование отношений внутри фирмы и осуществление ее внешних связей; управление кризисными ситуациями; проведение выставок, презентацией, конкурсов, лотерей, фестивалей, создание общественных организаций и ассоциаций, клубная работа.

**Перспективы трудоустройства.** Значительная часть выпускников сосредоточена в специализированных рекламных и брендинговых агентствах, крупных и средних корпорациях, специализированных рекламных и event-агентствах (заместитель директора по рекламе и связям с общественностью; руководитель пресс-службы; PR-менеджер, PR-директор), организациях сферы развлечения и досуга (СМИ, кино, музыка, спорт, театр), крупных и средних промышленных, торговых, финансовых, транспортных корпорациях, а также компаниях, предоставляющих услуги (связь, туризм, здравоохранение, косметология, образование, выставочная и конгрессная деятельность).