

## Профессиограмма

42.03.01. Реклама и связи общественностью	Описание
<p><b>Описание профессии</b></p>	<p>Профессия является новой для нашей страны, ее появление связано с необходимостью устанавливать эффективные связи между предприятием (некоммерческим и коммерческим) и обществом, она достаточно универсальная, так как коммуникаторы в каждой сфере находят применение своим знаниям, умениям, навыкам и участвуют в формировании благоприятного имиджа, организации мероприятий и кампаний, в ведении социальных сетей и создании оригинального контента, делают это выпускники в соответствии с общей коммуникационной политикой и концепцией продвижения.</p>
<p><b>Доминирующие виды деятельности</b></p> <p>Кем может работать выпускник</p> <p>(перечисляются основные профессиональные задачи, которые решает специалист данной профессии; действия, которые он выполняет)</p>	<p>Виды деятельности Направление «Реклама и связи с общественностью» охватывает управление потоками информации, прямые и косвенные продажи, избирательные и политические процессы, социальные и культурные проекты. Для построения успешной карьеры требуется продемонстрировать организаторские способности, технологические умения, креативность, художественный талант, развитые аналитические и лидерские качества и умение пользоваться профессиональными компетенциями. Исходя из этого, в</p>

	<p>процессе обучения профессии делается упор на освоение студентами 2-ух основных видов деятельности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. организаторская;</li> <li>2. технологическая.</li> </ol>
<p><b>Область применения профессиональных знаний.</b></p> <p>Где может работать выпускник.</p> <p>(указываются виды учреждений, организаций, предприятий, где может работать специалист, овладевший данной профессией)</p>	<p>Бакалавр по направлению «Реклама и связи с общественностью» в дальнейшем может работать в бизнес-структурах, пресс-службах и департаментах по связям с общественностью и медиаполитики государственных структур и ведомств, а также в рекламных, SMM- и PR-агентствах, учреждениях и организациях любой сферы.</p>
<p><b>Профессионально важные качества</b></p> <p>(указываются качества личности, без которых невозможно достичь успеха в выбранной профессии:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способности;</li> <li>- особенности личности;</li> <li>- интересы;</li> <li>- склонности.)</li> </ul>	<p>Высокий уровень аналитического мышления, коммуникативность, грамотная устная и письменная речь, креативность, организаторские способности, ответственность, уверенность в себе, мобильность и активность, социальная ответственность.</p>
<p><b>Качества, препятствующие эффективности профессиональной деятельности</b></p> <p>(описываются качества личности, которые могут помешать успеху в выбранной области деятельности)</p>	<p>Эмоциональная неуравновешенность, пессимизм, скептицизм, эгоцентризм, безответственность, равнодушие, пассивность.</p>
<p><b>Условия работы.</b></p> <p>(- работа в помещении или вне помещения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- мобильная (подвижная) или</li> </ul>	<p>Свои обязанности специалисты выполняют как в помещении, так и вне помещения Условия труда на рабочем месте: оптимально допустимые, работа мобильная</p>

сидячая.)	(подвижная).
<b>Перспективы и преимущества</b> профессии на современном рынке труда	<p>В настоящее время на рынке труда очень востребованы специалисты реклам и связей с общественностью, и потребность в профессионалах данной сферы с каждым годом становится больше: каждая ответственная современная компания осознает необходимость в грамотном продвижении товаров и услуг, государственные структуры открывают отделы и департаменты по связям с общественностью и СМИ. Сотрудник, занимающийся коммуникациями, входит в высшее руководство фирмы и участвует в принятии всех важных решений, касающихся ее развития. Представители данной профессии имеют высокий социальный статус и считаются профессионалами экстра-класса. В дальнейшем выпускники могут работать по следующим специальностям - PR-менеджер, - SMM-маркетолог, - Ивент-менеджер, - таргетолог, - политтехнолог, - пресс-секретарь, - копирайтер, - имиджмейкер, - спичрайтер, - бренд-менеджер, - медиа-стратег, - продюсер, - креативный директор</p>
Выпускники бакалавры имеют возможность продолжить обучение в магистратуре	42.04.01 Реклама и связи с общественностью (программа - Стратегические коммуникации)