

**АННОТАЦИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) – Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Руководитель – Плюснина Лидия Константиновна, д-р социол. наук, доцент

Квалификация (степень) выпускника – Магистр

Форма обучения – Очная, очно-заочная

Нормативный срок освоения образовательной программы – 2 года

1. Цель образовательной программы

Подготовка высококвалифицированных специалистов, обладающих как теоретическими, методологическими и методическими основами сущности рекламы и связей с общественностью, так и владеющих практическими технологиями и приемами их осуществления, методами планирования и реализации кампаний по рекламе и связям с общественностью, умеющих осуществлять управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации и т.д.

2. Область профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает:

- коммуникационные процессы в политической, экономической, социальной, 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.

3. Виды и задачи профессиональной деятельности

Научно-исследовательская и педагогическая деятельности

Задачи:

- выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области рекламы и связей с общественностью;
- определение состава и операционализация основных изучаемых переменных, выявление проблем, определение гипотез их решения, подбор методик, планирование и организация проведения рыночных и социологических исследований, анализ и интерпретация их результатов, разработка основных коммуникационных стратегий, а также стратегий в области совершенствования и оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью;
- подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований, планирование, организация и применение на практике полученных результатов.

Организационно-управленческая деятельность

Задачи:

- управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации), планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;

- контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;
- организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры.

Коммуникационная деятельность

Задачи:

- руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;
- формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности;
- создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;
- организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработка стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью.

Проектная деятельность

Задачи:

- разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;
- оценка качества и эффективности проектов.

Информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельности

Задачи:

- руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга;
- руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп;
- постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования;
- организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения;
- анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью компании/организации и повышению ее позиции в обществе и в конкурентной среде;
- составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды;
- разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;
- проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

4. Профессиональные дисциплины

- Рекламный маркетинг
- Реклама и PR интернете
- Бренд-менеджмент
- Методика и техника проведения исследований в рекламе и связях с общественностью
- Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями
- Рекламная графика
- Копирайтинг
- Манипулятивные технологии в бизнесе
- Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
- Деловой иностранный язык

Преподавание дисциплин осуществляется с применением инновационных технологий обучения: интерактивные лекции, групповые дискуссии и метод проектов, анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей, проведение деловых, ролевых игр, тренингов.

5. Возможные места практик

- PR-агентство «Inmar Relations»
- ООО ГК «Реклама Онлайн»
- ООО «Агентство стратегических коммуникаций «В'ДА»
- ЗАО «Маркетинговое Агентство «Люди Дела»
- ООО «Компания Чистая вода»
- АНО «Масс-медиа-центр»
- Агентство интернет-маркетинга «Директ Лайн»
- ООО Группа компаний «Выбери радио»
- ООО «Сибирь Экспоцентр»
- ITE Siberia
- ООО АК «Банзай»
- ООО «Агат маркетинг»
- Коммуникационная группа Petra
- ООО «АГТ-Сибирь» (Коммуникационное Агентство «АГТ – Сибирь»)
- Рекламное агентство полного цикла «Б-52»
- ООО «Оланд групп» - рекламно-маркетинговая компания «Global Marketing»
- ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»
- Коммуникативное агентство EMS
- ООО «Дубль Гис»
- ГБУ НСО «Агентство регионального маркетинга»
- Новосибирский филиал ЗАО «ИД «Комсомольская правда»

6. Условия реализации образовательной программы

Учебно-методическое обеспечение

Уровень обеспеченности основной образовательной программы магистратуры учебно-методической документацией и информационными материалами по каждой учебной дисциплине соответствует требованиям п. 7.3 ФГОС ВО.

Учебно-методические материалы по всем дисциплинам образовательной программы представлены на информационном ресурсе сайта НГУЭУ (<http://nsuem.ru>).

Библиотечный фонд НГУЭУ укомплектован актуальными печатными и/или электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам.

Электронно-библиотечная система «znanium.com» обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Кадровое обеспечение

Реализация данной образовательной программы обеспечена научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Ведущие преподаватели

- Воловская Нина Михайловна, д-р социол. наук, профессор
- Плюснина Лидия Константиновна, д-р социол. наук, профессор
- Гончарова Алла Васильевна, д-р экон. наук, профессор
- Маркасов Максим Юрьевич, канд. филол. наук, доцент
- Маркасова Ольга Александровна, канд. филол. наук, доцент
- Сабадаш Андрей Григорьевич, канд. психол. наук, доцент
- Ситникова Яна Валерьевна, канд. экон. наук, доцент
- Карицкая Ирина Михайловна, канд. социол. наук, доцент
- Шадрина Любовь Юрьевна, канд. социол. наук, доцент
- Верхоланцев Владимир Иванович, президент Коммуникационной группы Petra;
- Агамян Елена Юрьевна, канд. социол. наук, заместитель директора по общественно-политическому и художественному вещанию канала ОТС

Материально-техническое обеспечение

Материально-технические условия реализации образовательного процесса подготовки магистров соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и обеспечивают проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом.

Для реализации магистерской программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя специально оборудованные кабинеты и аудитории:

- компьютерные классы;
- лингафонные кабинеты;
- аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

Статистические системы для анализа данных и обработки результатов эмпирических исследований:

- IBM SPSS Statistic 23
- Statistica Base 12
- Adobe® Creative Suite Master Collection
- CorelDraw
- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- CorelDraw
- Adobe InDesign.