

АТЛАС ПРОФЕССИЙ КубГТУ: ОТ НАСТОЯЩЕГО К БУДУЩЕМУ

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профили:	Реклама и связи с общественностью в бизнесе Цифровой маркетинг и реклама
Форма обучения:	Очная, заочная
Квалификация:	Бакалавр
Область профессиональной деятельности:	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.
Объекты профессиональной деятельности:	Государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.
Виды профессиональной деятельности:	Организационно-управленческая; коммуникационная; рекламно-информационная; рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.
Основные базовые дисциплины:	Теория и практика рекламы. Теория и практика связей с общественностью. Поведение потребителей. Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности. Представление и визуализация информации. Маркетинг. Методы исследований в рекламе и PR. Экономика рекламной и PR-деятельности. Деловые коммуникации в рекламной и PR-деятельности. Кросс-культурные коммуникации в рекламе. Психология рекламы и PR. Основы теории коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Семиотика медиатекста. Коммуникации в социальных медиа. Копирайтинг. Эстетика и дизайн медиатекста. Корпоративная идентичность и фирменный стиль. Технологии спичрайтинга. Технологии производства коммуникационного продукта. Компьютерная графика и web-дизайн. Консалтинг в рекламной и PR-деятельности. Управление рекламной и PR – деятельностью. Инновационные технологии в рекламном бизнесе. Цифровые технологии в событийном маркетинге. Маркетинговые стратегии в цифровой среде. Нарративные технологии в SMM-маркетинге.
Вступительные испытания:	Обществознание История Русский язык



МЕНЕДЖЕР ПО ФОРМИРОВАНИЮ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Специалист, формирующий позитивное отношение клиента к компании. В его задачи входит управление опытом взаимодействия офлайн и онлайн, повышение лояльности потребителя. С ростом конкуренции менеджерам придется находить маркетинговые решения, которые затронут всю гамму чувств клиента, отзовутся на интеллектуальном и эмоциональном уровне.



ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОНСУЛЬТАНТ ПО ЭТИЧНОМУ ПОТРЕБЛЕНИЮ

Специалист, который поможет разобраться, какие товары и услуги покупать этично, а от каких лучше отказаться. Этические нормы в отношении того, как, где и кем производятся товары и услуги, постепенно меняются: сейчас пользователи могут отказаться покупать товары, производство которых вредит природе или нарушает трудовое законодательство.



ДИЗАЙНЕР РЫНКОВ/ ИНДУСТРИЙ

Профессионал, который занимается проектированием новых рынков. Он анализирует разные аудитории, их образ жизни и предпочтения и понимает, какие новые типы продуктов и сервисов могли бы им пригодиться. После чего составляет справочники с их образами жизни и проектирует рынки под них, формируя гайды для поставщиков товаров и услуг.