
Лекция 4

Содержание деятельности специалистов в области журналистики, рекламы и PR.

Понятие «профессия»

ПРОФЕССИЯ – род трудовой деятельности, занятий, совокупность трудовых навыков, объединенных общим названием (строитель, педагог, журналист и т.д.)

**Любительская
деятельность**

Стихийная,
необязательная
деятельность

**Профессиональная
деятельность**

Сознательная,
обязательная, с
соблюдением
закономерностей, норм и
правил профессии

Готовность к профессиональной деятельности определяется:

- Степенью представлений от общественной роли профессии, гражданской мотивации специалиста
- Умениями и навыками, необходимыми для работы в данной профессии
- Личными и психологическими качествами, нужными для решения конкретных профессиональных задач

Содержание и структура деятельности специалистов

Ж
У
Р
Н
А
Л
И
С
Т
И
К
А

Творческая	Организационно-управленческая	Корпоративная
<ul style="list-style-type: none">• Поиск, отбор социально значимой информации для массовой аудитории• Обработка ее в соответствующие журналистские формы и жанры (создание журналистского произведения)	<ul style="list-style-type: none">• Управление (менеджмент) редакционным коллективом• Тиражирование, распространение информационного продукта• Работа с аудиторией (потребителем)• Маркетинговая деятельность на рынке соответствующих продуктов	<ul style="list-style-type: none">• Продвижение профессии в обществе (общественная деятельность)• Выработка этических норм и стандартов• Экспертная деятельность

Содержание и структура деятельности специалистов

PR

Творческая	Организационно-управленческая	Корпоративная
<ul style="list-style-type: none">• Поиск, отбор социально значимой информации для субъекта PR (нюсмейкерства)• Создание журналистских произведений и PR-текстов• Разработка сценариев специальных PR-мероприятий• Поиск креативных идей для формирования личного, общественного имиджа субъекта PR	<ul style="list-style-type: none">• Управление (менеджмент) PR-структурой• Подготовка и организация специальных мероприятий (логистика)• Управление персонала (внутрифирменная культура)• Маркетинговая деятельность на рынке соответствующих продуктов (поиск клиентов, продажа товара/услуги)	<ul style="list-style-type: none">• Продвижение профессии в обществе (общественная деятельность)• Выработка этических норм и стандартов• Экспертная деятельность

Содержание и структура деятельности специалистов

РЕКЛАМА

Творческая	Организационно-управленческая	Корпоративная
<ul style="list-style-type: none">• Поиск креативных идей для создания УТП товара/услуги• Создание рекламного продукта• Выбор оптимальных средств для размещения рекламы	<ul style="list-style-type: none">• Управление (менеджмент) рекламной структурой• Планирование рекламной кампании• Маркетинговая деятельность на рынке соответствующих продуктов (поиск клиентов, медиапланирование, работа с медиа-брокерами и т.д.)	<ul style="list-style-type: none">• Продвижение профессии в обществе (общественная деятельность)• Выработка этических норм и стандартов• Экспертная деятельность

Качества специалиста в отрасли МК

- Высокая коммуникативная компетенция
- Высокая эрудиция и культура речи
- Опыт делового и межличностного общения
- Вербальная активность
- Эмоциональная устойчивость в проблемных (стрессогенных) ситуациях
- Социальная смелость
- Физическая выносливость и работоспособность
- Общительность как способность к интенсивным и многочисленным коммуникациям
- Оперативность и креативность мышления
- Интуиция и сезитивность
- Мастерство презентация и публичных выступлений
- Представительность, обаяние, дар убеждения