

ПРОФЕССИЮ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»





ПРОФЕССИЯ СПЕЦИАЛИСТА ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ — ОДНА ИЗ САМЫХ МОЛОДЫХ НА РЫНКЕ ТРУДА, СРЕДНИЙ ВОЗРАСТ ЕЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ — 30 ЛЕТ. ПРАКТИЧЕСКИ ВО ВСЕХ ГУМАНИТАРНЫХ ВУЗАХ СТРАНЫ СЕГОДНЯ ИМЕЕТСЯ СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ ОТДЕЛЕНИЕ ИЛИ ФАКУЛЬТЕТ. В РЕЙТИНГАХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» ЗАНИМАЕТ ОДНУ ИЗ ЛИДИРУЮЩИХ ПОЗИЦИЙ, ПОСКОЛЬКУ АБИТУРИЕНТЫ ВОСПРИНИМАЮТ ЕЕ КАК СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ГДЕ МОЖНО ПРОЯВИТЬ СЕБЯ, ГДЕ ЕСТЬ МЕСТО ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА И ПРЕЗЕНТАЦИИ СОБСТВЕННЫХ ИДЕЙ.



- Что касается статуса и престижа, то в крупных иностранных компаниях рекламу и PR ставят в один ряд с общей стратегией всего бизнеса в целом. Нередко сотрудник, занимающийся ими, входит в высшее руководство фирмы и участвует в принятии всех важных решений, касающихся ее развития. В России профессия также является весьма престижной, ее представители имеют высокий социальный статус и воспринимаются окружающими, как профессионалы экстра-класса, имеющие при этом и неплохой заработок.



- Для того, чтобы получить действительно качественное образование и впоследствии иметь возможность трудоустроиться по специальности в стабильную компанию, лучше всего выбрать один из известных российских вузов, в которых ведется обучение по этому направлению. Студенты топовых вузов весьма востребованы на рынке труда. Нередко работодатели начинают охотиться за ними еще в период обучения, так что к окончанию университета за многими из них уже закреплено будущее место работы.



Получение специальности «реклама и связи с общественностью» предполагает четырехлетнее обучение (бакалавриат). В программу обучения входит около 40 дисциплин, ознакомившись с которыми, можно сделать вывод, насколько разносторонним должен быть специалист.



- В процессе обучения теоретическая часть в обязательном порядке совмещается с практической. Профессиональные практики в крупнейших рекламных и PR-агентствах, органах государственной власти, пресс-службах ведущих компаний позволяют применить полученные знания в ходе реальной работы. Например, на преддипломной практике будущие выпускники выполняют все функции специалиста по рекламе или связям с общественностью. В ходе обучения также возможны зарубежные стажировки для ознакомления с опытом лучших иностранных рекламных агентств.



- В результате освоения программы выпускники вуза получают не только узкопрофильные знания в сфере рекламы и PR-технологий, но также в сфере экономики, маркетинга, психологии, философии. Они осваивают самые необходимые для рекламиста и пиарщика навыки и компетенции — способность к проектному и креативному мышлению, владение иностранными языками, помогающие им успешно реализовать себя в условиях постоянно меняющегося рынка.

