

# Профессиограмма по специальности

## 42.02.01 Реклама

Реклама	Уровень подготовки: базовый		Уровень подготовки: базовый	
	Форма обучения: очная		Форма обучения: заочная	
	Квалификация выпускника: Специалист по рекламе		Квалификация выпускника: Специалист по рекламе	
Базовое образование	Основное общее образование (9 класс)	Среднее (полное) общее образование (11 класс)	Основное общее образование (9 класс)	Среднее (полное) общее образование (11 класс)
Срок обучения	3 г 10 м	2 г 10 м	4 г 2 м	3 г 2 м
Область профессиональной деятельности выпускников	Организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика			
Выпускник готовится к следующим видам деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Разрабатывает и корректирует решения по продвижению (используемые образы, содержание сообщений, рекламные и PR-приемы, сценарии кампаний и т.д.).</li> <li>- Разрабатывает план (ежемесячный, ежеквартальный, ежегодный) рекламы, PR и других мероприятий компании на основе принятой маркетинговой стратегии.</li> <li>- Формирует и контролирует реализацию корпоративных стандартов в области коммуникаций (кто общается от лица Компании, что говорит, и т.д.).</li> <li>- Принимает участие в формировании рекламно-информационного бюджета.</li> <li>- Обеспечивает разработку и своевременное обновление концепции позиционирования компании.</li> <li>- Контролирует и планирует рекламную деятельность, исследование и анализ рынков сбыта и каналов продвижения продукции компании.</li> <li>- Корректирует планы рекламных мероприятий в зависимости от изменения рыночной ситуации.</li> <li>- Разрабатывает и контролирует реализацию стандартов фирменного оформления.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Разрабатывает и корректирует решения по продвижению (используемые образы, содержание сообщений, рекламные и PR-приемы, сценарии кампаний и т.д.).</li> <li>- Разрабатывает план (ежемесячный, ежеквартальный, ежегодный) рекламы, PR и других мероприятий компании на основе принятой маркетинговой стратегии.</li> <li>- Формирует и контролирует реализацию корпоративных стандартов в области коммуникаций (кто общается от лица Компании, что говорит, и т.д.).</li> <li>- Принимает участие в формировании рекламно-информационного бюджета.</li> <li>- Обеспечивает разработку и своевременное обновление концепции позиционирования компании.</li> <li>- Контролирует и планирует рекламную деятельность, исследование и анализ рынков сбыта и каналов продвижения продукции компании.</li> <li>- Корректирует планы рекламных мероприятий в зависимости от изменения рыночной ситуации.</li> <li>- Разрабатывает и контролирует реализацию стандартов фирменного оформления.</li> </ul>	
Выпускник должен иметь	— выбора художественной формы реализации рекламной		— выбора художественной формы реализации рекламной идеи;	

<p>практический опыт</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>идеи;</li> <li>— создания визуального образа с рекламными функциями;</li> <li>— художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</li> <li>— выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>— построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</li> <li>— подготовки к производству рекламного продукта;</li> <li>— производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</li> <li>— выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>— разработки средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>— разработки маркетинговой части бизнес- плана;</li> <li>— планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</li> <li>— контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li> <li>— взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>— подготовки документации для регистрации авторских прав.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— создания визуального образа с рекламными функциями;</li> <li>— художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</li> <li>— выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>— построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</li> <li>— подготовки к производству рекламного продукта;</li> <li>— производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</li> <li>— выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>— разработки средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>— разработки маркетинговой части бизнес- плана;</li> <li>— планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</li> <li>— контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li> <li>— взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>— подготовки документации для регистрации авторских прав.</li> </ul>
<p>Перечень специальных дисциплин</p>	<p>Рисунок с основами перспективы Живопись с основами цветоведения История изобразительного искусства Экономика организации Композиция Дизайн интернет –страниц Психология общения Менеджмент Маркетинг Психология рекламы</p>	<p>Рисунок с основами перспективы Живопись с основами цветоведения История изобразительного искусства Экономика организации Композиция Дизайн интернет –страниц Психология общения Менеджмент Маркетинг Психология рекламы Разработка и создание дизайна</p>

	<p>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>Производство рекламной продукции</p> <p>Техника и технология фото-и видеосъемки</p> <p>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>Выполнение работ по рабочей профессии "Агент рекламный"</p>	<p>рекламной продукции</p> <p>Производство рекламной продукции</p> <p>Техника и технология фото-и видеосъемки</p> <p>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>Выполнение работ по рабочей профессии "Агент рекламный"</p>
Условия труда	<p>Специалист по рекламе работает обычно в офисном помещении, в условиях интенсивного высокоинтеллектуального умственного труда и подвижного образа деятельности. Специалисту по рекламе требуются хорошо развитые организаторские и коммуникативные навыки для руководства подчинёнными, для делового общения с представителями других организаций, а так же умение работать в команде управленцев.</p>	
Личностные качества выпускника	<p>Коммуникабельность, любознательность, способность принимать критику, логика, наблюдательность, эмпатия, ответственность</p>	
Медицинские противопоказания	<p>нервно-психические расстройства;</p> <p>заболевания опорно-двигательного аппарата;</p> <p>сердечно - сосудистые заболевания;</p> <p>хронические инфекционные заболевания,</p> <p>заболевания речевого аппарата;</p> <p>заболевания зрительного и слухового анализаторов.</p>	
Базовые предприятия прохождения производственной практики	<p>ООО "Типография Фурсова"</p> <p>ООО "РосБалт"</p> <p>ООО "АРМИКС"</p> <p>Агентство Media Price</p> <p>ООО "Гранд-Принт"</p> <p>ООО "Печатный дом "Ксилон"</p>	
Возможность продолжения образования	<p>продолжение обучения по программе в ВУЗах на профильных специальностях:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;</li> <li>• Санкт-Петербургский технологический университет управления и экономики, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна;</li> <li>• Ленинградский государственный университет им. А.С.Пушкина;</li> <li>• Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого;</li> <li>• Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения;</li> <li>• Санкт-Петербургский государственный экономический университет</li> </ul>	
Востребованность на рынке труда (указать вид предприятий и должности)	<p>Фото-студии – фотограф, видеограф</p> <p>Специалист по рекламе - рекламные и PR-агентства</p> <p>Промоутер -магазины, выставки, презентации, рекламное агентство.</p>	
Средняя заработная плата	<p>25 000</p>	