

42.03.01
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

ДВФУ
ШИГН

ДЕПАРТАМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ И МЕДИА

- Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
- ФИО руководителя образовательной программы (РОП): Лыкова Татьяна Дмитриевна
- Форма обучения: очная
- Перечень ЕГЭ/ВИ: Русский язык, обществознание, история
- Проходной балл (2019): 228
- Количество бюджетных мест: 10
платных мест: 15

**ОКЕЙ,
ПРЕЖДЕ, ЧЕМ МЫ
НАЧНЕМ,
НЕМНОЖЕЧКО
OFFICIAL
ИНФОРМАЦИИ
ДЛЯ ТЕБЯ
(БЕЗ
СПОЙЛЕРОВ)**



ЕСТЬ ИДЕИ, ЧТО ТУТ ИЗУЧАЮТ?

(ТОЛЬКО НЕ ГОВОРИ «РЕКЛАМУ И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ». ЭТО, КОНЕЧНО, ЛОГИЧНО, НО ТАК
НЕОРИГИНАЛЬНО. СМЕКАЕШЬ?)

ПОСЛЕ ТОГО, КАК ТЫ ПОДУМАЛ (ИЛИ
КРУТО СДЕЛАЛ ВИД, ЧТО ПОДУМАЛ),
МОЖЕШЬ ВЫБРАТЬ СВОЕГО
ПЕРСОНАЖА:

РЕКЛАМА

PR (СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ)

(Я знаю, что это банально! Не всегда ж нам креативить...
Зато логично. Давай выбирай)



ОТЛИЧНО, КЛАССНЫЙ ПЕРСОНАЖ!

ЗАЧЕМ ТЫ ЕГО ВЫБРАЛ, Я ПРАВДА НЕ
ЗНАЮ, ПОТОМУ ЧТО МЫ ВСЕ РАВНО
ИЗУЧАЕМ ВСЕХ. СМЕКАЕШЬ?

(КОГДА Я ГОВОРЮ «ВСЕХ», Я ИМЕЮ В ВИДУ
ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВСЕХ, НЕ ТОЛЬКО
ГЛАВНЫХ ГЕРОЕВ, ИЗ КОТОРЫХ ТЫ ВЫБИРАЛ)

НУ ВОТ СМОТРИ, ЭТО НАЗВАНИЯ НЕКОТОРЫХ МОИХ РАБОТ ЗА ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ



ЖИРАФИК



BMW



Celebrity branding



Press release



Модная практика



Истинные и ложные УТП



Спиндоктор



Иррациональные установки



Кокос



Креатив в рекламе



КРЕАТИВ ФИНАЛ



Манипуляция



Спираль молчания



Ретроспектива общественного мнения



Внимание, ощущение, восприятие



Клипное мышление



Раскадровка



НЛП

**ТАК,
ЛИБО ТЫ НИЧЕГО НЕ ПОНЯЛ
ЛИБО ПОНЯЛ ЧТО-ТО, НО НЕ ПОНЯЛ ПРИ ЧЕМ
ТУТ РЕКЛАМА И PR**

**НЕ БЕСПОКОЙСЯ, СЕЙЧАС Я ТЕБЕ ОБЪЯСНЮ
КАК ГОВОРИТСЯ: «КЕЕР САЛМ И ПОСТУПАЙ НА
РЕКЛАМУ»**

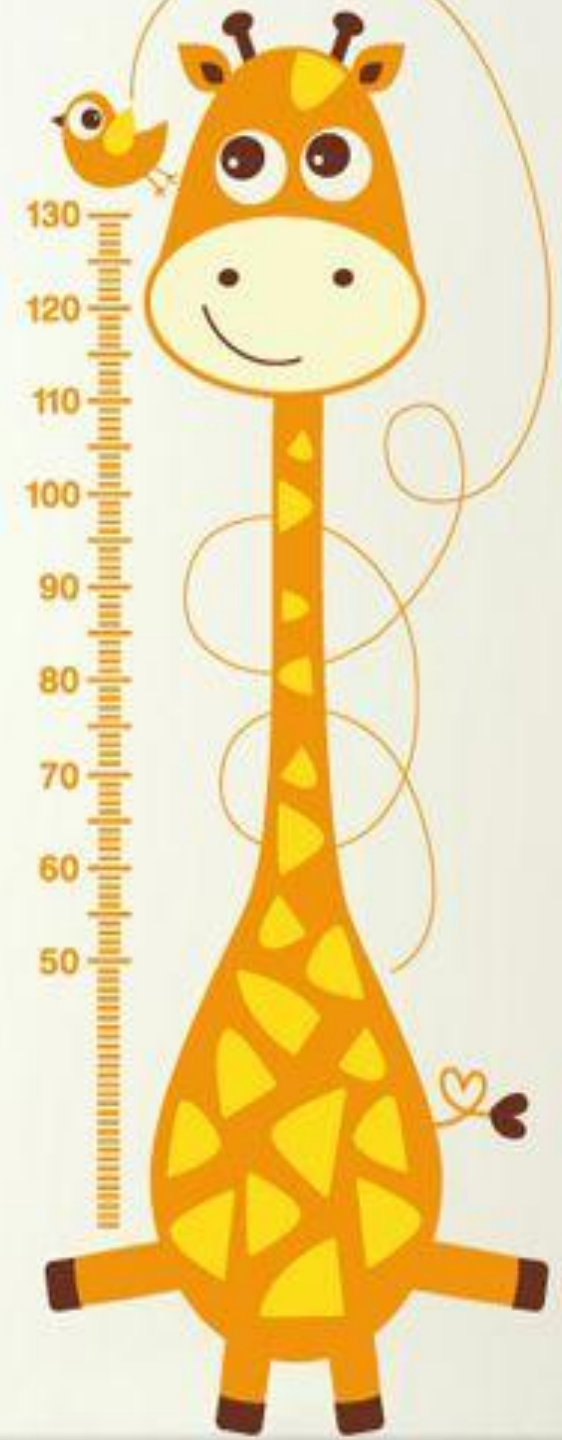
(Это не реклама... Нет... Неа... Точно тебе говорю)
(Приготовься, на следующем слайде будет много букв, sorry not sorry)

Во-первых, у нас довольно много дисциплин (соответственно и проектов), связанных с психологией, особенно с психологией масс. «Как думает потребитель? Как он проводит свое свободное время? Что именно может подтолкнуть его к покупке? Почему его поведение изменяется, когда он попадает в группу?». Куда ж мы без психологии?

Во-вторых, английский язык. Достаточно большая часть терминологии заимствована из него. Есть дисциплины, которые ведутся на английском языке или непосредственно связаны с ним. У всех разный уровень владения языком, и это хорошая возможность «прокачать» свои навыки с уклоном на PR и рекламу.

В-третьих, КРЕАТИВ. Мы изучаем опыт различных компаний (как местных, так и мировых брендов), разбираем и раскладываем все по теоретическим полочкам. А потом берем и творим сами. Все просто. Полет мысли приветствуется (но не забываем о техническом задании, конечно). Это реклама и PR. Это идеи!

ИСТОРИЯ ФАЙЛА ЖИРАФИК: КАЖДЫЙ В ГРУППЕ ПИСАЛ ЛЮБОЙ ПРЕДМЕТ, КОТОРЫЙ ПЕРВЫЙ ПРИШЕЛ ЕМУ В ГОЛОВУ, ПОТОМ МЫ ПЕРЕМЕШИВАЛИ ВСЕ ИДЕИ И ВЫТЯГИВАЛИ ИХ РАНДОМНО. ЗАДАНИЕ – ПРИДУМАТЬ 15 РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ С РАЗНОЙ АРГУМЕНТАЦИЕЙ ДЛЯ СВОЕГО ТОВАРА И ПРЕЗЕНТОВАТЬ ЕГО. МНЕ ДОСТАЛСЯ ДЕТСКИЙ РОСТОМЕР «ЖИРАФИК».



ЗНАЕШЬ, ЧТО ЕЩЕ ИЗ СВОИХ СКИЛЛОВ* ТЫ МОЖЕШЬ «ПРОКАЧАТЬ» У НАС?

* Навыков (ну мало ли)

- Общение (мы называем это коммуникацией). Фактически, это неотъемлемая часть нашей будущей профессии. Даже если тебе не нравится общаться, то ты хотя бы научишься делать это правильно и с разными людьми. 100% пригодится в жизни.
- Публичное выступление (кажется, я видела, как ты вздрогнул). Проекты, как правило, требуют публичной презентации и защиты. Научишься презентовать свой продукт/проект – научишься презентовать себя (читай: рекламировать. Смекаешь?). Супер полезный навык как на работе, так и в обычной жизни.
- Адаптивность (я бы назвала это так). Вот есть у тебя задание, а ты такой: «Не, ну это невозможно сделать». Одна поправка: все возможно. Твой мозг и правда способен на многое. Отличный шанс протестировать его по полной, как он сможет приспособиться к разным условиям, техническим заданиям, иногда и форс-мажорам.

- Программа подготовит вас к **работе** в рекламных агентствах, пресс-службах органов власти, рекламных отделах коммерческих компаний, СМИ, экспертов по вопросам рекламного и медиарынка и деловой коммуникации.
- **Выпускники работают** в органах власти, в бизнесе, в общественных и некоммерческих организациях, политических партиях. Создают рекламную и PR-продукцию для внешнеэкономической деятельности и в сфере международной торговли.
- **Трудоустройство:** руководитель отдела/департамента, начальник, главный специалист, ведущий специалист, помощник директора, зам. директора по внешним коммуникациям, райтер, копирайтер, креатор, дизайнер, корреспондент, главный редактор, директор рекламного агентства, специалист пресс-службы, промоутер, аналитик бизнес-среды, медиа-планер, специалист по мониторингу медиа и др.

САМОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ НОВОЙ ПОРЦИИ OFFICIAL ИНФОРМАЦИИ

Преимущества программы:

- Вы сможете продолжить обучение в магистратуре на программе «Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью».
- Сможете выбрать, где пройти практику: от государственного управления и бизнеса до некоммерческих и общественных организаций.



СМОТРИ, ЧТО НАШЛА!

Конец осеннего семестра N-ого года - последняя пара в старом году.

Обмен подарками - последний день игры в «Тайного Санту».

Сюрприз – лотерея с небольшими презентами от преподавателя нам и ответный от нас для нее.

На слайде – предновогодний «Один дома» на английском языке (предмет велся на английском, так что соответствуем).

Мы – счастливые.



ЧТО Я ХОЧУ СКАЗАТЬ ТЕБЕ НАПОСЛЕДОК?

РЕКЛАМА МОЖЕТ БЫТЬ ИНТЕРЕСНОЙ (И У ТЕБЯ ЕСТЬ ШАНС УЗНАТЬ, КАК СДЕЛАТЬ ЕЕ ТАКОЙ).

НЕ ЗЛИСЬ НА НЕЕ: УЗНАЙ «ВРАГА» ИЗНУТРИ, ЕГО ПОВАДКИ, ПРИВЫЧКИ И СДЕЛАЙ СВОИМ «БРО».

РЕКЛАМА ВСЕГДА БЫЛА, ЕСТЬ И БУДЕТ В НАШЕМ ОБЩЕСТВЕ. ВСЕГДА АКТУАЛЬНА. СМЕКАЕШЬ?

(БЫЛО ПРИЯТНО С ТОБОЙ ПОЗНАКОМИТЬСЯ)

(УДАЧИ! БУДУ РАДА ВИДЕТЬ ТЕБЯ У НАС)

ТЕПЕРЬ ТЫ ЗНАЕШЬ, ЧТО ДЕЛАТЬ

КАК ГОВОРИТСЯ:
WELCOME TO THE CLUB

 **ДВФУ**
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

