**ТЕМА ЛЕКЦИИ 5. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА. ТЕХНОЛОГИИ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Целями освоения** темы Профессиональная карьера. Технологии построения карьеры в сфере рекламы и связей с общественностьюявляются:

• формирование представлений о понятии профессиональная карьера и ее характеристиках;

• охарактеризовать особенности построения карьеры в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих**

**компетенций:**

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

**Вопросы для обсуждения**

1. ***Профессиональная карьера.***
2. ***Построение карьеры в сфере рекламы и связей с общественностью.*** 
   1. ***Профессиональная карьера***
   2. ***Понятие и основные характеристики профессиональной карьеры***

Термин «карьера» имеет много значений. Он происходит от латинского carrus -телега, повозка и итальянского carriera - бег, жизненный путь, поприще.

Понятие «карьера» широко распространено на Западе (например, в США профориентация часто вообще называется психологией карьеры).

В России существует своя традиция употребления этого слова, подразумевающая успех в какой-либо деятельности, но с некоторым негативным оттенком (типа «карьеризм»).

Самое популярное определение карьеры – продвижение вперед по однажды выбранному пути деятельности, например, получение больших полномочий, более высокого статуса, престижа, власти, денег. «Сделать карьеру», для нас, прежде всего, означает добиться престижного положения в обществе и высокого уровня дохода.

Однако нельзя связывать карьеру только с продвижением по службе. Это понятие можно применить и к другим жизненным ситуациям.

Поэтому целесообразно дать следующее определение: карьера –

* результат осознанной позиции и поведения человека в области трудовой деятельности, связанной с должностным или профессиональным ростом;
* продвижение вверх по служебной лестнице, успех в жизни;
* субъективно осознанный путь человека, способ достижения целей и результатов в форме личностного самовыражения; изменение навыков, способностей, возможностей и размеров вознаграждения, связанных с деятельностью работника;
* успешное продвижение работника в сферах общественной, служебной, профессиональной, научной деятельности.

Понятие карьеры нельзя связывать только с работой, можно говорить о карьере, как роде занятий, деятельности. Например, спортивная карьера, военная карьера, артистическая карьера.

Жизнь человека вне работы имеет значительное влияние на деловую карьеру, является ее частью.

Итак, профессиональная карьера – это активные действия человека к достижению успехов в профессиональной деятельности. Она тесно связана с профессиональным ростом и мастерством. Это не только сама цель, сколько движение к этой цели.

Удачной карьера оказывается в том случае, когда человек заранее не просто знает, что он хочет, но и зачем ему это надо, что он будет делать, добившись цели.

Планирование профессионального пути – это процесс создания поэтапного достижения цели с учетом «человеческого фактора» (т.е. закономерностей развития человека, особенностей психики и т.д.).

Профессиональная карьера характеризуется тем, что человек в своей трудовой жизни проходит различные стадии развития: выбор профессионального пути, обучение, поступление на работу, профессиональный рост и т.д.

Важно помнить, что карьера начинается не в момент назначения на какую-либо должность, а в момент выбора сферы, в которой можно применить свои способности.

Профессиональный выбор, в отличие от профессионального самоопределения, — «это решение, затрагивающее лишь ближайшую жизненную перспективу человека». Он может быть осуществлен «как с учетом, так и без учета отдаленных последствий принятого решения», и «в последнем случае выбор профессии как достаточно конкретный жизненный план не будет опосредован отдаленными жизненными целями». Дж. Сьюпер считает, что в течение профессиональной жизни (карьеры) человек вынужден совершать множество выборов (сама карьера рассматривается им как «чередующиеся выборы»).

Основным условием успешной карьеры является правильный выбор профессии.

Разрешение этой проблемы основывается на учете нескольких факторов:

* нужно хорошо знать мир профессий и требования, которые предъявляются к человеку, выполняющему ту или иную работу;
* нужно правильно определить свои интересы и склонности, оценить свои возможности, состояние здоровья, способности и соответствие требованиям выбираемой профессии;
* нужно изучить состояние рынка труда, его потребности и региональные особенности;
* нужно исходить из реальных возможностей получения образования, переобучения и повышения квалификации.

Насколько разнообразны подходы к проблеме сущности понятия «карьера», настолько и разнообразны виды карьеры.

Различают горизонтальную карьеру – это рост профессионального мастерства. Она может развиваться в двух направлениях: углубление и расширение.

В первом варианте человек будет стараться освоить более сложные формы работы, и в результате сможет выполнять такие операции, которые другим специалистам не по силам. При этом его будут уважать, ценить и руководство, и коллеги по работе.

Если человек будет расширять профессиональные возможности, он сможет освоить смежные профессии, что придаст ему независимости от других и универсальности при выполнении работ. Этот путь так же приветствуется руководством и коллегами.

Кроме горизонтальной, существует вертикальная карьера – это рост в должности, связанный с умением организовывать работу.

Планирование профессиональной карьеры непрерывный процесс, длящийся на протяжении всей профессиональной жизни.

Какие же шаги надо осуществить, чтобы построить свою карьеру?

Первый шаг– это осознанный и самостоятельный выбор профессии, что требует непрерывного трудового напряжения, творческого поиска самого себя, знания своих индивидуальных возможностей, своего призвания и своих пределов.

Второй шаг – продумывание и составление (самостоятельно или с помощью специалистов) личного профессионального и жизненного плана с учетом способностей и возможных препятствий и с проработкой запасных вариантов на случай неудачи.

Третий шаг – получение профессионального образования, что оказывает большое влияние на успешность самореализации, успешность карьеры, получение общественного признания, развитие своих способностей, в достижении материального благополучия и тому подобное. Кроме того, в современном мире профессиональные знания и умения устаревают крайне быстро.

Все настойчивее звучит сегодня требование готовности и способности к переобучению, повышению квалификации. Без этого условия невозможно не только продвинуться, но иногда и просто удержаться на своем месте. Четвертый шаг–это умение найти и получить работу.

При этом важно наличие:

позитивной установки на трудоустройство;

умения эффективно искать и находить информацию о рабочих местах;

навыка грамотно составлять документы, необходимые при поиске работы и трудоустройстве, умения правильно составить резюме;

умения предоставить по телефону о себе информацию, чтобы захотелось встретиться и познакомиться поближе;

умение построить беседу с потенциальным работодателем так, чтобы он захотел принять на работу, предложить достойные условия труда и оплаты и т.д.

**Источник:** Громова Е. М. Профессиональная карьера : путь к успеху. Научно-методическое пособие / Е. М. Громова, Д. И. Беркутова, Т. А. Горшкова. — Ульяновск : Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, 2012. — 124 c. — ISBN 978-5-86045-543-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/59178.html (дата обращения: 24.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

* 1. ***Карьерное развитие***

Развитие карьеры предполагает профессиональную социализацию и профессиональную индивидуализацию личности.

Профессиональное становление в выбранной профессии происходит на основе профессиональной активности, профессиональной зрелости, реальной самооценки, формирование «Я - концепции» в согласованности ожиданий и достигнутых результатов на всех этапах, стадиях и периодах профессионального становления личности.

Важным является учёт индивидуальных и социальных факторов на соответствующее развитие карьеры человека реальным социально-экономическим требованиям и потребностям в контексте эффективного взаимодействия с социальной и профессиональной средой, описанием соответствующих целей и мотивов.

Расширение аналитического контекста в области наук о научной организации труда, появление новых результатов исследований в области теории менеджмента, связанные с растущим интересом к проблемам управления деловой карьерой, определяют основные особенности изучения основных аспектов эффективного карьерного развития.

Сегодня центральное внимание должно сконцентрироваться именно на улучшении использования человеческих ресурсов и продвижении по карьерной лестнице с помощью мотивационных рычагов, которые побуждают подчинённых к более результативной работе как для всего предприятия в целом, так и для дальнейшего продвижения по службе отдельных работников. Эффективное карьерное развитие состоит из множества факторов, влияющих на её построение.

К таким факторам относятся: внутренние побуждения, желания человека, поставленные перед ним цели, его мотивация и целеустремлённость, а также внешние и внутренние условия определенной структуры.

Любое карьерное развитие является длительным этапом в трудовой деятельности. Изучив этапы и методы планирования карьеры, человек сможет добиться наиболее эффективного карьерного роста и профессионального продвижения.

Итоговым достижением работника является его высокая степень профессионализма и признание его профессиональной репутации. При этом в течение всей трудовой деятельности показатели мастерства человека могут изменяться.

Основная цель эффективного карьерного развития, как отмечает А.В. Маевская, проявляется в причине, по которой человек хотел бы иметь конкретную работу, занимать определенную ступеньку на иерархической лестнице должностей.

А.Я. Кибанов, который является одним из ведущих специалистов в области психологии труда, предложил свою периодизацию профессионального развития личности, которая опирается на квалификационное развитие личности, обретения ею профессионального мастерства.

Непрофессиональный уровень свидетельствует о том, что личность не готова к выполнению профессиональной деятельности, не обладает достаточным уровнем профессиональных знаний или их уровень слишком низкий для самостоятельной трудовой деятельности.

Допрофессиональный уровень предполагает овладение работником профессиональными умениями и навыками на начальном уровне; он ещё не имеет достаточного потенциала для самостоятельной трудовой деятельности, однако уже может воспроизвести некоторые из трудовых действий и выполнять профессиональную деятельность под руководством наставника или в качестве его помощника.

Профессиональный уровень деятельности А.Я. Кибанов разграничивает на два подвида: типовой (обычный) и уровень профессионального мастерства.

На типовом уровне работник может выполнять профессиональную деятельность самостоятельно благодаря накопленным знаниям и опыту. Рамки компетенции ограничиваются типовыми условиями выполнения задания и типичными видами работ.

Уровень профессионального мастерства свидетельствует о наличии у работника высокого уровня развития профессиональных способностей и творческой деятельности, которая становится частью профессиональной. Профессиональное мастерство проявляется в ситуациях, которые выходят за пределы задачи, противоречат им, «нарушают» логику устойчивого алгоритма.

А.Е. Абросимова рассматривает три основные стадии профессиональной карьеры: раннюю, среднюю и зрелую.

Самым тяжёлым периодом профессионального становления является ранний период личностной зрелости. Именно в этот период и происходит формирование специалиста

Профессиональная карьера – это своеобразный турнир, связанный с успехами и неудачами, которые могут серьёзно повлиять на дальнейший ход профессионального роста. Иначе говоря, чем дольше человек находится на первой ступени карьерной лестницы, тем меньше у неё возможностей для прогресса.

Постепенное продвижение личности, сопровождающееся ростом профессиональных навыков, социальной роли, статуса и размера вознаграждения, называется деловой карьерой.

Для достижения поставленных целей в индивидуальном карьерном развитии следует определить основные принципы действий, а именно принципы: непрерывности, осмысленности, соразмерности, манёвренности, экономичности, заметности. Однако, в течение всей трудовой деятельности цели, поставленные перед человеком, могут меняться.

Любое карьерное развитие совпадает со средой, в которой находится человек и изменения целей развития взаимосвязаны с этим критерием. Помимо этого, на изменение целей может оказать влияние возраст, степень квалификации, личные мотивы и качества человека.

Для достижения эффективного карьерного развития С.Е. Метелев выделяет следующие объективные условия, существенно влияющие на продвижение по карьерной лестнице, а именно: высшая точка карьеры (предполагает высший пост в конкретной организации), длина карьеры (количество позиций на пути от первой до высшей точки карьеры), показатель уровня позиции (подразумевает отношение числа лиц, занятых на следующем иерархическом уровне, к числу лиц, на иерархическом уровне нахождения индивидуума в данный момент) и показатель потенциальной мобильности (отношение за определенный период времени числа вакансий на следующем уровне иерархии к числу лиц на том иерархическом уровне, где находится индивидуум).

Как упоминалось раннее, карьерное развитие представляет собой длительный процесс, состоящий из нескольких этапов, зачастую повторяющихся.

Этапы карьерного развития состоят из:

1) повышение квалификации. Подразумевается переподготовка, стажировка в системе непрерывного обучения;

2) зачисление в кадровый резерв для продвижения на руководящие должности, когда работник обязательно проходит подготовку в системе непрерывного обучения согласно разработанным индивидуальным планам;

3) назначение на более высокую должность. Назначение может происходить по результатам подготовки в кадровом резерве или по решению конкурсной, аттестационной комиссии или по решению руководства организации;

4) ротация работника внутри организации или подразделения для расширения своего кругозора, при которой изменяются должностные обязанности без изменения заработной платы.

Процесс карьерного развития характеризуется четырьмя стадиями.

Первичная, ключевая стадия начинается с момента принятия на работу сотрудника. Именно на данном этапе человек определяет возможные перспективы и шансы для своего карьерного роста в организации.

На второй стадии происходит составление индивидуального плана карьерного развития с помощью составления списка должностей, которых работник сможет достигнуть в течение своей трудовой деятельности. Планом карьерного развития может являться стратегический вариант профессионального роста и должностного перемещения.

Следует подчеркнуть, что карьерное развитие не всегда предполагает восхождение по вертикали.

Прогрессивный тип всегда представлял собой наиболее привлекательную форму карьерного процесса с изменением уровня возможностей.

Карьерное продвижение может также строится и по горизонтали или линейному типу, что подразумевает перемещение сотрудника из одного структурного подразделения в иное.

Известным типом карьерного развития является и нелинейный тип, который характеризуется многочисленными скачками после длительного периода количественного роста.

Третья стадия включает в себя регулярное оценивание результатов работы.

Последняя, четвертая стадия, характеризуется проведением оценки эффективности трудовой деятельности.

Предполагаемая оценка может быть осуществлена с помощью различных действий, которые включают повышение производительности труда и качества управления организацией, снижение текучести кадров, работу над новыми проектами.

Э. Шейн, психолог, теоретик и практик менеджмента, ориентируясь на достижение эффективного карьерного развития, представил свою теорию, которую назвал теорией «карьерных якорей».

Согласно его исследованиям, развитие карьеры является «процессом медленного развития профессиональной Я-концепции и самоопределения в терминах собственных способностей, талантов, мотивов, потребностей, отношений и ценностей». «Карьерный якорь» представляет собой все ключевые моменты, «фазовые непространственные пункты искривления линий карьеры, вокруг которых происходят колебания карьеры человека; личность осознает их существование результате оценки своих способностей, мотивов и потребностей, отношений и ценностей».

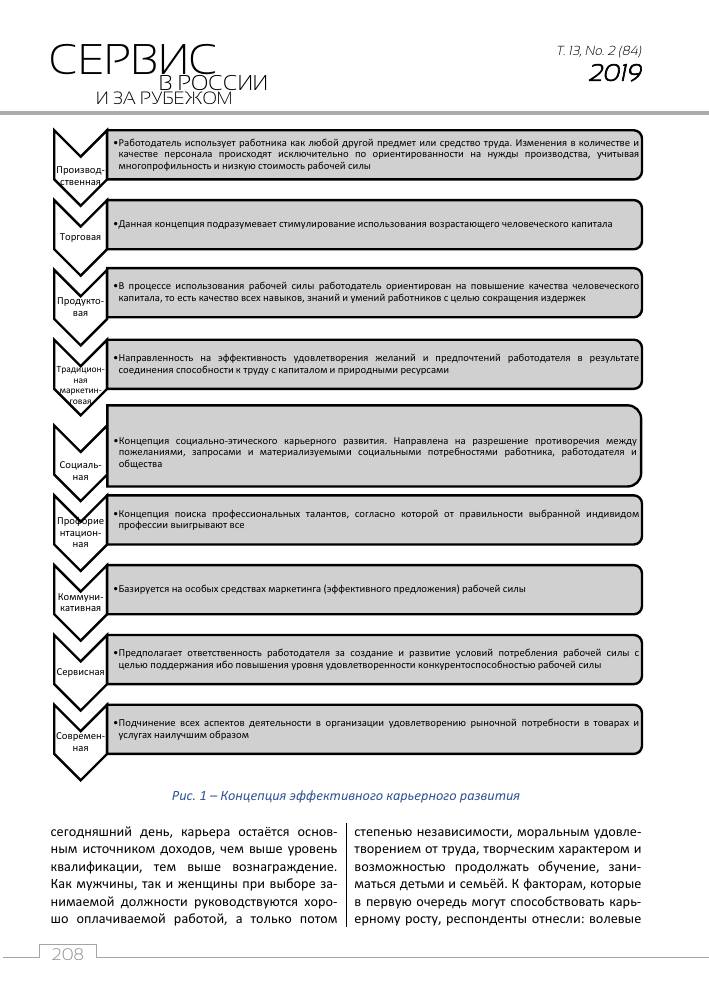
Таким образом, профессиональное развитие – это процесс поэтапного достижения цели с учётом «человеческого фактора».

Эффективное карьерное развитие членов коллектива является важной составляющей менеджмента персонала. А эффективное управление персоналом в современных условиях – одно из важнейших условий достижения успеха, как для трудового коллектива, так и для предприятия в целом. При этом руководство несёт ответственность не только за повышение трудовой активности персонала на данный момент, но и за планирование его профессионального роста как резерв на перспективу.

Работник должен принимать активное участие в создании и реализации условий для максимального использования своего трудового и социального потенциала. Региональный анализ особенностей профессионального и карьерного развития, даёт возможность утверждать, что на сегодняшний день, карьера остаётся основным источником доходов, чем выше уровень квалификации, тем выше вознаграждение.

Как мужчины, так и женщины при выборе занимаемой должности руководствуются хорошо оплачиваемой работой, а только потом степенью независимости, моральным удовлетворением от труда, творческим характером и возможностью продолжать обучение, заниматься детьми и семьёй.

К факторам, которые в первую очередь могут способствовать карьерному росту, относятся:



Основные аспекты эффективного карьерного развития характеристики человека, профессиональный и жизненный опыт и протежирование.

Стоит также отметить, что необходим систематический подход к управлению карьерой сотрудников, который включает мотивацию, постоянный мониторинг потребностей персонала, корпоративную культуру и др. И реализация концепции эффективного карьерного развития поможет руководству организации определить конкретные критерии карьерного потенциала работников в регионе.

Следует помнить, что расходы (управленческие, интеллектуальные, материальные) на его развитие являются инвестициями в стабильное и успешное будущее компании.

Основные аспекты эффективного карьерного развития зависят от многих факторов внешней и внутренней среды, в том числе от внутренних побуждений и желаний человека, определяющих главную цель карьерного продвижения.

Для эффективного карьерного роста следует определить ключевые принципы достижения целей и концепцию собственного трудового продвижения. В целом, эффективность достигается путём внутренней мотивации и целеустремлённости, что позволяет реализовать свой внутренний потенциал и самоутвердиться.

**Источник:** Плакса Юлия Валерьевна Основные аспекты эффективного карьерного развития // Сервис в России и за рубежом. 2019. №2 (84). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-aspekty-effektivnogo-kariernogo-razvitiya (дата обращения: 24.08.2020).

1. ***Построение карьеры в сфере рекламы и связей с общественностью***

Настоящий пиарщик работает круглосуточно, а не только с 10.00 до 19.00. Ненормированный график компенсируется креативностью задач, хорошими зарплатами и отличными перспективами карьерного роста.

PR-специалисты снова в фаворе у работодателей после более чем полутора лет падения интереса работодателей в связи с «утягиванием» бюджетных поясов. Компании стали тщательнее формулировать требования к PR-кандидатам по сравнению с периодом даже ещё трёхлетней давности. Сказывается тот факт, что профессия обретает зрелость.

Первой ступенькой карьерной лестницы может стать позиция PR-менеджера или сотрудника PR-департамента/отдела рекламы и PR/маркетинговых коммуникаций/PR-агентства в качестве практиканта от профильного вуза. Так что знания о том, как применять необходимые технологии, юный пиарщик получает в процессе работы.

В первом случае можно проследить карьерный путь PR-специалиста по горизонтали.

PR-менеджер

Востребованы как в компаниях SMB-сектора (small and middle business), так и в крупном бизнесе.

Требования:  
• высшее образование, возможно обсуждение позиции со студентами старших курсов  
• опыт/приобретение опыта написания текстов новостей, комментариев, интервью  
• владение MS Office  
• креативность  
• коммуникабельность  
• инициативность.

Личностные качества становятся ключевыми условиями для вхождения в профессию.

Основные функции:  
• общение с представителями СМИ  
• участие в организации и проведении бизнес-завтраков, пресс-конференций, круглых столов, корпоративных конкурсов  
• обеспечение участия компании в профильных выставках  
• решение креативных задач, связанных с разработкой рекламно-сувенирной продукции, сопровождение её изготовления, адресная рассылка.

Руководитель PR-отдела / PR-директор

PR-директора нужны в разных компаниях независимо от сферы деятельности. А вот размер организации в данном случае имеет значение: компании малого бизнеса не всегда могут позволить себе подобную позицию.

Требования:  
• высшее образование (любое)  
• желательно наличие второго образования в сфере PR, маркетинга, рекламы, степень MBA  
• опыт руководства PR-департаментом приветствуется (у кандидата должны быть сформированные управленческие компетенции)  
• опыт работы в необходимом для работодателя сегменте рынка — промышленность, IT, ритейл, медиабизнес и пр. — приветствуется  
• предпочтителен опыт работы на предыдущем месте более двух лет  
• знание иностранного языка с учётом специфики деятельности компании.

Основные функции:  
• руководство созданием и реализацией коммуникационной политики компании  
• разработка стратегии общения с представителями общественности и средствами массовой информации.

Руководитель пресс-службы

Руководитель пресс-службы обычно востребован в компаниях крупного бизнеса, государственных и некоммерческих организациях.

Требования:  
• высшее образование (любое)  
• опыт руководства PR-департаментом приветствуется (у кандидата должны быть сформированные управленческие компетенции)  
• опыт работы в необходимом для работодателя сегменте рынка — промышленность, IT, ритейл, медиабизнес и пр. — приветствуется  
• предпочтителен опыт работы на предыдущем месте более двух лет  
• знание иностранного языка с учётом специфики деятельности компании.

Основные функции:  
• разработка стратегии коммуникаций со средствами массовой информации и её реализация (проведение пресс-завтраков, пресс-конференций, организация вечеринок и конкурсов для СМИ).

Пик карьерного роста PR-директора — советник генерального директора или председателя совета директоров по стратегическим коммуникациям. Также бывают прецеденты, когда PR-директор становится заместителем директора/директором по развитию компании.

Есть и другой вариант продвижения по карьерной лестнице — на позицию Директора по маркетинговым коммуникациям, когда главному пиарщику компании необходимо совмещать функции маркетолога и рекламиста и принимать участие в разработке ценовой политики компании, детально заниматься развитием бренда.

Основатель/учредитель PR-агентства, глава пресс-службы крупной корпорации

Требования:  
• высшее образование (любое)  
• желательно наличие второго образования в сфере PR, маркетинга, рекламы, степень MBA  
• обширные связи с медиахолдингами  
• контакты с топ-менеджерами крупных компаний с солидными бюджетами на продвижение  
• умение демонстрировать безупречные коммуникативные навыки.

Основные функции:  
• представление интересов компании в ходе различных бизнес-мероприятий  
• рост финансовых и репутационных показателей компании  
• управление персоналом  
• привлечение новых клиентов.

С каждым годом конкуренция на рынке PR-агентств усиливается: в кризис доходы ряда PR-агентств упали на 30%-50%. Некоторые небольшие агентства, не выдержавшие финансовую ситуацию, закрылись.

Политический консультант, политтехнолог, пресс-секретарь представителя власти; советник по информационной политике телеканала, советник министра

Требования:  
• высшее образование (любое); как показывает практика, многие специалисты подобного уровня имеют научные степени  
• знания политологии, истории, социологии приветствуются  
• опыт руководства  
• обширные связи с медиахолдингами  
• членство в международных профессиональных организациях.

Основные функции:  
• обеспечение победы кандидата на выборах  
• обеспечение стабильного информационного потока для самых разнообразных целевых аудиторий  
• плюс весь функционал PR-директора.



Автор: Елена Егорова, директор по развитию рекрутингового агентства Penny Lane Personnel &nbsp;| &nbsp; Источник: Карьерист. ру. https://hr-portal.ru/article/formula-karery-dlya-pr-specialista

**Тенденции развития профессий в рекламе и PR**

Сегодня отрасль рекламы и PR, как и вся коммуникационная сфера, претерпевает серьезные технологические, социальные и организационные изменения. Цифровые и мобильные технологии, масштабы и высокая степень освоения виртуального пространства, мультимедийного и интерактивность каналов распространения рекламы и информации, развитие социальных сетей и соцжурналистики накладывают свои требования к качеству персонала.

Среди основных требований – компьютерная грамотность и знание профильного программного обеспечения; работоспособность и стрессоустойчивость; высокая адаптивность и широкая информированность.

Две доминирующие тенденции в профессиональной сфере.

Первую тенденцию можно назвать - «универсальный солдат». При достаточно высоких требованиях к специальным знаниям и навыкам на лицо рост требований к универсальности специалиста. Например, современный журналист должен быть способен работать с любыми медиа, писать тексты для телевидения, радио, прессы и Интернета, а также фотографировать и снимать видеосюжеты.

Вторая тенденция связана с появлением новых технологических платформ, и как следствие этого, появление новых, ранее не существовавших профессий.

Например, некоммерческая организация Center for Sustainable Journalism насчитала 11 новых вакансий для СМИ. Среди них такие, как:

• оптимизатор заголовков, это тот, кто занимается поисковой оптимизацией контента для увеличения трафика из поисковиков;

• редактор социальных медиа (Social Media Reporter / Aggregator) это тот, кто использует социальные сети для сбора информации и проверки фактов;

• исследователь контента (Story Scientist) занимается тем, что изучает поведение пользователей в социальных сетях и помогает редакции готовить материалы, которые будут там хорошо распространяться;

• редактор инфографики (Data Detective) ищет статистические данные и представляет их в доступном для читателей виде;

• главный хранитель (Curator in Chief) следит за тем, чтобы сбор информации по источникам, а также ее хранение было правильно организовано;

• журналист-популяризатор (Explanatory Journalist) отвечает на вопросы, которые остаются даже в эпоху, когда СМИ работают в режиме 24/7;

• специалист по вирусному маркетингу (Viral Meme Checker / Viral Video Maker) следит за тем, что циркулирует в Интернете, препятствует негативной информации и создает контент, который распространяется в соцсетях и блогах;

• специалист по слайд-шоу (Slideshow Specialist) готовит визуальную информацию и презентации;

• специалист по гражданской журналистике (Networker / Engager) участвует в социальнозначимых и резонансных проектах;

• создатель электронных книг (E-Book Creator);

• веб-разработчик (Web Developer).

**Список профессий в рекламе и PR**

**В организациях-рекламодателях**

1 Коммерческий директор

2 Директор / Менеджер по маркетингу

3 Директор / Менеджер по продажам

4 Директор по рекламе и связям с общественностью

5 Директор / Менеджер по корпоративным отношениям

6 Директор / Менеджер по репутации

7 Бренд-менеджер

8 Менеджер по работе с клиентами

9 Пресс-секретарь

10 PR-менеджер

11 Менеджер по спонсорству и партнерским программам

12 Менеджер по рекламе

13 Менеджер по стратегии продвижения

14 Мерчандайзер

15 Супервайзер

16 Менеджер по выставкам

17 Стендист

**В организациях-рекламопроизводителях, рекламных и коммуникационных агентствах**

18 Директор рекламного агентства

19 Креативный директор

20 Арт-директор

21 Копирайтер / текстовик

22 Менеджер проекта

23 Менеджер по производству рекламных материалов

24 Медиабайер

25 Медиапланер

26 Дизайнер рекламы / Художник рекламы

27 Макетист / Верстальщик рекламы

28 Фотограф

29 Промоутер

**В организациях-рекламораспространителях, СМИ**

30 Директор по рекламе / Руководитель рекламной службы

31 Менеджер по продаже рекламы

32 Медиаселлер

33 Менеджер по работе с клиентами

34 Менеджер по размещению рекламы

35 Менеджер по специальным проектам

36 Журналист

37 Финансовый менеджер рекламной службы

38 Менеджер баз данных

39 Web-редактор рекламы

40 Web-дизайнер рекламы

41 Контент-менеджер

42 Рекламный агент

43 Оптимизатор заголовков

44 Макетист / Верстальщик рекламы

**В исследовательских компаниях по рекламе и PR**

45 Директор исследовательской компании

46 Медиаисследователь / медиаресеч

47 Медиааналитик

48 Маркетолог-аналитик

49 Рекламный аналитик

50 Социолог рекламы

**Источник:** Андреева М.В. Дисциплина «Введение в специальность» и выбор профессии в рекламе и PR // Вестник МГУП. 2012. №11. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/distsiplina-vvedenie-v-spetsialnost-i-vybor-professii-v-reklame-i-pr.

**Дополнительная литература:**

1. Лукашенко М. А. Паблик рилейшнз : учебное пособие / М. А. Лукашенко. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 134 c. — ISBN 978-5-374-00061-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/11059.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Толочек В. А. Профессиональная карьера как социально-психологический феномен / В. А. Толочек. — Москва : Издательство «Институт психологии РАН», 2017. — 264 c. — ISBN 978-5-9270-0352-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/88093.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей