

Магистерская подготовка по направлению 38.04.02 «Менеджмент»

Профиль: «Менеджмент по связям с общественностью»

Квалификация: Магистр по направлению «Менеджмент»

Формы обучения: очная (2 года), очно-заочная (2,5 года)

Поступление: по результатам тестирования

Цель программы: подготовка высококвалифицированных руководителей и специалистов в области управления развитием компании и PR-деятельности, информационно-аналитического обеспечения выбора оперативных и стратегических управленческих решений, информационно-организационном сопровождении различных мероприятий, проектов, программ.

Целевая аудитория: бакалавры и специалисты, выпускники любых профилей и специальностей (технических, экономических, юридических, морских и др.), успешно прошедшие тестирование при поступлении

Требования профессии к личностным качествам:

Интересы и склонности: Широкий кругозор, эрудиция, стремление к саморазвитию, склонность к общению с людьми. Эстетические склонности.

Профессионально важные качества:

- интерес к работе с информацией;
- креативность;
- способность концентрироваться на задаче и быстро переключаться с одного вида деятельности на другой;
- развитые лексические способности, способность к убеждению;
- выраженная активность, экстравертность;
- высокая эмоциональная устойчивость;
- способность к образному представлению предметов, процессов и явлений;
- аналитичность (способность выделять отдельные элементы действительности, способность к классификации) мышления.

Основные учебные дисциплины программы: Теория и практика связей с общественностью; Правовые основы деятельности по связям с общественностью; Социологические проблемы изучения общественного мнения; Риторика и искусство публичных выступлений; Современный стратегический анализ; Методы исследований в менеджменте; Управление маркетингом; Маркетинговые исследования рынка; Логистические принципы организации материальных и информационных потоков; ИМК (интегрированные маркетинговые коммуникации) как стратегия управления коммуникациями; Маркетинг взаимоотношений; Специфика деятельности служб по связям с общественностью; Управление рекламной деятельностью; Бренд-менеджмент; Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью; Деятельность PR-служб в кризисных ситуациях.

Основные задачи, решаемые Менеджером по связям с общественностью:

- выстраивание взаимоотношений с партнерами и конкурентами, СМИ, рекламными и PR-агентствами, государственными и общественными PR-структурами;
- создание имиджа руководителя, лидера, коллектива, государства (организация и проведение презентаций, выставок, пресс-конференций избирательных, рекламных и PR-кампаний, составление пресс-релизов, текстов публичных выступлений);
- формирование отношений внутри коллектива, разработка стратегии и тактики корпоративной и имиджевой политики;

- участие в подготовке и проведении брифингов, пресс-конференций, других мероприятий и акций информационно-рекламного характера, проводимых с участием представителей средств массовой информации и общественности, обеспечивать их комплексное информационное и организационное сопровождение;
- подготовка пресс-релизов и других информационных материалов для представителей средств массовой информации, мониторинг электронных и печатных средств массовой информации, участие в подготовке информационно-аналитических материалов для внутреннего пользования;
- разработка информационно-рекламных материалов, текстов для корпоративного издания, официального WEB-ресурса организации, подготовка отчетов по результатам проведения мероприятий информационно-рекламного характера;
- разработку плана проведения PR-кампаний предприятия и составление прогноза их влияния на имидж предприятия; определение бюджета PR-компаний.

Область профессиональной деятельности магистров включает:

управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;

управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;

предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;

научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;

научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Основные сферы профессиональной деятельности: бизнес–сфера, общественно–политическая; международная; коммерческая; средства массовой информации; наука, культура, образование и спорт; сфера шоу–бизнеса.

Причины учиться в магистратуре ИФЭМ КГТУ:

- степень магистра признается всеми работодателями в мире;
- магистры начинают профессиональную деятельность с более высоких позиций – открываются перспективы активного карьерного роста;
- инновационные программы обучения, преподаватели-практики;
- практика и стажировка в ведущих региональных компаниях;
- возможность изучать интересующие курсы из широкого перечня дисциплин по выбору;
- разработка и реализация собственных практикоориентированных проектов;
- возможность учиться без отрыва от работы (наличие различных форм обучения: очно-заочной, заочной).

Место на рынке труда: управленческая деятельность на предприятиях всех организационно-правовых форм на должностях, относящихся к маркетинг-менеджменту (должность PR-менеджера, PR-директора и др.)