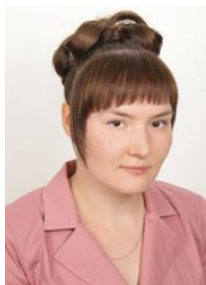




НАПРАВЛЕНИЕ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА

«ОБРАЗ, ЗНАК, СИМВОЛ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ, PR и GR: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИННОВАЦИЙ»



**РУКОВОДИТЕЛЬ
МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ:**

**Д-р искусствоведения,
профессор**

Макарова

Татьяна Львовна

Руководитель и разработчик программы: доктор искусствоведения, профессор Макарова Т. Л., специалист в области рекламы и PR, дизайнер и журналист; прошла стажировку в международном рекламном агентстве BBDO: арт-директор. Успешно прошла профессиональную переподготовку по программе «Организация и управление службой рекламы и PR», имеет квалификацию «Руководитель отдела рекламы и связей с общественностью». Макарова Т. Л. – автор «Системы символов» – основы исследования и проектирования современного рекламного образа; автор 195 публикаций по теории и практике рекламы и связей с общественностью, семиотики коммуникации, дизайна и образования в области рекламы и PR: в т. ч. 3 монографий, научных статей в БД Scopus, Web of science, ERIN PLUS, РИНЦ.

Макарова Т. Л. – член ВТОО «Союз художников России» и Международной Ассоциации изобразительных искусств – IAA UNESCO, лауреат 15 выставок и конкурсов, участник 75 выставок в России и за рубежом, член международного жюри по оценке научных работ в области рекламы, PR и GR. Автор статей по практике рекламы, PR и дизайна для деловых изданий: Недели моды, графический (в т.ч. рекламный) и выставочный дизайн, PR-мероприятия.

Автор магистерской программы работает в рекламе и PR: руководитель научных исследований студентов и аспирантов, организатор и член жюри международных научных конференций и конкурсов, автор проектов.

Программа «Образ, знак, символ в современной рекламе, PR и GR: теория и практика инноваций» ориентирована на подготовку специалистов нового уровня с современным типом мышления, на основе инновационных технологий в области теории и практики рекламы, PR и GR.

В программе систематизированы актуальные разработки отечественных и зарубежных научных школ (реклама, PR, GR, семиотика коммуникации, медиатехнологии)

в области рекламы и связей с общественностью: РГУ им. А. Н. Косыгина, МГУ им. М. В. Ломоносова, СПбПУ Петра Великого и других, опыт подготовки специалистов в области рекламы, PR и GR ведущими европейскими школами.

Программа нацелена на проектирование эффективной рекламы высокого уровня на базе анализа трендов в области образов, знаков и символов в современной рекламе, PR и GR. Программа включает разработку инновационных технологий в области создания гармоничного рекламного образа и эффективных визуальных коммуникаций на уровне научных исследований, образования, практики в области рекламы, PR, GR.

В программу включены лучшие достижения науки и практики. Разработаны уникальные и актуальные программы дисциплин по подготовке специалистов нового уровня, ориентированных на междисциплинарный и системный подход к инновациям в области рекламы, PR и GR. Магистранты создают проекты в области рекламы, PR и GR, участвуют в выставках и конкурсах: инновации включены в подготовку и защиту магистерских, кандидатских и докторских диссертаций.

Концепция развития научно-исследовательской и инновационной деятельности магистра отражена в цикле дисциплин базовой и вариативной части учебного плана, которые формируют способности к самостоятельному изучению новых методов исследования проектных ситуаций; развивают творческие способности и способствуют повышению профессионального уровня; актуализируют знания по использованию информационных технологий в коммуникации; способствуют синтезу инновационных технологий и концептуальных разработок при создании новых направлений в современной рекламе, PR и GR, повышению уровня креативного мышления.

Основа программы: уникальные теоретические и методологические разработки автора в области теории и практики современной рекламы, PR, GR и дизайна (рекламный образ, рекламная графика и фотография, в т.ч. фирменный стиль, рекламный плакат, ролик, PR-мероприятия) в аспекте взаимосвязи формы и смысла рекламного сообщения и их влияния на человека на базе анализа достижений практиков рекламы, PR, GR и дизайна международного уровня.

Занятия ведут руководители рекламных фирм, креативных и PR-агентств, главные редакторы журналов о рекламе, PR и GR.