



**На кого пойти
учиться?**

**Мир рекламы притягивает
все больше и больше
молодых людей. Вот только
так много специальностей с
экзотическими названиями...**

Как в них разобраться?

Попробуем тебе помочь.

Арт-директор

По сути дела, это художественный руководитель. В мире рекламы он придумывает макеты, логотипы, разрабатывает стиль и дизайн рекламной кампании. Насколько должна хорошо работать у него фантазия, чтобы именно его рекламируемый товар захотели покупать потребители.

Чтобы получить такую профессию, нужно неплохо рисовать, участвовать в фестивалях и конкурсах рекламы, т.е. пополнять свое портфолио, которое обязательно спросят при устройстве на работу.

Место учебы

Международный институт рекламы. Москва, ул. Привольная, д70, специализация – арт-дирекшн
Московский гуманитарный университет, Москва, ул.Юности, 5/1

Копирайтер

Мастер рифмы и поиска синонимов. Он придумывает слоганы, пишет тексты, создает диалоги для героев роликов, т.е. отвечает за текстовую часть рекламы. Копирайтеру нужно придумать такое предложение, которое покажет все достоинства товара и придется по вкусу всему населению. Лучшие рекламные слоганы идут «в народ» и запоминаются надолго.

Чтобы получить такую работу, надо обзавестись филологическим образованием. А еще попробуй поработать внештатным корреспондентом в газете. Привей себе любовь к чтению, чтобы чувствовать красоту языка и учиться на примерах других. Учи английский, это необходимое условие, а также умей работать в команде.

Место учебы

Томский государственный университет, пр.Ленина, 36,
специализация – копирайтинг

Якутский государственный университет им.М. К. Амосова.

Республика Саха, г.Якутск, ул.Белинского, 58

Менеджер по работе с клиентами

Этот специалист – связующее звено между рекламным агентством и заказчиком. Именно экаунт-менеджер за несколько минут должен убедить клиента в том, что предложенный вариант рекламы лучший. Также он следит за выполнением сроков, ведет финансовую документацию, готовит отчеты, презентует проекты.

Чтобы понравиться заказчику, нужно обладать ораторским, актерским мастерством, вызывать в людях эмпатию, доверие. Хорошим началом карьеры может стать летняя подработка в рекламном агентстве.

Место учебы

Кубанский государственный университет, г.Краснодар, ул
Ставропольская, 149, специализация – менеджмент

Ивановский государственный энергетический университет, г.
Иваново, ул.Рабфаковская, 34

Маркетолог

Специалист, изучающий потребительские интересы, товары, анализирует работу конкурентов, прогнозирует спрос на продукт и в зависимости от всех этих показателей дает рекомендации. Для того чтобы все это делать, он обрабатывает большое количество информации, работает с базами данных. Для этого нужны обширные знания в области производства финансов, бухгалтерии, статистики, социологии, рекламы. Для работы маркетологом требуются экономическое образование, логика, знание компьютера.

Место учебы

Московский государственный университет печати, г. Москва, ул. Прянишникова, 2А, специализация – маркетинг
Хабаровская государственная академия экономики и права, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 134

Медиаплэннер

Человек, разрабатывающий план рекламной кампании. Он составляет рекомендации для заказчика, как использовать средства рекламы (телевидение, радио, интернет), на каком канале ТВ ее разместить (проводится рейтинг самых смотримых каналов), как эффективнее потратить деньги, выделенные на раскрутку рекламного ролика.

Чтобы стать хорошим специалистом, надо иметь познания в области психологии, социологии, финансов, также пригодятся аналитические способности и устойчивость к стрессам.

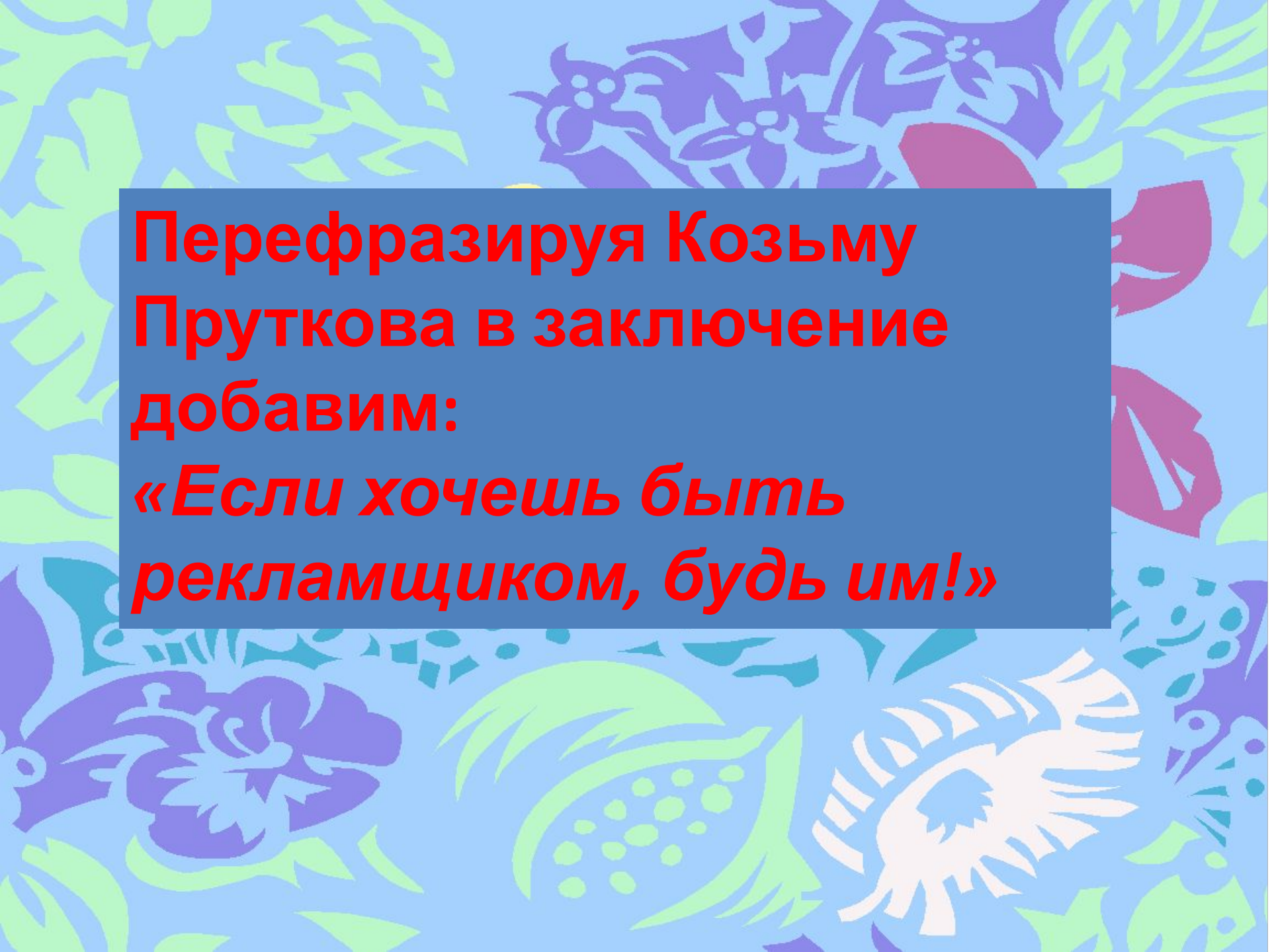
Место учебы

Московский государственный университет им. Ломоносова, г.

Москва, ул. Моховая, 9, специализация – социология

Санкт-Петербургский университет экономики и финансов, г. Санкт-

Петербург, ул. Садовая, 21, специализация - реклама



**Перефразируя Козьму
Пруткова в заключение
добавим:
*«Если хочешь быть
рекламщиком, будь им!»***