

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ТРАНСФЕРНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Тема: Профессиональная карьера на рекламном рынке
(на примере выпускников УлГУ)

Выполнила:
Студентка 5 курса
группы ФТСРЮ-О-08/1
Мельникова Екатерина Александровна
Научный руководитель:
ст.преподаватель кафедры рекламы
Лукьянова Евгения Львовна

Целью выпускной квалификационной работы стало изучение особенностей построения профессиональной карьеры рекламиста в современной России. Для достижения данной цели необходимо решить ряд последовательных **задач**:

1. Изучить понятие трудового поведения и его виды;
 2. Рассмотреть характеристику профессиональной карьеры как части трудового поведения;
 3. Описать критерии и требования отбора специалистов на рекламном рынке;
 4. Выявить особенности профессиональной карьеры рекламиста на примере выпускников УлГУ.
- 

ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИЯ КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ

Мною были взяты основные понятия такие, как: трудовое поведение, профессиональная карьера и карьера

Трудовое поведение - это комплекс определенных последовательных поступков и действий человека, которые направлены на превращение предметов труда с целью достижения соответствующего результата и сочетают работника с трудовым процессом

- **Профессиональная карьера** представляет собой последовательность этапов развития человека в профессиональных сферах жизни, являющихся результатом его осознанной позиции и поведения, характеризующихся постоянной динамикой и направленными на достижение целей профессиональной деятельности (профессионального развития).
- **Карьера**-это процесс профессионального роста человека, роста его влияния, авторитета, статуса в среде, выраженный в его продвижении по ступеням иерархии, квалификационной лестницы, вознаграждения, престижа.

МЕТОДОЛОГИЯ

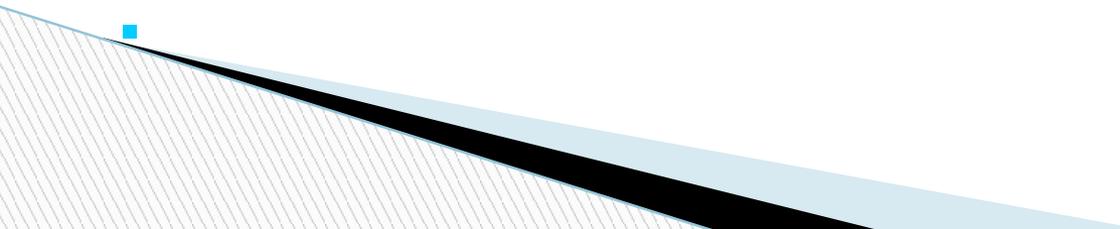
Для реализации исследовательской части выпускной квалификационной работы была выбрана комплексная методология, включающая в себя:

- опрос выпускников УлГУ специальности «Реклама»;
- глубинное интервью с отдельными выпускниками разных лет.

АНАЛИЗ ДАННЫХ И ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Выбор метода опроса был обусловлен тем, что он позволяет в достаточно сжатые сроки выяснять мнения больших совокупностей людей и получать разнообразную информацию, - что и было нужно нам на первом этапе исследования. Для получения количественных характеристик исследуемой ситуации в исследовании применяется метод опроса, который проводился через социальную сеть «ВКонтакте» по формализованной анкете

УлГУ позволил выяснить, как строится их профессиональная карьера после окончания университета, какой процент специалистов работает по специальности, на какой должности, какую зарплату они получают, а главное – насколько они удовлетворены

- В дальнейшем мы смогли уточнить данные, полученные с помощью опроса, с помощью серии глубинных интервью. Они помогли дополнительно и более подробно раскрыть те важные моменты, которые были выявлены в ходе опроса, так как в рамках глубинных интервью респондент свободно излагает свои мысли, относящиеся к теме разговора, а не просто отвечает на строго на задаваемые вопросы.
 - Выборка интервью была разбита на две группы: тех, кто после окончания стал работать по полученной специальности «Реклама», и тех, кто выбрал себе карьеру в совершенно другой сфере. В интервью основное внимание уделялось раскрытию задач, выявление значимых проблем, развитие профессиональной карьеры рекламистов.
- 

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ