

## **Специализация**

### **«Экономика и организация рекламно-информационной деятельности»**

*В настоящее время без рекламы не может обойтись ни одно предприятие-изготовитель товаров народного потребления и предприятие розничной торговли. Благодаря рекламе предприятия и организации продвигают свой товар на рынке товаров, реклама стимулирует продажу товаров, привлекает покупателей, что приносит дополнительную прибыль и позволяет развиваться, завоевывать лидирующие позиции среди конкурентов.*

Быстрое развитие рекламного рынка повлекло возникновение специализации «Экономика и организация рекламно-информационной деятельности».

В процессе обучения будущие экономисты получают знания по дисциплинам: «Экономика организации», «Организация производства», «Статистика», «Ценообразование», «Информационные технологии в рекламе», «Рекламный менеджмент», «Обслуживание потребителей информации» и др.



Специалисты рекламно-информационных структурных подразделений осуществляют руководство деятельностью по планированию и организации рекламных мероприятий и информационных программ, устанавливают цели, разрабатывают и определяют темы, средства проведения рекламы, распределяют ресурсы на проведение рекламных мероприятий и информационных мероприятий, дают оценку деятельности в области рекламы.

Выпускники могут работать в различных отраслях экономики (промышленность, банковский сектор, логистические и страховые компании, рекламные предприятия и др.) на должностях, связанных непосредственно с управлением информационными ресурсами.

