

ФАХОВА ПІДГОТОВКА

УДК 658.386

ВІДКРИТТЯ В НТУУ «КПІ» ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ НАПРЯМУ 6.030302 «РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (У ПОЛІГРАФІЇ, ВИДАВНИЦТВІ ТА КНИГОРОЗПОВСЮДЖЕННІ)»

**© Т. Ю. Киричок, к.т.н., доцент, П. О. Киричок, д.т.н.,
професор, Ю. П. Мамонов, к.т.н., доцент,
НТУУ «КПІ», Київ, Україна**

Київ — столиця і великий мегаполіс, де динамічно розвиваються виробництво, освіта, наука й культура, активно діють численні політичні партії і громадські організації, в діяльності яких у сучасних умовах все більшого значення набувають такі сфери як реклама і зв'язки з громадськістю.

Сучасним процесам суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку України відповідає нагальна ринкова потреба підготовки фахівців з реклами та зв'язків з громадськістю. Український інформаційний ринок, порівняно із західноєвропейським чи американським, ще зовсім молодий. Його зародження і розвиток почався разом із молододою державою. Незмінним попитом на ринку праці користуються фахівці з реклами та PR.

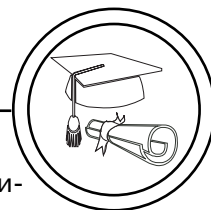
В Києві розташовано та працюють велика кількість поліграфічних підприємств, в тому числі Держане видавництво «Преса України», ТОВ «Новий друк», ЗАТ «ХК „Бліц-Інформ”», Держане підприємство «Поліграфічний комбінат по виготовленню цінних паперів „Україна”», Держане підприємство Міністерства фінансів України «Київська офсетна фабрика», Державний

комбінат «Поліграфічний комбінат „Зоря»», Редакція газети «Вісті» Центральної спілки споживчих товариств України, Банкнуто-монетний двір Національного банку України, ТОВ «Поліграфічні системи», видавництво «Вольф», та багато інших, що є провідними виробниками поліграфічної продукції, в тому числі рекламного спрямування. Швидкими темпами розвивається виробництво та розповсюдження електронних видань і, відповідно, реклами у електронних виданнях. Кількість суб'єктів видавничої справи, що внесені станом на 1 серпня 2008 року до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції та здійснюють діяльність у місті Києві складає 1565 суб'єктів, в той час, як по Україні в цілому — 4132 суб'єкти.

На провідних промислових підприємствах Києва, а також у державних та комерційних установах міста організовано велику кількість відділів реклами та зв'язків з громадськістю. Зростає кількість незалежних рекламних агенцій та видань інформаційно-рекламного змісту.

Інтернет — аудиторія в Україні зростає швидкими темпами і станом на 1 грудня 2009 року

ФАХОВА ПІДГОТОВКА



складає, за різними оцінками, від 8,25 до 10 млн. користувачів. Компанії починають все ширше застосовувати мережеву рекламу. Завдяки таким тенденціям, український ринок мережевої реклами уже кілька років зростає на 50-60 % на рік і становить за 2009 рік близько \$ 30 млн.

Як зазначають представники поліграфічних кіл, зокрема, Державного комітету з телебачення та радіомовлення, Державної акціонерної компанії «Українське видавничо-поліграфічне об'єднання», Асоціації видавців і книгорозповсюджувачів, Громадської організації «Клуб пакувальників України», рекламістам часто не вистачає знань у галузі видавничої справи, поліграфії та електронних видань. Крім того, невідкладних рекламних та PR-заходів потребує українське книговидавництво та книгорозповсюдження.

Все вище означене підтверджує нагальну необхідність відкриття підготовки фахівців напряму «Реклама та зв'язки з громадськістю» на базі Видавничо-поліграфічного інституту НТУУ «КПІ», де зосереджена цілісна система підготовки студентів для видавничої, поліграфічної та книгорозповсюджуючої діяльності.

Актуальність підготовки фахівців напряму «Реклама та зв'язки з громадськістю (у поліграфії, видавництві та книгорозповсюдженні)» визначається декількома факторами:

— потребою суспільства у висококваліфікованих фахівцях цього профілю для роботи з урахуванням сучасних реалій внутрішнього та зовнішнього економіко-політичного і соціального стану України, в тому числі по-

требами поліграфічних підприємств, видавництв, підприємств книгорозповсюдження України;

— спрямованістю на розвиток ідеологічної, політичної, економічної, соціальної, релігійної самобутності України, розвиток українського книговидавництва та книгорозповсюдження та сприяння цим процесам засобами реклами та PR;

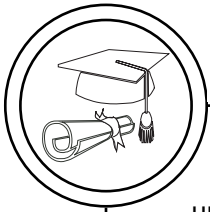
— необхідністю формування громадської думки, сприятливої до української мови, культури, книги.

Завдання вдосконалення фундаментальної наукової та практичної підготовки рекламистів і фахівців із зв'язків з громадськістю, які здатні відповісти, з одного боку, на сучасні виклики духовного, інтелектуального, економіко-політичного розвитку країни, з іншого — бути компетентними в проблемах поліграфії, видавничої справи та книгорозповсюдження, буде вирішуватись при підготовці бакалаврів з напряму «Реклама та зв'язки з громадськістю», що його започатковано у Видавничо-поліграфічному інституті НТУУ «КПІ», якому рішенням Державної акредитаційної комісії МОН України від 17 грудня 2009 року надана ліцензія на підготовку таких фахівців.

Основою підготовки фахівців у галузі реклами і зв'язків з громадськістю є професійні знання з таких питань, як:

1) організація, принципи та види роботи в галузі рекламної діяльності та в галузі зв'язків з громадськістю;

2) видавнича справа, поліграфія, книгорозповсюдження.



ФАХОВА ПІДГОТОВКА

Передбачається, що випускники освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму «Реклама та зв'язки з громадськістю (у поліграфії, видавництві та книгорозповсюдженні)» вмітуть вирішувати такі завдання:

— брати участь в організації рекламної чи PR-кампанії;

— розробляти організаційно-методичні рекомендації з маркетингових досліджень для підготовки рекламного завдання;

— визначати концептуальні основи розвитку рекламної діяльності чи зв'язків з громадськістю на підприємстві;

— працювати над оптимізацією технологій рекламної справи;

— здійснювати інформаційно-комп'ютерне забезпечення рекламної діяльності чи зв'язків з громадськістю;

— розробляти рекламний продукт;

— розробляти й аналізувати технології виробництва реклами, в тому числі друкованої та в електронних виданнях;

— аналізувати і узагальнювати вітчизняні теорії та практики ринкового господарювання для формування розвитку рекламної діяльності, зв'язків з громадськістю.

Випускники освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю (у поліграфії, видавництві та книгорозповсюдженні)» зможуть працювати:

- 1) у рекламних агенціях;
- 2) у друкованих ЗМІ;
- 3) в електронних ЗМІ;
- 4) у видавництвах та друкарнях;
- 5) у дизайнерських студіях;

6) в Інтернет-виданнях;

7) PR-відділах будь-яких державних та комерційних установ;

8) у прес-службах підприємств, фірм, громадських організацій, державних установ, політичних діячів та партій;

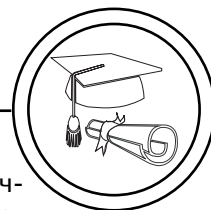
9) спічрайтерами та прес-секретарями керівників громадських, політичних та державних установ;

У цілому, концепція підготовки бакалаврів зі спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю (у поліграфії, видавництві та книгорозповсюдженні)» сприятиме підвищенню фахової спрямованості кадрів у даних галузях. Концепція передбачає, що вся освітня діяльність органічно вписується як повноцінний елемент у державну систему освіти України.

При підготовці бакалаврів напряму 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю (у поліграфії, видавництві та книгорозповсюдженні)» будуть залучені кафедри видавничої справи та редагування, технології поліграфічного виробництва, організації видавничої справи, поліграфії та книгорозповсюдження Видавничо-поліграфічного інституту, а також кафедри НТУУ «КПІ», що викладають дисципліни циклів гуманітарної, соціально-економічної, природничо-наукової та професійно-практичної підготовки.

Відповідно до наявних освітньо-кваліфікаційної характеристики та освітньо-професійної програми підготовки бакалавра з цього напряму, а також створеної у ВПІ варіативної частини ОКХ та ОПП розроблено необхідні навчальні плани, програ-

ФАХОВА ПІДГОТОВКА



ми та інші навчально-методичні матеріали. Студентами нового напрямку будуть вивчатися як дисципліни, що тривалий час на високому професійному рівні викладаються на кафедрі видавничої справи та редагування («Українська мова», «Українська література», «Зарубіжна література», «Практична стилістика», «Риторика» та ін.), так і нові дисципліни журналістського спрямування («Теорія масової комунікації», «Комунікативна логіка», «Теорія та практика реклами та зв'язків з громадськістю», та ін.), а також економічного («Теорія та практика маркетингу», «Основи менеджменту», «Брендинг та брендменеджмент» та ін.), мистецького («Історія мистецтва», «Декоративно-прикладне мистецтво»). Викладачами

кафедри технології поліграфічного виробництва буде забезпечено викладання дисциплін, що дозволять отримати знання в галузі поліграфії — «Видавничо-поліграфічна техніка та технологія», «Технологія оформлення паковань», «Технологія сувенірної продукції». Використання потенціалу кафедр Видавничо-поліграфічного інституту та залучення до навчального процесу викладачів інших факультетів та інститутів НТУУ «КПІ», використання всіх можливостей нашого потужного університету дозволить організувати підготовку бакалаври напрямку 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю (у поліграфії, видавництві та книгорозповсюдженні)» на високому рівні.

Надійшла до редакції 05.03.10