

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Новосибирский государственный технический университет»

Факультет повышения квалификации

СОГЛАСОВАНО

Декан ФПК

 Л.А. Голышкина

«01» марта 2017г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
С.В. Брованов



«01» марта

2017 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ  
«Реклама и связи с общественностью»**

**Руководитель программы профессиональной переподготовки:**

д-р культурологии, к.пед.н.,  
зав.каф. СиМК



Г.Б. Паршукова

**Руководитель подразделения, реализующего программу:**

Декан ФПК, к.фил.н., доцент



Л.А. Голышкина

Новосибирск 2017

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

Программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. N 499 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам». Содержание программы соответствует нормам Трудового кодекса Российской Федерации, нормативным актам РФ.

Программа разработана на основе индустриального стандарта (Индустриальные стандарты /Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)[Электронный ресурс] URL: <http://www.akarussia.ru/about/about>)

**1.1. Цель реализации программы:** повышение уровня профессиональной подготовки специалистов/преподавателей в сфере рекламы и связей с общественностью; формирование способностей к принятию управленческих решений, направленных на планирование и организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; повышение компетентности и профессионализма в области рекламы и связей с общественностью.

### **1.2. Категория обучающихся:**

1. специалисты в области рекламы и связей с общественностью;
2. руководители компаний;
3. профессорско-преподавательский состав направления «Реклама и связи с общественностью».

### **1.3. Требования к уровню подготовки лиц, необходимому для освоения программы (уровень образования)**

Лица, поступающие на обучение, должны иметь высшее или не оконченное высшее образование, имеющие опыт работы в сфере рекламы и связей с общественностью или опыт преподавательской деятельности дисциплин по рекламе и связей с общественностью.

**1.4. Трудоемкость программы: всего 324 часов**, из них 256 аудиторных часов, 66 часов самостоятельной работы слушателя (СРС).

**Сроки освоения программы: 16 учебных недель.**

**1.5. Форма обучения:** очно-заочная.

**1.6. Режим занятий:** 5 дней по 4 учебных часов в день.

**1.7. Выдаваемый документ:** диплом о профессиональной переподготовке.

### **1.8. Планируемые результаты обучения**

Программа направлена на освоение следующих профессиональных (ПК) / общепрофессиональных (ОП) / общекультурных (ОК) компетенций. Разработана на основе ФГОС 3+ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В ходе обучения дать обучающимся теоретические и практические знания в области рекламы и связей с общественностью, результатом получения которых будет совершенствование следующих необходимых для выполнения должностных обязанностей компетенций.

Наименование дисциплин программы	Трудовые функции или профессиональные компетенции	Виды деятельности	Знания	Умения	Практический опыт
Коммуникации в отраслях и сферах	ПК 1.1 способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5)	ВД 1 проектная деятельность	Знать методами реализации проектов	Уметь реализовывать проекты	Владеть методами реализации проектов и способностью их реализации
	ПК 1.2. способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	коммуникационная деятельность	Знать способы и методы в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Уметь обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации организации	Принимать участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации
Визуальные коммуникации	ПК 2.1. способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)	рекламно-информационная деятельность	Знать принципы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции	Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции	Уметь создавать рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
	ПК 2.2 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	коммуникационная деятельность	Знать особенности визуальной коммуникации	Уметь анализировать визуальные образы в системе коммуникации	Уметь анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, представлять визуальные образы
Маркетинг	ПК 3.1 компетенциями организации и проведения маркетинговых	рыночно-исследовательская и прогнозно-	Знать инструменты и способы маркетинго-	Уметь проводить маркетинговые исследования	Уметь создавать программу маркетинговых исследований

	исследований (ПК-9)	аналитическая деятельность	вых исследований	ния	
	ПК 3.2 способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)	рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность	Знать инструменты и правила проведения социологических исследований	Уметь организовывать и проводить социологические исследования	Уметь создавать программу социологических исследований
	ПК 3.4 владением навыками подготовки проектной документации (ПК-4)	проектная деятельность	Знать правила подготовки маркетинговых проектов	Уметь подготавливать проект маркетингового продвижения	Уметь создавать проектную документацию
Брендинг	ПК 4.2 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	коммуникационная деятельность	Знать технологии позиционирования торговой марки и бренда	Уметь анализировать бренд	Уметь проектировать бренд и бренд-коммуникации
	ПК 4.3 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	коммуникационная деятельность	Знать технологию брендинга и бренд-менеджмента	Уметь планировать коммуникационные кампании для бренда	Уметь проектировать коммуникационные кампании для бренда
Поведение потребителей	ПК 5.1. способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5)	проектная деятельность	Знать типы и модели покупательского поведения.	Уметь разработки стратегии маркетинга с учетом поведения потребителей	Владеть навыками применения моделей поведения потребителей в разработке рекламных и PR-кампаний
	ПК 5.2. способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней комму-	коммуникационная деятельность	Знать этапы процесса принятия решения о покупке	Уметь разработки стратегии маркетинга с учетом поведения потребителей	Владеть навыками применения моделей поведения потребителей в разработке рекламных и PR-кампаний

	никации (ПК-6)				
Интегрированные маркетинговые коммуникации	ПК 6.1. владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)	организационно-управленческая деятельность	Знать элементы интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК)	Уметь анализировать и планировать комплекс ИМК	Владеть навыками формирования комплекса ИМК
	ПК 6.2 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	коммуникационная деятельность	Знать требования, стандарты профессиональной коммуникативной деятельности	Уметь исследовать следовательские подходы и научные теории в области рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятия
Медиапланирование	ПК 7.1. владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2)	организационно-управленческая деятельность	Знать критерии оценки эффективности планирования, источники информации для составления медиаплана и формирования отчетности о проведенной кампании	Уметь разрабатывать медиастратегию и обосновывать выбор рекламного носителя; рассчитывать основные показатели медиакампании	Владеть навыками методов работы медиапланера; навыками анализа и рационального выбора распространения рекламы
	ПК 7.2 владением навыками подготовки проектной документации (ПК-4)	проектная деятельность	Знать особенности создания технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Уметь создавать технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт	Владеть навыками создания технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт
Организация работы отделов рекламы и связей с общест-	ПК 8.1 способностью принимать участие в управлении и органи-	организационно-управленческая	Знать особенности работы в отделе рек-	Уметь применять навыки работы в отделе	Способен осуществлять оперативное планирование и опе-

венностью	зации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1)	деятельность	ламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	ративный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
	ПК 8.2. способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7)	коммуникационная деятельность	Знать организационные основы PR и рекламной деятельности	Уметь работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; использовать нормативные правовые документы в профессиональной деятельности; применять методы и технологии рекламы и связей с общественностью	Владеть навыками реализации рекламных и PR-технологий; навыками ситуационного анализа решаемой коммуникативной проблемы

### 1.10. Сфера применения компетенций, полученных после освоения программы

Приобретенные компетенции позволят реализовывать их в следующих видах деятельности: педагогическая, организационно-управленческая, производственно-технологическая.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### 2.1. Учебный план программы профессиональной переподготовки

№ п/п	Наименование модулей и тем	Общая трудоемкость (ч.)	Всего аудиторных часов	В том числе		СРС, ч.	Формы аттестации
				лекции	практич. занятия		
1.	Коммуникации в отраслях и сферах	48	42	20	22	6	экзамен
2	Визуальные коммуникации	24	20	12	8	4	зачет
3	Маркетинг	36	32	16	16	4	зачет
4	Брендинг	36	32	16	16	4	экзамен
5	Поведение потребителей	24	20	12	8	4	зачет
6	Интегрированные маркетинговые коммуникации	36	32	16	16	4	экзамен
7	Медиапланирование	48	42	24	18	6	экзамен
8	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	36	32	16	16	4	зачет
	<b>Итого</b>	<b>288</b>	<b>252</b>	<b>132</b>	<b>120</b>	<b>36</b>	
9	Итоговая аттестация	<b>36</b>			6	30	Защита выпускной работы
	<b>Итого часов по программе</b>	<b>324</b>	<b>252</b>	<b>132</b>	<b>126</b>	<b>66</b>	