



ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГУ)

П Р И К А З

05.04.2019

№ 4464/1

Об утверждении
учебно-методической документации
дополнительной образовательной
программы (шифр В1.2203.*)

В соответствии с приказом первого проректора по учебной, внеучебной и учебно-методической работе от 22.08.2016 № 6372/1 «Об утверждении Регламента создания и реализации дополнительных образовательных программ» (с последующими изменениями и дополнениями)

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить учебно-методическую документацию дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации «Стратегия продаж рекламных, PR и медиауслуг на государственные рынки» (шифр В1.2203.*):
 - 1.1. Компетентностно-ориентированный учебный план (регистрационный номер 19/2203/1) (Приложение №1);
 - 1.2. Календарный учебный график (Приложение №2);
 - 1.3. Общую характеристику (шифр В1.2203.*) (Приложение №3).
 2. Начальнику Управления по связям с общественностью Зайнуллину Т.Т. обеспечить публикацию настоящего приказа на сайте СПбГУ.
 3. За разъяснением содержания настоящего приказа следует обращаться посредством сервиса «Виртуальная приемная» на сайте СПбГУ к начальнику Управления образовательных программ.
 4. Предложения по изменению и/или дополнению настоящего приказа направлять на адрес электронной почты org@spbu.ru.
 5. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.
- Основание: служебная записка директора Центра дополнительных образовательных программ и довузовской подготовки по направлениям журналистика и прикладные коммуникации Петровой М.С. от 20.05.2019 № 04/1-08-43.

Начальник
Управления образовательных программ

М.А. Соловьева

Приложение №1 к приказу
начальника
Управления образовательных программ

от 05.04.2019 № 4464/1

Санкт-Петербургский государственный университет
КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
дополнительной профессиональной образовательной программы

Стратегия продаж рекламных, PR и медиауслуг на государственные рынки
Strategy of Sales Advertising, PR and Mediaservices on the State Markets

подвид программы	<i>ДОП повышения квалификации</i>
позиция в лицензии	<i>Дополнительное профессиональное образование</i>
по профилю (профилям)	<i>Не предусмотрено</i>
Форма обучения:	<i>очная</i>
Язык(и) обучения:	<i>русский</i>

Регистрационный номер учебного плана	19/2203/1
--------------------------------------	-----------

Санкт-Петербург

Раздел 1. Формируемые компетенции

1.1. Компетенции, формируемые в результате освоения дополнительной образовательной программы:

Профиль	Код компетенции	Наименование и (или) описание компетенции
	ДК-1	способен использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
	ДК-2	способен самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности
	ДК-3	способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
	ДК-4	способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
	ДК-5	способен использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов
	ДК-6	способен подготовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)

Раздел 2. Организация обучения и итоговой аттестации

1	2	3	4	5	Число часов аудиторной работы									Число часов самостоятельной работы					20	21
					6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		
Грудобъемность, зачётных единиц	Коды компетенций	Наименование учебной дисциплины, практики, формы научно-исследовательской работы, процедуры аттестации	Виды аттестации	Формы аттестации	Лекции	Семинары	Консультации	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	Коллоквиумы	Текущий контроль	Аттестация	В присутствии преподавателя	Под руководством преподавателя	В т.ч. с использованием учебно-методич. материалов	Текущий контроль	Аттестация	Всего часов контактной работы	Всего часов самостоятельной работы
01 нед. Учётных недель 01																				
Базовая часть периода обучения																				
1	ДК-1, ДК-2, ДК-3, ДК-4, ДК-5, ДК-6	[058168] Стратегия продаж рекламных, PR и медиауслуг на государственные рынки Strategy of sales advertising, PR and media services on the state markets	итоговая аттестация	итоговый экзамен	14	0	0	8	0	0	0	0	2	0	0	32	0	0	24	32
Вариативная часть периода обучения																				
Не предусмотрено																				

Приложение №2 к приказу
начальника
Управления образовательных программ

от 05.04.2019 № 4464/1

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
дополнительной профессиональной образовательной программы
«Стратегия продаж рекламных, PR и медиауслуг на государственные рынки»
Шифр образовательной программы шифр В1.2203.*

Вариант реализации 1

№ п/п	Вид учебной работы	Продолжительность, в днях
1	Учебные занятия	3
2	Итоговая аттестация	1

Приложение №3 к приказу
начальника
Управления образовательных программ

от 05.04.2019 № 4464/1

Санкт-Петербургский государственный университет
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
дополнительной профессиональной образовательной программы

Стратегия продаж рекламных, PR и медиауслуг на государственные рынки
Strategy of Sales Advertising, PR and Mediaservices on the State Markets

Шифр образовательной программы В1.2203.*

подвид программы	<i>ДОП повышения квалификации</i>
позиция в лицензии	<i>Дополнительное профессиональное образование</i>
по профилю (профилям)	<i>Не предусмотрено</i>
Форма обучения:	<i>очная</i>
Язык(и) обучения:	<i>русский</i>
Срок(и) обучения:	<i>1 учетная неделя</i>

Раздел 1. Общая информация об образовательной программе

Основной целью данной программы является формирование комплексных теоретических и прикладных знаний в области стратегического управления реализацией коммуникационных услуг (рекламной, PR, медиасферы) на государственные рынки, знакомство с основами прокьюрента в области государственных и муниципальных закупок, организацией участия в государственных закупках рекламных, PR, медиауслуг.

Задачи курса:

- дать общее представление о стратегическом планировании продаж коммуникационных услуг на государственные рынки;
- показать особенности реализации коммуникационных услуг на государственных рынках;
- выявить организационные этапы участия в государственных и муниципальных закупках рекламных, PR, медиауслуг;
- познакомить с работой на электронных торговых площадках;
- развить навыки составления заявки на участие в конкурсных и аукционных процедурах, процедурах запроса котировок и запроса предложений, участия в закупках с единственным источником.

Целевая аудитория программы - лица, имеющие или получающие диплом о высшем образовании (бакалавра, специалиста, магистра), среднем профессиональном образовании, желающие повысить квалификацию в рамках имеющейся, необходимой для профессиональной деятельности специалистов в организациях, являющихся исполнителями рекламных, PR, медиауслуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

1.2. Компетенции, формируемые в результате освоения дополнительной образовательной программы:

Код компетенции	Наименование и (или) описание компетенции
ДК-1	способен использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ДК-2	способен самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности
ДК-3	способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
ДК-4	способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
ДК-5	способен использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов
ДК-6	способен подготовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)

1.3. Требования к профессорско-преподавательскому составу, необходимому для реализации образовательной программы:

К проведению занятий привлекаются преподаватели, имеющие ученую степень и/или ученое звание, имеющие опыт планирования и организации учебного процесса, а также преподаватели-практики, ведущие специалисты в области стратегических коммуникаций и государственных и муниципальных закупок.

1.4. Условия реализации, делающие ДОП уникальной или дающие дополнительные конкурентные преимущества на рынке образовательных услуг:

Достоинством программы является то, что она построена на принципах интерактивности: включает активное участие в дискуссиях, критическое отношение к получаемой информации, умение и желание задавать вопросы для преодоления выявляемых противоречий, использование интернет-технологий для участия в электронных процедурах на электронных торговых площадках.

1.5. Возможные модели особенности реализации (параллельное, дистанционное, электронное обучение, сетевая форма обучения и др., если есть): параллельное обучение.

Раздел 2. Таблица соответствия действующих профессиональных стандартов направлению подготовки

Код профессионального стандарта по классификации Минтруда	Область профессиональной деятельности	Вид профессиональной деятельности	Наименование профессионального стандарта (с последующими изменениями и дополнениями)
08.026	Финансы и экономика	Деятельность по осуществлению, контролю и управлению закупками для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Специалист в сфере закупок
08.024	Финансы и экономика	Экспертиза и консультирование при осуществлении закупок для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Эксперт в сфере закупок