



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

## П Р И К А З

16.07.2019

№ 4684/1

Об утверждении  
учебно-методической документации  
дополнительной образовательной  
программы (шифр В1.1073.\*)

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 профессиональной переподготовки «Реклама и связи с общественностью» (шифр В1.1073.\*):
  - 1.1. Компетентностно-ориентированный учебный план (регистрационный номер 19/1073/1) (Приложение №1);
  - 1.2. Календарный учебный график (Приложение №2);
  - 1.3. Общую характеристику (шифр В1.1073.\*) (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](mailto: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, выписка из протокола заседания Учебно-методической комиссии по УГСН «СМИ и информационно-библиотечное дело» от 04.07.2019 № 06/42-03-7-13.

И.о. Начальника  
Управления образовательных программ

16.07.2019

Б.Т. Захарова  
М.А. Соловьёва

Приложение №1 к приказу  
начальника  
Управления образовательных программ

от 16.04.2019 № 4684/1

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

*Реклама и связи с общественностью*  
*Advertising and public relations*

<b>подвид программы</b>	<i>ДОП профессиональной переподготовки</i>
<b>позиция в лицензии</b>	<i>Дополнительное профессиональное образование</i>
<b>по профилю (профилям)</b>	<i>Не предусмотрено</i>
<b>форма обучения:</b>	<i>очная</i>
<b>язык(и) обучения:</b>	<i>русский</i>

Регистрационный номер учебного плана	19/1073/1
--------------------------------------	-----------

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 совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень
	ДК-2	способен к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности
	ДК-3	способен использовать на практике умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ
	ДК-4	способен использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
	ДК-5	способен к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
	ДК-6	способен использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы
	ДК-7	способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
	ДК-8	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-9	способен к профессиональной эксплуатации современного оборудования и приборов
	ДК-10	способен планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
	ДК-11	способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
	ДК-12	способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
	ДК-13	способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
	ДК-14	способен к выработке нестандартных решений
	ДК-15	способен разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов
	ДК-16	способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
	ДК-17	способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
	ДК-18	способен использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов
	ДК-19	способен интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции
	ДК-20	способен реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности

	ДК-21	способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры
	ДК-22	способен организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
	ДК-23	способен создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
	ДК-24	способен организовать и провести маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции
	ДК-25	способен к медиапланированию
	ДК-26	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

Групоёмкость, зачётных единиц	Коды компетенций	Наименование учебной дисциплины, практики, формы научно-исследовательской работы, процедуры аттестации	Виды аттестации	Формы аттестации	Число часов аудиторной работы										Число часов самостоятельной работы					Всего часов контактной работы	Всего часов самостоятельной работы
					Лекции	Семинары	Консультации	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	Кolloквиумы	Текущий контроль	Аттестация	В присутствии преподавателя	Под руководством преподавателя	В т.ч. с использованием учебно-методич. материалов	Текущий контроль	Аттестация			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
<b>32 нед. Учётных недель 32</b>																					
<b>Базовая часть периода обучения</b>																					
1	ДК-9, ДК-10, ДК-26	[035650] Медиапланирование Media Planning	промежуточная аттестация	зачёт	4	0	0	6	0	0	0	0	2	0	0	24	0	0	12	24	
1	ДК-3, ДК-6, ДК-8, ДК-14, ДК-15, ДК-18, ДК-20, ДК-21, ДК-25, ДК-26	[055968] Итоговая аттестационная работа Final attestation work	итоговая аттестация	защита выпускной работы	0	0	0	0	0	0	0	0	12	3	3	18	0	0	18	18	
1	ДК-2, ДК-3, ДК-14, ДК-15, ДК-20	[035643] Теория и практика подготовки выпускной квалификационной работы Qualification Research Theory and Practice	промежуточная аттестация	зачёт	6	0	0	4	0	0	0	0	6	0	0	24	0	0	12	24	
1	ДК-10, ДК-14, ДК-22	[035651] Основы брендинга Basics of Branding	промежуточная аттестация	зачёт	8	0	0	10	0	0	0	0	2	0	0	16	0	0	20	16	
1	ДК-12, ДК-	[035645] Методика и техника	промежуто	зачёт	6	0	0	8	0	0	0	0	2	0	0	20	0	0	16	20	

	17, ДК-22	социологических исследований Research Methods and Techniques in Social Science	чная аттестация																	
1	ДК-1, ДК-7, ДК-8, ДК-9	[035639] Интернет-технологии в рекламной и PR-деятельности Internet Technologies in Advertisement and PR	промежуто чная аттестация	зачёт	8	0	0	10	0	0	0	0	2	0	0	16	0	0	20	16
1	ДК-4, ДК-10, ДК-12	[035646] Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью Legal Regulation of Advertising and PR	промежуто чная аттестация	зачёт	6	0	0	8	0	0	0	0	2	0	0	20	0	0	16	20
2	ДК-2, ДК-6, ДК-23	[035652] Рекламные коммуникации Advertising Communication	промежуто чная аттестация	экзамен	12	0	0	6	0	0	0	0	2	0	0	52	0	0	20	52
2	ДК-11, ДК- 12, ДК-21, ДК-26	[035653] Организация и проведение рекламных и PR-кампаний Management of PR and Advertising Campaigns	промежуто чная аттестация	зачёт	8	0	0	10	0	0	0	0	2	0	0	52	0	0	20	52
1	ДК-1, ДК-5, ДК-24	[055962] Печатная рекламная коммуникация Printed advertising communication	промежуто чная аттестация	зачёт	10	0	0	4	0	0	0	0	2	0	0	20	0	0	16	20
2	ДК-11, ДК- 13, ДК-14, ДК-15, ДК- 17, ДК-26	[035655] Разработка рекламного и PR- продукта Elaboration of the Advertising and PR Product	промежуто чная аттестация	экзамен	8	0	0	14	0	0	0	0	2	0	0	48	0	0	24	48
1	ДК-1, ДК-14, ДК-26	[035657] Основы копирайтинга Basics of Copywriting	промежуто чная аттестация	зачёт	8	0	0	6	0	0	0	0	2	0	0	20	0	0	16	20
2	ДК-2, ДК-4, ДК-13, ДК- 21	[055966] Основы рекламной деятельности Basics of Advertising	промежуто чная аттестация	экзамен	10	0	0	8	0	0	0	0	2	0	0	52	0	0	20	52
1	ДК-9, ДК-14, ДК-24	[035641] Технологии мультимедиа презентаций Technologies of Multimedia Presentations	промежуто чная аттестация	зачёт	4	0	0	12	0	0	0	0	2	0	0	18	0	0	18	18
1	ДК-2, ДК-3, ДК-14, ДК- 15, ДК-20	[039081] Подготовка выпускной работы ДОП "Реклама и связи с общественностью" Preparation of the Exhaust Work 'Advertising and PR'	промежуто чная аттестация	зачёт	0	0	0	6	0	0	0	0	2	0	0	28	0	0	8	28
2	ДК-1, ДК-6, ДК-12, ДК-	[055967] Основы теории и практики связей с общественностью в бизнесе	промежуто чная	экзамен	10	0	0	8	0	0	0	0	2	0	0	52	0	0	20	52

	20	Fundamentals of PR Theory and Practice in business	аттестация																	
1	ДК-11, ДК-21, ДК-23	[035654] Психология восприятия рекламного и PR- продукта Psychology of Advertising and PR Products Perception	промежуточная аттестация	зачёт	8	0	0	6	0	0	0	0	2	0	0	20	0	0	16	20
2	ДК-2, ДК-6, ДК-15	[035642] Основы интегрированных коммуникаций Fundamentals of Integrated Communications	промежуточная аттестация	экзамен	8	0	0	10	0	0	0	0	2	0	0	52	0	0	20	52
<b>Вариативная часть периода обучения</b>																				
<b>Не предусмотрено</b>																				

Приложение №2 к приказу  
начальника  
Управления образовательных программ

от 16.04.2019 № 7684/1

**КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК**  
дополнительной профессиональной образовательной программы  
**«Реклама и связи с общественностью»**  
Шифр образовательной программы шифр В1.1073.\*

**Вариант реализации 1**

№ п/п	Вид учебной работы	Продолжительность, в днях
1	Учебные занятия	191
2	Итоговая аттестация	1



Приложение №3 к приказу  
начальника  
Управления образовательных программ

от 16.04.2019 № 4684/1

**Санкт-Петербургский государственный университет**  
**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**  
**дополнительной профессиональной образовательной программы**

*Реклама и связи с общественностью*  
*Advertising and public relations*

**Шифр образовательной программы В1.1073.\***

**подвид программы**  
**позиция в лицензии**

*ДОП профессиональной переподготовки*  
*Дополнительное профессиональное*  
*образование*

по профилю (профилям)

*Не предусмотрено*

**Форма обучения:**

*очная*

**Язык(и) обучения:**

*русский*

**Срок(и) обучения:**

*32 учетные недели*

## Раздел 1. Общая информация об образовательной программе

### 1.1. Цель (аннотация, миссия) ДОП:

Основной целью данной программы в рамках ДОП СПбГУ является формирование комплексных теоретических и прикладных знаний в области рекламы и связей с общественностью, знакомство с основами организации рекламной деятельности и связей с общественностью, современной концепцией интегрированных маркетинговых коммуникаций, особенностями организации и деятельности современных коммуникационных агентств. Программа ориентирована на слушателей, имеющих диплом о высшем образовании (бакалавра, специалиста, магистра).

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

Код компетенции	Наименование и (или) описание компетенции
ДК-1	способен совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень
ДК-2	способен к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности
ДК-3	способен использовать на практике умения и навыки в организации исследовательских и проектных работ
ДК-4	способен использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ДК-5	способен к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
ДК-6	способен использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы
ДК-7	способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
ДК-8	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-9	способен к профессиональной эксплуатации современного оборудования и приборов
ДК-10	способен планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
ДК-11	способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность
ДК-12	способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий
ДК-13	способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью
ДК-14	способен к выработке нестандартных решений
ДК-15	способен разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов
ДК-16	способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
ДК-17	способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ДК-18	способен использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов
ДК-19	способен интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать

	принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции
ДК-20	способен реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности
ДК-21	способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры
ДК-22	способен организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ДК-23	способен создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
ДК-24	способен организовать и провести маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции
ДК-25	способен к медиапланированию
ДК-26	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.

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

Несомненным 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.

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

**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)
Профессиональные стандарты не утверждены	Бизнес, политика и государственное управление, социально-досуговая сфера	Рекламно-информационная; консалтинговая; рекламно-производственная.	Профессиональные стандарты не утверждены