



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

П Р И К А З

02.08.2024

№ 10814/1

Об утверждении
учебно-методической документации
дополнительной образовательной
программы (шифр В1.2203.*)
на 2024/2025 учебный год

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 образовательной программы повышения квалификации «Стратегия продаж рекламных, PR и медиауслуг на государственные рынки» (шифр В1.2203.*) на 2024/2025 учебный год:

1.1. Компетентностно-ориентированный учебный план (регистрационный номер 24/2203/1) (Приложение № 1);

1.2. Календарный учебный график (Приложение № 2);

1.3. Общую характеристику (шифр В1.2203.*) (Приложение № 3).

2. Начальнику Управления маркетинга и медиакоммуникаций Шишмакову Д. Э. обеспечить размещение настоящего приказа на сайте СПбГУ не позднее одного рабочего дня с даты издания настоящего приказа.

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 прикладная коммуникация Дулас В. В. от 20.06.2024 № 05/1/24-06-52.

И.о. Начальника
Управления образовательных программ

М. А. Соловьёва
И.о. Начальника
02.08.2024

Приложение № 1

УТВЕРЖДЕН

приказом начальника

Управления образовательных программ

от 02.08.2024 № 10814/1

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

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

подвид программы
позиция в лицензии
по профилю (профилям)
форма обучения:
язык(и) обучения:

ДОП повышения квалификации
Дополнительное профессиональное образование
Не предусмотрено
очная
русский

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| Регистрационный номер учебного плана | 24/2203/1 |
|--------------------------------------|-----------|

Санкт-Петербург

Раздел 1. Формируемые компетенции

1.1. 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.) |

Раздел 2. Организация обучения и итоговой аттестации

| Трудоёмкость, 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 | Коллоквиумы | 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 |
| 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

УТВЕРЖДЕН

приказом начальника

Управления образовательных программ

от 02.08.2024 № 10814/1

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК
дополнительной 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

УТВЕРЖДЕНА

приказом начальника

Управления образовательных программ

от 02.08.2024 № 10814/1

Санкт-Петербургский государственный университет
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
дополнительной 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
позиция в лицензии
по профилю (профилям)

Форма обучения:

Язык(и) обучения:

Срок(и) обучения:

ДОП повышения квалификации
Дополнительное профессиональное образование

Не предусмотрено

очная

русский

1 учетная неделя

Раздел 1. Общая информация об образовательной программе

1. Цель (аннотация/миссия) ДОП:

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 прокьюремета 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.

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.) |

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.

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.

5. Возможные модели особенности реализации: параллельное обучение.

Формат реализации: аудиторный.

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) |
|---|---------------------------------------|--|--|
| 08.024 | Финансы и экономика | Экспертиза и консультирование при осуществлении закупок для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд | Эксперт в сфере закупок |
| 08.026 | Финансы и экономика | Деятельность по осуществлению, контролю и управлению закупками для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд | Специалист в сфере закупок |