



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

## П Р И К А З

17.11.2017

№ 11382/1

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 по дополнительной профессиональной образовательной программе профессиональной переподготовки «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», (шифр В1.1073.\*):
  - 1.1. Компетентностно-ориентированный учебный план (регистрационный номер 17/1073/1) (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.
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 20.06.2017 № 04/1-08-33, выписка из протокола № 06/100-04-13 заочного голосования учебно-методической комиссии Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» от 08.11.2017.

Проректор по  
учебно-методической работе

М.Ю. Лаврикова

Приложение №1 к приказу проректора  
по учебно-методической работе

от 17.11.2017 № 11382/1

**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 направлению (специальности)</b>	<i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</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	17/1073/1
--------------------------------------	-----------

Санкт-Петербург

## Раздел 1. Формируемые компетенции

### 1.1. Компетенции, формируемые в результате освоения 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	умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
	ДК-5	стремится к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
	ДК-6	использует 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	обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
	ДК-24	обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции
	ДК-25	обладает базовыми навыками медиапланирования
	ДК-26	владеет навыками подготовки проектной документации (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 контакт- ной работы	Число часов самосто- ятельной работы
<b>Базовая часть периода обучения</b>						
1	ДК-1, ДК-14, ДК-26	[035657] Основы копирайтинга Basics of Copywriting	промежуточная	зачёт	16	20
2	ДК-2, ДК-6, ДК-23	[035652] Рекламные коммуникации Advertising Communication	промежуточная	экзамен	20	52
2	ДК-1, ДК-6, ДК-12, ДК-20	[055967] Основы теории и практики связей с общественностью в бизнесе Fundamentals of PR Theory and Practice in business	промежуточная	экзамен	20	52
1	ДК-1, ДК-5, ДК-24	[055962] Печатная рекламная коммуникация Printed advertising communication	промежуточная	зачёт	16	20
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	зачёт	12	24
1	ДК-9, ДК-14, ДК-24	[035641] Технологии мультимедиа презентаций Technologies of Multimedia Presentations	промежуточная	зачёт	18	18
1	ДК-11, ДК- 21, ДК-23	[035654] Психология восприятия рекламного и PR- продукта Psychology of Advertising and PR Products Perception	промежуточная	зачёт	16	20
1	ДК-12, ДК- 17, ДК-22	[035645] Методика и техника социологических исследований Research Methods and Techniques in Social Science	промежуточная	зачёт	16	20
1	ДК-1, ДК-7, ДК-8, ДК-9	[035639] Интернет-технологии в рекламной и PR-деятельности Internet Technologies in Advertisement and PR	промежуточная	зачёт	20	16
2	ДК-2, ДК-6, ДК-15	[035642] Основы интегрированных коммуникаций Fundamentals of Integrated Communications	промежуточная	экзамен	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	промежуточная	зачёт	20	52
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	промежуточная	экзамен	24	48
1	ДК-4, ДК-10,	[035646] Правовое регулирование	промежуточная	зачёт	16	20

	ДК-12	рекламной деятельности и связей с общественностью Legal Regulation of Advertising and PR				
1	ДК-9, ДК-10, ДК-26	[035650] Медиапланирование Media Planning	промежуточная	зачёт	12	24
2	ДК-2, ДК-4, ДК-13, ДК-21	[055966] Основы рекламной деятельности Basics of Advertising	промежуточная	экзамен	20	52
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	защита выпускной работы	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'	промежуточная	зачёт	8	28
1	ДК-10, ДК-14, ДК-22	[035651] Основы брендинга Basics of Branding	промежуточная	зачёт	20	16

Приложение №2 к приказу проректора  
по учебно-методической работе

от 14.11.2017 № 11382/1

**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	281
2	Итоговая аттестация	1

Приложение №3 к приказу проректора  
по учебно-методической работе

от 17.11.2014 № 11382/1

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

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

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

<b>подвид программы</b>	<i>ДОП профессиональной переподготовки</i>
<b>позиция в лицензии</b>	<i>Дополнительное профессиональное образование</i>
<b>по направлению (специальности)</b>	<i>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</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>
<b>Срок(и) обучения:</b>	<i>32 учетные недели</i>

## 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	умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ДК-5	стремится к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
ДК-6	использует 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	обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
ДК-24	обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции
ДК-25	обладает базовыми навыками медиапланирования
ДК-26	владеет навыками подготовки проектной документации (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:

Мониторинг образовательных услуг, предоставляемых высшими учебными заведениями Санкт-Петербурга, позволяет сделать вывод, что аналоги такой дополнительной программы отсутствуют в регионе. Несомненным достоинством программы является и 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.

## **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.	-