

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ГОРОДА МОСКВЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТР ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КВАЛИФИКАЦИЙ И СОДЕЙСТВИЯ  
ТРУДОУСТРОЙСТВУ «ПРОФЕССИОНАЛ»**

**ПРОГРАММА**

повышения квалификации (дополнительное профессиональное образование)

**«Современные технологии PR»**

(контактное обучение в электронной информационно-образовательной среде)

(наименование программы)

**Цель:** получение компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью

**Планируемые результаты обучения:** формирование умений и практических навыков организации связей с общественностью

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**Категория обучающихся:** граждане, направленные органами службы занятости  
**Форма обучения:** очно-заочная с использованием дистанционных образовательных технологий

**Минимальный уровень образования принимаемых на обучение:** среднее профессиональное образование (с навыками работы на персональном компьютере)  
**Недельная нагрузка:** 40 часов

**Режим занятий:** 5 дней в неделю по 8 часов

**Продолжительность обучения:** 3,5 недели

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			Очное обучение	Заочное обучение		
				теорет. занятия	практ. занятия	
1.	Коммуникационная политика и коммуникационные стратегии организации	16	—	10	6	
2.	Исследовательские и аналитические инструменты связей с общественностью	24	—	10	14	зачет
3.	Работа со СМИ	24	—	8	16	зачет
4.	Планирование, организация и проведение коммуникационной кампании. Event-менеджмент	32	—	10	22	зачет
5.	Устные и письменные коммуникации в связях с общественностью	24	—	8	16	зачет
6.	Интернет-коммуникации	16	—	4	12	зачет
7.	Антикризисные коммуникации	2	2	—	—	
8.	Итоговая аттестация	6	6	—	—	защита выпускной работы*
	<b>Итого:</b>	<b>144</b>	<b>8</b>	<b>50</b>	<b>86</b>	

\* Защита выпускной работы проводится на заседании аттестационной комиссии в составе трех человек

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа «Современные технологии PR» предназначена для повышения квалификации граждан, направленных на обучение органами службы занятости в ГБОУ ДПО Центр «Профессионал».

**На обучение принимаются лица, имеющие образование не ниже среднего профессионального, с навыками работы на персональном компьютере.**

**Слушатели, принятые на обучение по очно-заочной форме с использованием дистанционных образовательных технологий, должны иметь персональный компьютер с выходом в сеть «Интернет».**

**Настоящая программа рекомендуется для лиц – уверенных пользователей персонального компьютера и сети Интернет, имеющих образование и/или опыт работы в продажах, маркетинге, рекламе, связях с общественностью.**

Цель обучения – получение компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью.

Программа разработана на основании профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н с учетом квалификационных требований, установленных Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих, утвержденным Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37 по должности «Менеджер по связям с общественностью».

Учебный план повышения квалификации, рассчитанный на 144 часа, включая время, отведенное на итоговую аттестацию, включает 7 учебных дисциплин, состав и последовательность которых устанавливается исходя из цели обучения и логики освоения учебного материала.

Организация учебного процесса предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: теоретические занятия, практические занятия, онлайн-лекции, вебинары и другие виды, определенные учебным планом. Заочные занятия проводятся в формате онлайн-лекций и вебинаров. В электронной информационно-образовательной среде ГБОУ ДПО Центр «Профессионал» слушатели самостоятельно изучают материалы (презентации, нормативные документы и пр.), а также выполняют задания, размещенные на электронных ресурсах учебного центра, в удобном для себя месте, имеющем необходимые условия для занятий (персональный компьютер с выходом в сеть «Интернет»).

На очное обучение, организуемое в специализированных учебных кабинетах ГБОУ ДПО Центр «Профессионал», в учебном плане отводится 8 часов, что составляет 1 день.

По каждой дисциплине разработаны различные виды контроля знаний и умений, а также разработаны комплексные задания для проведения итоговой аттестации, что позволяет выявить степень подготовки слушателя к профессиональной деятельности.

Освоение программы «Современные технологии PR» завершается итоговой аттестацией в форме защиты выпускной работы.

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

Выпускники могут в дальнейшем осуществлять профессиональную деятельность в сфере связей с общественностью на предприятиях среднего и малого бизнеса, а также в различных учреждениях.

**ПЕРЕЧЕНЬ НОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ,  
ФОРМИРУЮЩИХСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Современные технологии PR»,  
**должен знать:**

- инструменты исследования и анализа связей с общественностью;
- основные средства и элементы коммуникационной стратегии организации;
- методы работы в кризисных ситуациях.

Слушатель, успешно освоивший программу курса «Современные технологии PR»,  
**должен уметь:**

- разрабатывать коммуникационную политику организации;
- взаимодействовать со СМИ;
- создавать и редактировать тексты для связей с общественностью;
- организовывать PR-мероприятия.

## **Возможные наименования должности у работодателей города Москвы**

Менеджер/специалист по PR, PR-координатор

### **Компетенции, наиболее востребованные работодателями города Москвы**

- выбор СМИ, коммуникации со СМИ, формирование и расширение пула лояльных СМИ;
- написание текстов для PR (пресс-релизы, статьи, новости и др.);
- Event (организация своих мероприятий (пресс-конференций, брифингов, пресс-ланчей, пресс-туров, интервью сотрудников и др.), организация мероприятий с партнерами, организация участия в сторонних мероприятиях);
- мониторинг информационного поля, анализ информационного потока, анализ поведения конкурентов, анализ медиаполя;
- PR в сети Интернет;
- презентация и популяризация новых направлений, продуктов, услуг, бренда;
- коммуникации с партнерами и спонсорами;
- участие в разработке коммуникационной стратегии, PR – проекты – разработка и осуществление, медиапланирование.