

**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»

(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: 38 часов

Режим занятий: 5-6 дней в неделю по 6-8 часов (3-4 дня – очное обучение, 1-2 дня – заочное обучение)

Продолжительность обучения: 3,5 недели

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Всего, час.	В том числе			Форма контроля
			очное обучение теорет. занятия	практик. занятия	заочное обучение	
1.	Коммуникационная политика и коммуникационные стратегии организации	16	10	6	-	
2.	Исследовательские и аналитические инструменты связей с общественностью	24	2	14	8	зачет (очно)
3.	Работа со СМИ	24	-	16	8	зачет (очно)
4.	Планирование, организация и проведение коммуникационной кампании. Event-менеджмент	32	-	16	16	зачет (очно)
5.	Устные и письменные коммуникации в связях с общественностью	24	-	8	16	зачет (очно)
6.	Интернет-коммуникации	16	4	12	-	зачет (очно)
7.	Антикризисные коммуникации	8	-	-	8	
8.	Итоговая аттестация	6	-	6	-	защита выпускной работы*
Итого:		150	16	78	56	

* Защита выпускной работы проводится на заседании 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.

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

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

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 150 часов, включая время, отведенное на итоговую аттестацию, включает 7 учебных дисциплин, состав и последовательность которых устанавливается исходя из цели обучения и логики освоения учебного материала.

Заочно слушатели самостоятельно изучают материал (лекции, презентации, нормативные документы) и выполняют задания, размещенные в системе дистанционного обучения учебного центра, в удобном для себя месте, имеющем необходимые условия для занятий (персональный компьютер с выходом в сеть Интернет).

На очное обучение в учебном плане отводится 94 часа, что составляет 12 дней.

Организация учебного процесса предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: теоретические занятия, практические занятия, деловые игры и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом. Занятия проводятся в специализированных учебных кабинетах ГБОУ ДПО Центр «Профессионал» с использованием интерактивных досок, компьютеров с выходом в Интернет, мультимедийных проекторов, а также современного программного обеспечения.

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

Также компетенция востребована в должности маркетолог

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.