

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью»;
- приказ Минтруда России от 08.09.2014 № 629н «Об утверждении профессионального стандарта " Специалист по информационным ресурсам "» (Зарегистрировано в Минюсте России 24.09.2015 № 38993);
- положение ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского» П 1.61.04 – 2016 «Положение о разработке дополнительной профессиональной программы».

Программа разработана на основе профессионального стандарта:

«Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по информационным ресурсам"» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. №629н).

1.2. Вид профессиональной деятельности и (или) квалификация:

- Создание и управление информационными ресурсами.

1.3. Область применения программы

Настоящая программа предназначена для подготовки

- специалистов, ведущих профессиональную деятельность в сферах рекламы и связей с общественностью.

1.4. Требования к слушателям (категории слушателей): категории лиц (должностей), на подготовку которых рассчитана программа:

- специалисты со средним профессиональным и высшим образованием.

1.5. Цель и планируемые результаты освоения программы

1.5.1. Цель и планируемые результаты обучения:

- формирование профессиональных компетенций слушателей в области рекламы и связей с общественностью.

1.5.2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Выпускник готовится к следующим видам деятельности:

- организационно-управленческая, коммуникационная.

1.5.3. Планируемые результаты обучения

Выпускник должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими следующим видам деятельности:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	Организационно-управленческая
ПК 1.1.	- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб по связям с общественностью фирмы и организации
ПК 1.2.	- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе
ВД 2	Коммуникационная
ПК 2.1.	- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации

1.6. Форма обучения – очная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Режим занятий: 36 часов в неделю, включая все виды учебной работы слушателя, в соответствии с графиком обучения. Возможны аудиторные занятия, которые будут проводиться в течение 1 недели в начале обучения и 1 недели в конце обучения.

1.7. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы - диплом о профессиональной переподготовке.

2.1. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Таблица 1

№ пп	Наименование модулей/дисциплин	Всего, час.	В том числе:			Форма промежуточн ой/итоговой аттестации
			Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные работы, выездные занятия)	Самосто ятельная работа	
ОПМ	Общепрофессиональные модули	146	62		84	
1	Модуль 1. Основы маркетинга	74	32		42	Зачет
2	Модуль 2. Психология делового общения	72	30		42	Зачет
СМ	Специальные модули	336	104		232	
1	Модуль 3. Современная теория коммуникации	58	18		52	Зачет
2	Модуль 4. Теория и практика связей с общественностью	150	36		114	Зачет
3	Модуль 5. Теория и практика рекламы	84	26		58	Зачет
4	Модуль 6. Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью	54	14		40	Зачет
7	Итоговая аттестация					Междисцип линарный экзамен
Итого		504	156		348	

