

**Аннотация к дополнительной профессиональной программе повышения
квалификации
«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR-МЕНЕДЖЕР)»**

Целевая аудитория:

пресс-секретари, сотрудники пресс-центров, пресс-служб, специалисты по связям со СМИ и общественностью крупных корпораций, региональных и муниципальных органов власти, руководители комитетов, департаментов и отделов по связям с общественностью, по информационной политике, по работе со СМИ и все заинтересованные специалисты.

Цель программы:

получение системных знаний о PR процессе и способах его управления, необходимых для повышения эффективности коммуникационной политики местных органов власти, государственных и муниципальных учреждений, крупных корпораций.

Требования к результатам освоения программы

Слушатель в результате освоения программы должен выполнять следующие трудовые функции:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

Слушатель в результате освоения программы должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Слушатель в результате освоения программы должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

– владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

– владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

– способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

– способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

– способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

– способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

– способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

– способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

– способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

– способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

– владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

– способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Содержание программы

Программа повышения квалификации включает следующие дисциплины:

Основы коммуникации в связях с общественностью.

Воздействие средств коммуникации на процесс становления и развития «public relations».

Организация работы PR – подразделения.

Психология делового общения и бизнес-этикет

Взаимодействие со СМИ.

Срок обучения: 72 часа.

Форма обучения: очно-заочная с использованием Интернет технологий.

Режим занятий: 6-8 часов в день.

Дата начала занятий: по мере комплектования групп.

Выдаваемый документ: удостоверение о повышении квалификации.