

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 19.12.2022 14:47:27
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583007167570004a030281013ca91d2

ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа «Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях»

Образовательная программа реализуется в соответствии с образовательным (базовым) стандартом Академии 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (далее – Академия), утвержденным приказом ректора Академии от 04.06.2019 № 01-4074 по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России № 512 от 08.06.2017 (зарег. в Минюсте № 47220 от 22.06.2017).

Профессиональная деятельность, к выполнению которой будет готов выпускник

Программа бакалавриата направлена на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности, соответствующей требованиям профессиональных стандартов:

- «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (код 06.009);
- «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации» (код 11.005);
- «Специалист по информационным ресурсам» (код 06.013).

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых могут осуществлять профессиональную деятельность выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);
- средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);
- сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

1

При освоении образовательной программы обучающийся готовится к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- проектный;
- маркетинговый;
- технологический.

В процессе обучения формируются такие трудовые навыки, как:

- оперативное планирование и контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;
- проведение мероприятий по повышению имиджа организации;
- продвижение товаров и услуг фирмы на рынке;
- организация и проведение маркетинговых исследований;
- подготовка рекламной продукции (текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы) в рамках традиционных и современных средств рекламы;

- управление работой рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

Профессиональная деятельность выпускников направлена на коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии пропаганды конкретных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде, общественное мнение.

Выпускники могут трудоустроиться как специалисты служб рекламы, PR-агентств, медиаагентств на такие должности, как:

- Специалист по рекламе и PR
- Пресс-секретарь
- Бренд-менеджер
- Менеджер по рекламе
- SMM-специалист
- Контент-маркетолог
- Специалист по контекстной рекламе
- PR-менеджер
- Event-менеджер

Цифровые навыки, которыми будет владеть выпускник:

- мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации;
- просмотр веб-страницы сайта, контроль качества текстов и их отображения, определение необходимости редакторской и корректорской обработки;
- адаптирование текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации;
- размещение новостей и настройка их отображение на сайте и в социальных сетях, контроль правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспотинга;
- ведение новостных лент и представительств в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций;
- модерация обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях.

Форма обучения и соответствующий ей срок реализации программы, возможности и условия сокращения периода обучения: очная форма, 4 года.

Объем программы – 240 з.е. (по 60 з.е. на каждый год обучения). Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год при ускоренном обучении, – не более 80 з.е.

Уникальность образовательной программы

Начиная с первого курса студенты работают над коллективными проектами во всероссийских конкурсах «Культурный метод», «Социальный код», «Земля героев» и «Во все книжные».

Руководитель образовательной программы – Гришанин Никита Владимирович, к. культурологии, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

Партнер образовательной программы

Базы практик:

- пресс-службы и PR-департаменты органов государственной власти и местного самоуправления;
- информационные агентства, теле- и радиокomпании Санкт-Петербурга;

- НКО и коммерческие организации;
- Рекламные, коммуникационные и консалтинговые агентства.

Признание качества программы

Образовательная программа имеет:

- профессионально-общественную аккредитацию образовательных программ в области маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна, коммуникаций и медиа (свидетельство № 23, рег. № 023/526112021, выдано по решению Совета по профессионально-общественной аккредитации Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) от 26.11.2021, протокол № 1, выдана на 5 лет);
- сертификат качества № 2021/2/235Э от 28.02.2022 о независимой оценке качества образования по сертифицированным аккредитационным педагогическим измерительным материалам (АПИМ) для федерального интернет-экзамена в сфере профессионального образования, выдан Научно-исследовательским институтом мониторинга качества образования.

Образовательная программа включена в справочник лучших образовательных программ инновационной России в 2020 году, составленный в результате опроса широкой академической и профессиональной общественности в рамках проекта «Лучшие программы инновационной России» на платформе для развития партнерства Hedclub.com.

Содержание и условия реализации программы

Программа реализуется на русском языке.

Основные дисциплины программы представлены дисциплинами общегуманитарной подготовки (Философия, Иностранный язык, Экономика, История (История России, Всеобщая история), Культурология, История искусства и дизайна, Социология, Психология, Политология и др.), общепрофессиональной подготовки (Основы менеджмента, Основы маркетинга, Основы редактирования и копирайтинг, Правовое регулирование массовых коммуникаций, Теории коммуникаций (Основы теории коммуникаций; Теория и практика массовой коммуникации), Социология массовых коммуникаций, Введение в медиапланирование, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Психология массовых коммуникаций и др.), профильными дисциплинами (Внемедийные коммуникации, Теория и практика информационного повода, Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью, Семиотика медийного текста, Ораторское искусство и теория аргументации, Событийный маркетинг, Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью, Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях, Технологии управления общественным мнением, Управление проектами в рекламе и связях с общественностью, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Продакт плейсмент и киномерчендайзинг и др.), курсами по выбору (Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях // Реклама и связи с общественностью в политике, Дизайн в системе массовых коммуникаций // Выпуск медийного продукта, Деловые отношения и делопроизводство // Организация внутрикорпоративных коммуникаций, Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью // Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью, Тренды в бизнес-коммуникациях // Репутационный менеджмент, Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления // Связи с общественностью в "электронном государстве", Русский язык и культура речи // Стилистика) и факультативами (Основы информационной компетентности, Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью, Видеомонтаж в рекламе).

Основные спикеры программы: Гришанин Никита Владимирович, Горбатова Наталья Валентиновна, Глущенко Олеся Анатольевна, Левина Светлана Александровна, Низовцева Наталья Федоровна, Сасонко Кристина Олеговна, Сосновская Анна Михайловна, Трифонов Олег Игоревич, Чечулин Алексей Викторович, Кузьмина Екатерина.

Образовательные технологии: личностно-ориентированные технологии обучения, технологии сотрудничества, сочетание технологий традиционного обучения (объяснительно-иллюстративное обучение) и технологий модульного обучения (при выполнении проекта).

Основная площадка обучения: факультет социальных технологий Северо-Западного института управления РАНХиГС (СПб, ул. Черняховского, 6/10)

Курсы цифрового блока:

- Цифровые технологии
- Интернет-технологии в рекламе
- Цифровое общество и управление цифровой репутацией
- Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты

Доля цифровой компоненты:

Всего на электронное обучение предусмотрено 78 часов (54 часа в основной части программы и 24 часа в курсах по выбору), что составляет 0,94% от общего количества часов.

Выпускные квалификационные работы выполняются в формате индивидуальных учебно-научных исследований и стартапов.

Возможности получения дополнительной квалификации в период реализации программы

Начиная со второго курса у студентов есть возможность освоить курсы-майоры с получением диплома РАНХиГС о профессиональной переподготовке:

- Web-проектирование и дизайн
- Брендинг с нуля
- Деловая журналистика (Бизнес-журналистика)
- Мастерская психологического консультирования
- Основа создания личного бизнеса
- Пресс-центр
- Создание документального теле- и кинофильма
- Спортивная журналистика
- Цифровые коммуникации

Ссылка на образовательную программу

<https://spb.ranepa.ru/sveden/common/>