

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**  
(Финансовый университет)  
**Высшая школа спортивного менеджмента**

**Аннотация**  
**программы профессиональной переподготовки**

**«Менеджер по рекламе и связям с общественностью»**

**Требования к слушателям:** допускаются к обучению лица, имеющие высшее и / или среднее профессиональное образование

**Адресная направленность программы.**

Образовательная программа адресована:

- гражданам, ищущим работу и обратившимся в органы службы занятости, включая безработных граждан; гражданам в возрасте 50 лет и старше; гражданам предпенсионного возраста; женщинам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте до 3-х лет, женщинам, не состоящим в трудовых отношениях и имеющим детей дошкольного возраста;
- сотрудникам отделов маркетинга и продаж бизнес-организаций, гражданам, желающим приобрести компетенции в сфере маркетинга и управления продажами

**Объем программы:** 256 часов

**Форма обучения:** очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий

**Режим занятий:** не более 8 акад. часов в день.

**Программа позволит слушателям** совершенствовать и приобрести слушателями новые профессиональные компетенции для осуществления планирования и реализации деятельности в организации по проведению рекламных кампаний и кампаниям по связям с общественностью, создания эффективных коммуникаций с внешними партнерами организации, создания положительного имиджа организации/бренда или персоны и его продвижения во внешнюю целевую среду с получением права на ведение нового вида профессиональной деятельности в сфере «Реклама и связи с общественностью».

**Выдаваемый документ:** диплом о профессиональной переподготовке Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

**Спикерами программы** выступают ведущие эксперты-практики в сфере рекламы и связей с общественностью, профессорско-преподавательский состав Финансового университета, приглашенные практики из других образовательных и иных организаций

**В результате освоения программы слушатели приобретут компетенции:**

**Окончив курс, вы сможете:**

- Создавать отделы рекламы и PR, эффективно управлять коммуникационной деятельностью организации и/или персоны
- Разрабатывать стратегию, грамотную рекламную и PR политику своей организации
- Эффективно проводить рекламные и PR кампании, переговоры с внутренними и внешними партнерами
- Применять на практике в цифровом пространстве методы современных интегрированных коммуникаций, PR-режиссуры, работы со СМИ и социальными сетями
- Осуществлять грамотный подбор партнёров для проведения рекламных и PR кампаний
- Создавать безопасную среду для развития бренда, анализировать потенциальные риски
- Организовать эффективное взаимодействие со всеми ключевыми ньюсмейкерами организации для создания регулярного потока информационных поводов для создания заданного имиджа организации

### **Структура курса**

Дисциплина 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе, актуальные социо-культурные тренды

Дисциплина 2. Планирование и проведение рекламных кампаний

Дисциплина 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью

Дисциплина 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний

Дисциплина 5. Оценка эффективности проведения рекламных и PR кампаний

**Контактное лицо:** **Васильева Людмила Валерьевна**, главный специалист

**Адрес:** г. Москва, ул. Верхняя Масловка, 15, Высшая школа спортивного менеджмента

**Электронная почта:** [vssm@fa.ru](mailto:vssm@fa.ru)

**Телефон:** 8 - (495) 249 – 51- 13

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финансовый университет)

Высшая школа спортивного менеджмента

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО  
На Ученом совете институтов и  
школ дополнительного  
профессионального образования

Протокол № 60

от «15» марта 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по дополнительному  
профессиональному образованию



Е.А. Диденко

2021 г.

**ПРОГРАММА**  
профессиональной переподготовки

**Менеджер по рекламе и связям с общественностью**

Москва – 2021



Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
 высшего образования  
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**  
 (Финансовый университет)

**Высшая школа спортивного менеджмента**

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО  
 на Ученом совете институтов и  
 школ дополнительного  
 профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ  
 Проректор по дополнительному  
 профессиональному образованию

Протокол № 60

от «15» марта 2021 г.

  
 \_\_\_\_\_ А. Диденко  
 « \_\_\_\_\_ 202 г.  


**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
 программы профессиональной переподготовки  
**Менеджер по рекламе и связям с общественностью**

Требования к уровню образования слушателей	– лица, имеющие высшее образование; лица, получающие высшее образование - лица, имеющие среднее профессиональное образование, лица, получающие среднее профессиональное образование.
Категории слушателей	- москвичи, работающие в Москве жители других регионов категории 50+; - мамы с детьми дошкольного возраста , - сотрудники организаций, имеющие опыт практической работы в области рекламы и связей с общественностью, - лица с высшим образованием и средним профессиональным образованием, нацеленные на смену рода деятельности
Срок обучения	трудоемкость программы 256 часов, 7 зачетных единиц, 7 недель
Форма обучения	очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения
Режим занятий	не более 8 часов в день

№ № п/п	Наименование модуля	Трудоемкость		В том числе				Самостоятельная работа под руководством преподавателя *	Форма контроля
		В зачетных единицах	В часах	Всего	Аудиторные занятия <sup>1</sup>				
					из них				
					Лекции	Практические занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	<b>Дисциплина 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе</b>	2	72	36	14	22	36	Дифференцированный зачет методом электронного тестирования	
2	<b>Дисциплина 2. Планирование и проведение рекламных кампаний</b>	2	72	36	14	22	36	Дифференцированный зачет методом выполнения практической работы	
3	<b>Дисциплина 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью</b>	1	36	18	7	11	18	Дифференцированный зачет методом тестирования	
4	<b>Дисциплина 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний</b>	1	36	18	7	11	18	Дифференцированный зачет методом выполнения практической работы	

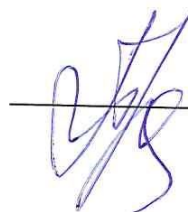
<sup>1</sup> С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

5	Дисциплина 5. Оценка эффективности проведения рекламных и PR кампаний	1	36	18	7	11	18	Дифференцированный зачет методом тестирования
6	Итоговая аттестация		4			4		Экзамен
7	Общая трудоемкость программы	7	256	130	49	81	126	

Программа разработана преподавателями экспертами-практиками в сфере рекламы и связей с общественностью: Колосова Светлана Валентиновна, кандидат психологических наук, генеральный директор группы компаний «Старая площадь», Шарапова Арина Аяновна – тележурналист, телеведущая, общественный деятель, основатель, президент и руководитель АНО «АРТМЕДИАОБРАЗОВАНИЕ», Прокудина Ольга Викторовна, директор Высшей школы спортивного менеджмента.

Директор Высшей школы  
спортивного менеджмента

« 15 » марта 2021 г.



О.В. Прокудина

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Финансовый университет)

Высшая школа спортивного менеджмента

### Календарный учебный график

программы профессиональной переподготовки «Менеджер по рекламе и связям с общественностью»  
Объем программы 256 часов. Продолжительность обучения 7 недель  
Форма обучения – очно-заочная с применением ЭО и ДОГ

Образовательный процесс по программе может осуществляться в течение всего учебного года. Занятия проводятся по мере комплектования учебных групп.

№ п/п/	Наименование дисциплины (модулей)	1 не де ля	2 не де ля	3 не де ля	4 не де ля	5 не де ля	6 не де ля	7 не де ля	ПА	КР	СР	ИА	ИТОГ О
1	Дисциплина 1. Специфика работы в области рекламы и связей с общественностью в современном обществе	36	36						2	28	42		72
2	Дисциплина 2. Планирование и проведение рекламных кампаний		36		36				2	28	42		72
3	Дисциплина 3. PR режиссура и другие современные техники и форматы работы связей с общественностью					36			2	12	22		36



4	Дисциплина 4. Digital-коммуникации при проведении PR кампаний								36		2	10	24		36
7	Дисциплина 5. Оценка эффективности проведения рекламных и PR кампаний								36		2	12	22		36
	Итоговая аттестация										2				
	<b>ВСЕГО</b>								36	36	10	90	152	4	256
	Условные обозначения														
	ПА	Промежуточная аттестация													
	П	Практика													
	С	Стажировка													
	ИА	Итоговая аттестация													
	КР	Контактная работа													
	СР	Самостоятельная работа													

Директор Высшей школы спортивного менеджмента

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.



О.В. Прокудина