

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**Балтийский государственный технический университет**  
**«ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова**

**Управление дополнительного профессионального образования**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной  
деятельности и цифровизации

А.Е. Шашурин

2023 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**повышения квалификации**  
**«Реклама и связи с общественностью»**

(форма обучения- очная с применением дистанционных образовательных технологий,  
36 часов, итоговая аттестация в форме теста)

**Авторы программы:**

Ивченко Борис Павлович, заведующий кафедрой «Экономика, организация и управление производством», д.т.н., профессор

Сорокина Елена Владимировна, доцент кафедры «Экономика, организация и управление производством», к.полит.н., доцент

Черкасова Елена Алексеевна, старший преподаватель кафедры «Экономика, организация и управление производством»

**Эксперт, проводивший техническую экспертизу программы:**  
Ивановская Ю.В., специалист по учебно-методической работе УДПО

г. Санкт-Петербург  
2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Балтийский государственный технический университет  
«ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова

Управление дополнительного профессионального образования



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по образовательной  
деятельности и цифровизации

А.Е. Шашурин

2023 г.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации  
«Реклама и связи с общественностью»

**Цель:** совершенствование компетенций, позволяющих эффективно использовать современный инструментарий рекламы, связей с общественностью и PR-технологий для достижения целей в области профессиональной и педагогической деятельности.

**Категория слушателей:** лица, имеющие высшее образование; лица, получающие высшее образование, профессорско-преподавательский состав.

**Форма обучения:** очная с применением дистанционных образовательных технологий.

**Календарный учебный график:**

общий объем программы в часах – 36 часов;

Из них:

обучение в дистанционном режиме – 36 часов;

*Режим аудиторных занятий:*

часов в день – 4 часа;

дней в неделю – 2 часа.

Общая продолжительность реализации программы – 4 недели.



№ п/п	Наименование модулей	Всего часов	В том числе	Формы контроля
			Лекции	
1	Основы рекламы и связей с общественностью	12	10	Тестовое задание
2	Коммуникации в рекламе и связях с общественностью	10	8	Тестовое задание
3	Специализированные рекламные и PR-технологии	12	10	Тестовое задание
	Итоговая аттестация	2		Итоговое тестовое задание
	Итого:	36	28	

Ивченко Борис Павлович, д.т.н., профессор,  
заведующий кафедрой  
«Экономика, организация и управление производством»

Сорокина Елена Владимировна, канд. полит. наук,  
доцент, доцент кафедры  
«Экономика, организация и управление производством»

Черкасова Елена Алексеевна, старший преподаватель  
кафедры «Экономика, организация и управление производством»



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Балтийский государственный технический университет  
«ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова**

**Управление дополнительного профессионального образования**

**УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
дополнительной профессиональной программы повышения квалификации  
**«Реклама и связи с общественностью»**

№ п/п	Наименование модулей, тем	Всего часов	В том числе	Формы контроля
			Лекции	
<b>1</b>	<b>Основы рекламы и связей с общественностью</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	
1.1	Реклама и связи с общественностью как области знаний и сферы профессиональной деятельности	2	2	
1.2	История рекламы и связей с общественностью	2	2	
1.3	Этика профессионального поведения в рекламе и связях с общественностью	2	2	
1.4	Правовые основы деятельности в рекламе и связях с общественностью	2	2	
1.5	Профессиональные требования к PR-специалисту и маркетологу	2	2	
1.6	Выполнение тестового задания по модулю «Основы рекламы и связей с общественностью»	2	-	Тестовое задание
<b>2</b>	<b>Коммуникации в рекламе и связях с общественностью</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	
2.1	Основы теории коммуникации	2	2	
2.2	Виды коммуникации	2	2	
2.3	Уровни коммуникации	2	2	
2.4	Профессионально ориентированная коммуникация	2	2	
2.5	Выполнение тестового задания по модулю «Коммуникации в рекламе и связях с общественностью»	2	-	Тестовое задание
<b>3</b>	<b>Специализированные рекламные и PR-технологии</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	
3.1	Средства и методы конструирования корпоративного имиджа	2	2	
3.2	Основные формы и средства взаимодействия со СМИ	2	2	
3.3	Управление PR в кризисных ситуациях	2	2	
3.4	Спонсоринг и фандрейзинг в PR	2	2	
3.5	PR и реклама в избирательных кампаниях	2	2	
3.6	Выполнение тестового задания по модулю «Специализированные рекламные и PR-технологии»	2	-	Тестовое задание
	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	Итоговое тестовое задание
	<b>Итого:</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	