

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ
ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»
(СПбГУТ)**

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор - проректор по учебной работе



/Г.М. Машков/

2020 г.

Регистрационный № 05-2020

**ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Технологии рекламы и связей с общественностью»

(наименование программы)

Санкт-Петербург
2020

Настоящая программа дополнительного образования (повышения квалификации) разработана на основе Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273_ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. №499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», а также Положением о повышении квалификации профессорско-преподавательского состава СПбГУТ.

Составитель:

Кандидат политических наук _____ /А.В. Кульназарова/
(подпись)

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры 11.06.2020 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой _____ /С.А. Чернов/
(подпись)

ОДОБРЕНО

Декан факультета ГФ _____ /Д.В. Шутман/
(подпись)

СОГЛАСОВАНО

Директор ИНО _____ /А.А. Лубянников/
(подпись)

Начальник

учебно-методического
управления

_____ /Л.А. Васильева/
(подпись)

1.Общая характеристика программы

1.Тип дополнительной профессиональной программы: программа повышения квалификации (далее – **программа**).

2.Программа разработана с учетом квалификационных требований к результатам освоения образовательных программ и направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

3.К освоению программы допускаются: лица, имеющие высшее образование, преподающие в высших учебных заведениях.

4.Обучение по программе осуществляется на основе Договора об образовании, заключаемого со слушателем или юридическим лицом.

5.Срок освоения программы: 72 часа. Срок освоения может определяться Договором об образовании.

6.Форма обучения: очно-заочная. Без отрыва от производства.

7.Категория обучающихся: преподаватели высших учебных заведений, имеющие высшее образование.

8.Формы аттестации: итоговая аттестация – после освоения всей программы в форме зачета.

9.Выдаваемый документ: лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.

10.Удостоверение о повышении квалификации по результатам обучения по программам дополнительного профессионального образования даст право заниматься определенной профессиональной деятельностью и (или) выполнять конкретные трудовые функции, для которых определены обязательные требования к наличию квалификации.

2.Цели и задачи программы

Цель программы – повышение профессионального уровня преподавания, необходимого для выполнения профессиональной деятельности в рамках имеющейся квалификации.

Это позволяет сформировать или качественно расширить профессиональные компетенции слушателя (способность планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-5); готовность к преподавательской деятельности по основным образовательным программам высшего образования (ОПК-2).

Связанными с этими задачами программы являются:

- Использование сильных сторон новейших научных традиций и подходов для достижения научного синтеза;
- Умение корректно выбирать и модифицировать методы исследования, исходя из конкретных задач;
- Умение характеризовать ведущие отечественные и зарубежные научные школы в необходимой исследовательской области.

3.Требования к результатам обучения

3.1.Планируемые результаты обучения

Освоения программы слушатель должен приобрести следующие знания, умения и навыки, необходимые для качественного измерения компетенций, указанных в п.2.

Слушатель должен знать:

- Ключевые методологические и теоретические проблемы междисциплинарной отрасли знаний;

- Современные подходы, методы и технологии рекламы и PR в цифровом пространстве.

Слушатель должен уметь:

- Быть готовым применить полученные навыки в преподавательской практике;
- Применять современные компьютерные технологии в реализации коммуникационных кампаний;
- Анализировать эффективность тех или иных технологий в зависимости от ситуации их применения.

Слушатель должен владеть:

- Методами и инструментами интернет-маркетинга;
- Компьютерными технологиями создания, распространения и оценки эффективности коммуникационных продуктов.

4.Содержание программы

4.1.Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость	72
Аудиторные занятия (всего)	36
В том числе:	
Лекции	20
Практические занятия (ЛР)	16
Самостоятельная работа (СР – всего)	36
В том числе:	
Подготовка к практическим занятиям	28
Подготовка к зачету	4
Зачет	4
Вид итоговой аттестации	Зачет

4.2.Учебный план программы повышения квалификации «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Цифровые каналы продвижения	Возможности Интернета как канал коммуникации; преимущества и выгоды интернет-маркетинга; сферы применения интернет-маркетинга. Маркетинг приложений. E-mail маркетинг.

2.	Реклама в интернете	Таргетирование рекламы. Классификации интернет-рекламы по технологиям исполнения, каналам показа, способам оплаты. Определение целевых сегментов аудитории. Ретаргетинг и ремаркетинг. Бюджетирование кампаний. Показатели эффективности интернет-рекламы. Отслеживание эффективности объявлений по UTM-меткам. Сервисы сбора и анализа ключевых запросов и минус-слов. Особенности рекламных кампаний в ЯндексДирект, GoogleAdwords, Target@Mail: эффективные стратегии показа, особенности создания объявлений
3.	Сервисы автоматизации рекламных кампаний в Интернете.	Возможности комплексных CRM-систем. Способы увеличения эффективности интернет-рекламы. Особенности комплексных закупок интернет-рекламы
4.	Рекламные коммуникации в социальных медиа	Особенности и ограничения платформ ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram, Twitter и др. Тематические форумы. Ведение публичных дискуссий с представителями ЦА. Управления ветвями комментариев. Инструменты частных коммуникаций: личные сообщения, приглашения в паблики, упоминания, лайки. Способы противодействия накруткам. Особенности взаимодействия с лидерами мнений. Платформы отслеживания активности пользователей.
5.	Контент-план.	Цели создания веб-страниц и особенности видов рекламного контента: текстов, графики, видео и др. Стратегии размещения. Управление временем публикации. Оптимизация публикаций: html-разметка, подбор мультимедиа материалов. Бесплатные фотостоки. Оптимизация контента для мобильных устройств.
6.	Анализ эффективности продвижения.	Виды конверсии. Основные показатели веб-аналитики в отчётах ЯндексМетрики и GoogleAnalytics. Разработка аватаров клиентов и адаптация веб-страниц сценарии их поведения

4.3.Разделы и виды занятий

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела (отдельной темы) дисциплин	Лекции	ПЗ	СР	Всего часов
1.	Цифровые каналы продвижения	2	2	4	8
2.	Реклама в интернете	2	2	6	10
3.	Сервисы автоматизации рекламных кампаний в Интернете.	6	4	8	18
4.	Рекламные коммуникации в социальных медиа	4	2	4	10
5.	Контент-план.	2	4	2	8

6.	Анализ эффективности продвижения.	4	2	4	10
	Подготовка к зачету	-	-	4	4
	Зачет	-	-	4	4
Итого		20	16	36	72

4. Практические занятия

Таблица 4

№ п/п	№ раздела (темы)	Наименование практического занятия	Всего часов
1.	1	Цифровые каналы продвижения	2
2.	2	Реклама в интернете	2
3.	3	Сервисы автоматизации рекламных кампаний в Интернете.	4
4.	4	Рекламные коммуникации в социальных медиа	2
5.	5	Контент-план.	4
6.	6	Анализ эффективности продвижения.	2
Итого			16

5. Календарный учебный график

5.Организационно-педагогические условия

5.1.Формы и режим занятий:

Аудиторная;

Групповая;

Индивидуальная;

Самостоятельная работа

5.2. Форма обучения _____

5.3. Срок освоения _____

5.4. Применяемые средства обучения _____

5.5. Материально-техническое обеспечение реализации программы

Таблица 5

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий
1.	Аудитория с мультимедийным оборудованием для проведения лекционных занятий, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

5.6. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

1) основная литература:

1. Интернет-технологии в связях с общественностью [Текст] : учеб. пособие / И. А. Быков [и др.] ; отв. ред.: И. А. Быков, О. Г. Филатова ; рец.: В. А. Ачкасова, В. Н. Гаркуша ; С.-Петерб. гос. ун-т. - СПб. : Роза мира, 2010. - 275 с.

2) дополнительная литература:

1. Кульназарова, Анастасия Витальевна. Реклама в коммуникационном процессе [Электронный ресурс] : практикум / А. В. Кульназарова ; рец. Д. В. Шутман, 2016. - 31 с.
2. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / Алашкин П., 2016. - 220 с.

1. в) программное и коммуникативное обеспечение:

1. набор презентаций по темам лекционного курса, электронный вариант тестов, используемых в профотборе и др.
2. интерактивная доска.
3. Microsoft Word, Adobe Reader, Windows Live, Microsoft Power Point, Microsoft Publisher и др.
4. Обучающимся предоставляется свободный доступ к справочным материалам и периодическим изданиям, которые представлены в библиотечных фондах СПбГУТ. обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам через:
 - электронную библиотеку НТБ СПб ГУТ - http://lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut/index.php
 - Все аспиранты имеют возможность открытого доступа к электронным библиотечным системам «ЭБС Лань», «ibooks.ru».
 - Организована возможность доступа к ресурсам Электронной библиотеки им. Б.Н. Ельцина, ЭБС «Лань» с компьютеров университетской сети.
 - Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными и (или) печатными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.