

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ЧУ ООДПО "МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ И ОЦЕНКИ"

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор ЧУ ООДПО "МАЭиО"

_____ А.В. Постюшков

01 июля 2016 года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

дополнительного профессионального образования
профессиональной переподготовки
«Реклама и связи с общественностью»

САРАТОВ - 2016

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки
«Реклама и связи с общественностью»

1. ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

1.1. ЦЕЛЬ - формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для работы специалистом по рекламе и связям с общественностью.

1.2. ЗАДАЧИ:

1.2.1 Обучение базовым дисциплинам.

1.2.2 Обучение дисциплинам специальности.

1.2.3 Обучение дисциплинам специализации "Реклама и связи с общественностью".

1.3. КАТЕГОРИЯ СЛУШАТЕЛЕЙ - специалисты со средним и высшим образованием.

1.4. ФОРМА ОБУЧЕНИЯ - очно-заочная, заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. С частичным отрывом, без отрыва от работы.

1.5. ТРУДОЕМКОСТЬ - Нормативная трудоемкость по данной программе составляет 520 часов.

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки
«Реклама и связи с общественностью»

2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

№ п/п	Наименование Дисциплин	Общее число часов по дисциплине	Аудиторных часов, всего	В том числе:		Форма Контроля
				Лекции	Практические занятия	
1	Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью	35	35	20	15	Зачет
2	История мировой и российской рекламы	35	35	20	15	Зачет
3	Теория и практика менеджмента и маркетинга	35	35	20	15	Зачет
4	Рекламные услуги	35	35	20	15	Зачет
5	Интернет-технологии в рекламной и PR-деятельности	35	35	20	15	Зачет
6	Теория и практика копирайтинга	35	35	20	15	Зачет
7	Управление контентом в социальных сетях	35	35	20	15	Зачет
8	Рекламная политика организации	35	35	20	15	Зачет
9	Психология и социология массовых коммуникаций	35	35	20	15	Зачет
10	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	35	35	20	15	Зачет
11	Управление рекламой в организациях	35	35	20	15	Зачет
12	Современные концепции рекламы	35	35	20	15	Зачет
ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		100	–	–	–	Итоговая аттестация
ВСЕГО		520	420	240	180	