

Федеральное государственное автономное научное учреждение
«Центр социологических исследований»
(ФГАНУ «Социоцентр»)

ОДОБРЕНА
Ученым советом
ФГАНУ «Социоцентр»
Протокол от 31 июля 2025 № 03/25

**Дополнительная профессиональная программа
программа повышения квалификации**

**«Трансформация коммуникационных стратегий: как интегрировать
связи с общественностью в развитие университета»**

Продолжительность - 20 ак.ч.

Москва, 2025

Оглавление

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
II. ЦЕЛЬ ПОДГОТОВКИ	3
III. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПОДГОТОВКИ	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.....	6
4.1. УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	6
4.2. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	8
4.3. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОГО ПЛАНА ПРОГРАММЫ	8
V. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ.....	9
VI. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	9
VII. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ.....	10
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	10
IX. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	11

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Дополнительная профессиональная программа (программа повышения квалификации) разработана в соответствии с положениями Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», требованиями Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24 марта 2025 г. № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», приказа Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью», приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

1.2. Программа предназначена для повышения квалификации специалистов пресс-служб, коммуникационных и исследовательских команд государственных и частных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования и дополнительного профессионального образования.

1.3. К освоению дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации) допускаются лица, имеющие профессиональное образование и опыт работы в сфере коммуникаций, PR, маркетинга или смежных направлениях в образовательных и научных организациях.

1.4. Общая трудоёмкость программы составляет 20 академических часов очных занятий, включая лекции, практические занятия и итоговую аттестацию. При необходимости программа может быть дополнена дистанционными модулями и самостоятельной работой.

1.5. Форма реализации программы – очная, с возможным использованием дистанционных образовательных технологий.

1.6. Повышение квалификации осуществляется с отрывом от основной работы или без отрыва от работы.

1.7. Структура программы включает следующие разделы: общие положения, цели повышения квалификации, планируемые результаты освоения программы, учебный план с распределением часов по модулям, календарный учебный график, содержание разделов учебного плана, рабочая программа модулей, организационно-педагогические условия реализации, формы и критерии итоговой аттестации, оценочные материалы, список используемой литературы и дополнительных ресурсов.

II. ЦЕЛЬ ПОДГОТОВКИ

2.1. Целью повышения квалификации работников образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность, является совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности работников и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации в области стратегических коммуникаций, PR и медиатехнологий университетов, а также продвижения образовательных и научно-технологических продуктов в современных информационных средах.

III. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПОДГОТОВКИ

3.1. Результатами повышения квалификации работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность, является повышение уровня профессиональных компетенций за счёт освоения и (или) углубления знаний и умений в области стратегических коммуникаций, PR-технологий и медиатехнологий в университетской среде для эффективного продвижения образовательных и научно-технологических продуктов, а также

организации коммуникаций в рамках программы стратегического академического лидерства «Приоритет 2030» и проекта «Передовые инженерные школы».

3.2. В ходе освоения дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации) будут усовершенствованы и (или) получены следующие общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные компетенции (ПК):

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ПК-1. Умение формировать и реализовывать коммуникационные стратегии в высших учебных заведениях в соответствии со стратегическими программами развития университета.

ПК-2. Владение методами продвижения образовательных и научно-технологических продуктов через современные каналы коммуникации, включая цифровые платформы и нейросетевые инструменты.

ПК-3. Навыки работы с медиатехнологиями и инструментами создания контента для устойчивого позиционирования университетского бренда.

3.3. Карта компетенции раскрывает компонентный состав компетенции, технологии ее формирования и оценки:

1) Дисциплинарная карта общепрофессиональных компетенций (ОПК)

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции, практическая работа, самостоятельная работа	Контрольные вопросы по итогам лекций и практических занятий.

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции,	Контрольные вопросы по итогам лекций и

практическая работа, самостоятельная работа	практических занятий.
--	-----------------------

2) Дисциплинарная карта профессиональных компетенций (ПК)

ПК-1. Умение формировать и реализовывать коммуникационные стратегии в высших учебных заведениях в соответствии со стратегическими программами развития университета.	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции, практическая работа, самостоятельная работа	Контрольные вопросы по итогам лекций и практических занятий.

ПК-2. Владение методами продвижения образовательных и научно-технологических продуктов через современные каналы коммуникации, включая цифровые платформы и нейросетевые инструменты	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции, практическая работа, самостоятельная работа	Контрольные вопросы по итогам лекций и практических занятий.

ПК-3. Навыки работы с медиатехнологиями и инструментами создания контента для устойчивого позиционирования университетского бренда.	
Технологии формирования:	Средства и технологии оценки:
Лекции, практическая работа, самостоятельная работа	Контрольные вопросы по итогам лекций и практических занятий.

3.4. Областью профессиональной деятельности слушателя является организация и управление коммуникациями в образовательных и научных учреждениях, PR и маркетинг в образовательных организациях.

Планируемые результаты обучения по программе повышения квалификации соответствуют выполняемым трудовым действиям, определенным на основании профессионального стандарта:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (утвержден Приказом Минтруда России от 04.08.2014 № 535н).

В соответствии с данным профессиональным стандартом, программа направлена на формирование и развитие ключевых профессиональных компетенций, обеспечивающих выполнение следующих обобщённых трудовых функций и трудовых действий:

Обобщённая трудовая функция (ОТФ)	Код ОТФ	Уровень квалификации ОТФ	Трудовая функция (ТФ)	Код ТФ	Уровень (подуровень) квалификации ТФ
Организация продвижения	В	6	Организация маркетинговых	В/01.6	6

продукции СМИ			исследований в области СМИ		
Организация продвижения продукции СМИ	В	6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
Организация продвижения продукции СМИ	В	6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
Организация продвижения продукции СМИ	В	6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6

3.5. В результате освоения дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации) слушатель должен:

Знать:

- Современные требования к коммуникациям в университетах в рамках программы развития «Приоритет 2030» и проекта ПИШ.
- Методы построения и продвижения экспертного бренда университета.
- Инструменты медиатехнологий и нейросетей в PR-деятельности.
- Форматы взаимодействия с различными целевыми аудиториями.

Уметь:

- Разрабатывать коммуникационные стратегии в университете.
- Организовывать эффективные коммуникационные процессы с индустриальными партнерами и целевыми аудиториями.
- Использовать современные каналы коммуникации (телеграм-каналы, видеохостинги и др.).
- Применять нейросети для создания и продвижения контента.

Владеть:

- Инструментами создания стандартных коммуникационных материалов и кейс-проектов университета.
- Технологиями проведения онлайн-дискуссий и презентаций.
- Навыками проведения анализа аудитории и оценки эффективности коммуникаций.

IV. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

4.1. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Учебный план программы определяет перечень, последовательность, общую трудоемкость разделов и формы контроля знаний по модулям.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические занятия, стажировку, итоговую аттестацию в форме собеседования.

№ п/п	Наименование модуля	Количество учебных часов		
		Всего	в том числе	
			лекции	практические занятия

1.	Коммуникации университетов в программе «Приоритет» и проекте «Передовые инженерные школы»	4	2	2	-
2.	Стратегические коммуникации университетов	6	2	2	2
3.	Продвижение научно-технологических проектов	2	2	-	-
4.	Инструменты коммуникации для университетов	2	2	-	-
5.	Прикладные технологии работы коммуникационной службы в университете	3	1	2	-
6.	Итоговая аттестация	3	-	-	3
Итого		20	9	6	5

Матрица соотнесения разделов учебного плана программы и формируемых в них общепрофессиональных (при наличии), профессиональных компетенций:

№ п/п	Наименование модуля	Всего, часов	Общепрофессиональные компетенции		Профессиональные компетенции		
			ОПК-2	ОПК-5	ПК-1	ПК-2	ПК-3
1.	Коммуникации университетов в программе «Приоритет» и проекте «Передовые инженерные школы»	4	+	+	+		
2.	Стратегические коммуникации университетов	6		+	+	+	+
3.	Продвижение научно-технологических проектов	2	+		+	+	+
4.	Инструменты коммуникации для университетов	2				+	+
5.	Прикладные технологии работы коммуникационной службы в университете	3			+	+	+
6.	Итоговая аттестация	3	+	+	+	+	+
ИТОГО		20					

4.2. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный учебный график представляет собой график учебного процесса, устанавливающий последовательность и продолжительность обучения и итоговой аттестации по учебным дням.

Учебные занятия проводятся в течение 2-х дней по 10 ак.часов.

Период обучения - 2 дня	
1	2
УЗ + СР	УЗ + СР + ИА

Условные обозначения:

УЗ – учебные занятия;

СР – самостоятельная работа;

ИА – итоговая аттестация.

4.3. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОГО ПЛАНА ПРОГРАММЫ

Наименование модуля и тем	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание
Модуль 1. Коммуникации университетов в программе «Приоритет 2030» и проекте «Передовые инженерные школы»		
Тема 1.1. Введение в стратегические коммуникации в высшем образовании	Лекция, 1 час	Стратегические коммуникации в высшем образовании: основные цели и задачи программ «Приоритет» и ПИШ.
Тема 1.2. Коммуникационное сопровождение национальных проектов	Лекция, 1 час	Требования к коммуникационному сопровождению национальных проектов и роль пресс-служб университетов
Тема 1.3. Лучшие практики коммуникаций университетов	Практическое занятие, 2 часа	Обсуждение ключевых вызовов и лучших практик коммуникаций университетов на примерах кейсов.
Модуль 2. Стратегические коммуникации университетов		
Тема 2.1. Основы разработки коммуникационных стратегий для университетов	Лекция, 2 часа	Основы разработки коммуникационных стратегий для университетов в условиях реализации национальных проектов.
Тема 2.2. Проектирование коммуникационной стратегии	Практическое занятие, 2 часа	Работа в группах, разработка первых шагов стратегии.
Модуль 3. Продвижение научно-технологических проектов		
Тема 3.1. Особенности презентации и	Лекция, 2 часа	Особенности презентации и продвижения научно-технологических и

продвижения научно-технологических и образовательных продуктов университетов		образовательных продуктов университетов.
Модуль 4. Инструменты коммуникации для университетов		
Тема 4.1. Современные медиатехнологии и цифровые каналы коммуникаций	Лекция, 1 час	Обзор современных медиатехнологий и цифровых каналов коммуникаций (телеграм-каналы, видеохостинги, стриминг).
Тема 4.2. Применение нейросетей и автоматизированных систем в PR-деятельности	Лекция, 1 час	Применение нейросетей и автоматизированных систем в PR-деятельности в образовательных организациях.
Модуль 5. Прикладные технологии работы коммуникационной службы в университете		
Тема 5.1. Организация работы пресс-служб и коммуникационных отделов	Лекция, 1 час	Организация работы пресс-служб и коммуникационных отделов: современные бизнес-процессы.
Тема 5.2. Практика по подготовке контента, взаимодействию с аудиторией и анализу эффективности коммуникаций	Практическое занятие, 2 часа	Кейсы и практические задания по подготовке контента, взаимодействию с аудиторией и анализу эффективности коммуникаций. Модерация групповых обсуждений и проведение кейс-сессий.

V. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

5.1. Рабочая программа модуля разработана с учетом содержания основных разделов учебного плана программы.

VI. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

6.1. Реализация дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации) обеспечивает совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам высшего образования, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации в области стратегических коммуникаций, PR и медиатехнологий в высших учебных заведениях, а также продвижения образовательных и научно-технологических продуктов в контексте реализации национальных программ развития университетов («Приоритет 2030», проект ПИИШ).

6.2. Реализация дополнительной профессиональной программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами организации, осуществляющей образовательную деятельность, а также приглашёнными высококвалифицированными специалистами — экспертами в области стратегических коммуникаций, PR, медиатехнологий и работы с образовательными организациями.

8.6. Выбор методов обучения осуществляется с применением современных инновационных образовательных технологий и средств — лекции, интерактивные дискуссии, кейс-сессии, практические занятия, модерация групповой работы, использование онлайн-платформ и цифровых инструментов для обеспечения активного вовлечения и эффективного закрепления материала. Осуществляется системный контроль знаний и умений с помощью анализа кейсов и итоговой аттестации.

8.6. Организация располагает необходимой материально-технической базой для реализации программы, включая оснащённые аудитории с мультимедийным оборудованием, доступом к интернету, специализированное программное обеспечение и цифровые платформы для проведения очных и, при необходимости, дистанционных занятий. Для обеспечения качественного образовательного процесса подготовлены учебно-методические материалы, включая презентации, методические пособия, профессиональные кейсы и рекомендованная литература.

VII. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Освоение дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации) завершается итоговой аттестацией слушателей в форме собеседования.

7.2. В соответствии с частью 3 и частью 10 статьи 60 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" лицам, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается документ о квалификации (удостоверение о повышении квалификации), оформленный на основании Методических рекомендаций Министерства образования и науки Российской Федерации по разработке, заполнению, учету и хранению документов о квалификации от 12 марта 2015 г. N АК-610/06.

7.3. В соответствии с частью 12 статьи 60 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации) и (или) отчисленным из организации, осуществляющей образовательную деятельность, выдается справка об обучении или о периоде обучения.

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

8.1. Оценка качества освоения слушателями дополнительной профессиональной программы (программы повышения квалификации) предполагает проведение итоговой аттестации по критериям, учитывающим соответствие уровня знаний, умений и компетенций слушателей заявленным целям и планируемым результатам освоения программы.

8.2. При оценке результатов освоения слушателями программы учитывается:

- Полнота и глубина усвоения теоретического материала по стратегическим коммуникациям, PR и медиатехнологиям.
- Умение применять полученные знания на практике, включая разработку коммуникативных стратегий и работу с современными каналами коммуникации.
- Активность и качество участия в дискуссиях, кейсах, практических занятиях и групповой работе.
- Качество выполнения практических заданий и кейс-анализа, демонстрирующих способность решения профессиональных задач.
- Навыки самостоятельного рефлексивного анализа и самооценки собственного профессионального развития.

8.3. Примерные вопросы (задания) для итоговой аттестации:

- Опишите ключевые требования к коммуникациям университетов в рамках программы «Приоритет 2030» и проекта «Передовые инженерные школы».
- Какие методы и инструменты продвижения научно-технологических продуктов вы считаете наиболее эффективными? Обоснуйте свой выбор.
- Разработайте краткий план коммуникационной стратегии для продвижения нового образовательного проекта университета.
- Приведите примеры использования медиатехнологий и нейросетей в PR-деятельности университета.
- Проанализируйте ситуацию по кейсу и предложите комплекс мероприятий для улучшения взаимодействия с целевыми аудиториями.
- Оцените эффективность выбранных каналов коммуникации с абитуриентами или партнерами в университете.
- Выполните самооценку своих приобретённых компетенций и определите направления для дальнейшего профессионального развития.

8.4. Шкала оценки сформированности компетенций для итоговой аттестации

По результатам итоговых аттестационных испытаний по дополнительной профессиональной программе (программе повышения квалификации) выставляются отметки по двухбалльной системе: при удовлетворительном усвоении программы – «зачтено», при неудовлетворительном усвоении – «не зачтено».

IX. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арсеньева Н. В. PR-технологии : учебник для вузов / Н. В. Арсеньева. — Москва : Юрайт, 2022. — 320 с.
2. Воробьева Е. В. Стратегический PR и коммуникации : теория и практика / Е. В. Воробьева. — Санкт-Петербург : Питер, 2021. — 280 с.
3. Головкин О. А. Цифровые коммуникации и медиатехнологии в образовании / О. А. Головкин. — Москва : Высшая школа экономики, 2023. — 200 с.
4. Иванов С. П. Управление маркетингом в образовательных организациях / С. П. Иванов. — Москва : Академический проект, 2020. — 220 с.
5. Моисеенко М. В. Стратегические коммуникации университетов : практические кейсы / М. В. Моисеенко. — Москва : Логос, 2024. — 150 с.
6. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) // Собрание законодательства РФ. — 2012. — 31 дек.
7. Приказ Минобрнауки России от 24 марта 2025 г. № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» // Официальный интернет-портал правовой информации: <http://pravo.gov.ru>.
8. Приказ Минтруда России от 04.08.2014 № 535н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»// Официальный интернет-портал правовой информации: <http://pravo.gov.ru>.
9. Соловьёв В. В., Захарова Н. А. Современные цифровые инструменты PR и маркетинга / В. В. Соловьёв, Н. А. Захарова. — Москва : КНОРУС, 2022. — 180 с.
10. Терехова Л. А. Экспертный бренд университета : продвижение и построение / Л. А. Терехова. — Санкт-Петербург : Изд-во РГУ, 2023. — 170 с.