

Утверждено
Генеральный директор
ООО «Московский институт профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогов»



И.А. Курильчик

М.П.

Курс повышения квалификации «PR технологии в деятельности образовательных организаций»

Учебная программа курса

О программе	Любые глобальные процессы, происходящие в обществе, неизбежно отражаются на состоянии образования. Экономические и социальные изменения, происходящие в современном обществе, формирование инновационной направленности экономики, интеграция в мировое экономическое пространство ставят перед системой высшего образования государства новые приоритеты и задачи, образовательные организации становятся частью рынка, а значит, существуют по его законам и для поддержания эффективности используют соответствующий инструментарий. Использование связей с общественностью для формирования положительного имиджа образовательной организации становится очень распространенным инструментом, позволяющим повысить её привлекательность для потребителей образовательных услуг.
Цель курса	Формирование у слушателей понимания теоретических основ использования PR технологий в практике образовательных организаций.
Задачи	<ul style="list-style-type: none">• Определить сущность и содержание связей с общественностью;• Изучить основы управления имиджем образовательной организации;• Изучить основы проведения переговорного процесса;• Определить значение корпоративной культуры как инструмента связей с общественностью;• Определить направления использования антикризисных коммуникаций в практике образовательных организаций.
Категории обучающихся	Специалисты системы образования, руководители образовательных организаций, руководители структурных подразделений, методисты.
Оценка качества	Промежуточная аттестация в форме тестов, итоговое тестирование.
Форма обучения	Заочная. В процессе обучения применяются исключительно дистанционные образовательные технологии и электронное обучение.

**Прогнозируемые
результаты**

В результате освоения программы повышения квалификации «PR технологии в деятельности образовательных организаций» слушатель должен: Знать: - основные подходы к определению «PR»; - процедуру разработки и управления репутацией; - функции корпоративной культуры; - методы формирования корпоративной культуры; - особенности ведения переговорного процесса; - основы разработки антикризисных коммуникаций; Уметь: - управлять имиджем образовательной организации; - применять навыки разработки корпоративной культуры; - использовать инструменты антикризисного PR в практике образовательной организации; Владеть навыками: - разработки эффективного имиджа организации; - формирования эффективных антикризисных коммуникаций; Быть компетентным: - в организации мероприятий, направленных на формирование благоприятного имиджа образовательной организации.