

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль «Реклама и связи с общественностью
в коммерческой и некоммерческой сферах»

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины

«Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью»

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

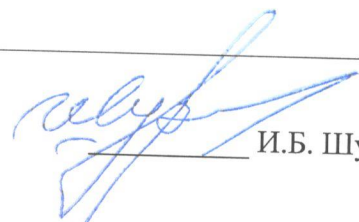
форма обучения - заочная

Составитель аннотации – Марочкина Светлана Станиславовна, к.экон.н., доцент, доцент
кафедры общей психологии и социальных коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 ЗЕТ, 108 час.
Цель изучения дисциплины	Формирование представлений о принципах, категориях, сущности консалтинга, областях его применения и основных направлениях, содержании и формах проявления консультирования в рекламе и связях с общественностью, приобретение умений и навыков, необходимых для оказания консалтинговых услуг, о специфике развития данной области деятельности в современных российских условиях.
Содержание дисциплины	Тема 1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью. Тема 2. Субъекты и объекты консалтинговой деятельности. Тема 3. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика. Тема 4. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг. Тема 5. Политический консалтинг в России. Тема 6. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании. Тема 7. Роль консалтинговой фирмы в планировании избирательной кампании. Тема 8. Обучение и повышение квалификации сотрудников в сфере коммуникационного консалтинга
Формируемые компетенции (коды)	УК-2, ПКУВ-1.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-2.1. Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты. УК-2.2. Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ. УК-2.3. Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты. ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации. ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в

	различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью. ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Политический PR Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Психология рекламы Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью Основы брендинга Основы проектной деятельности Правоведение
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, доклады, практические задания, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Зав.кафедрой ОПиСК, к.псх.н., доцент


И.Б. Шуванов