

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью»

Шифр и направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах
Форма обучения	Очная
Выпускающая кафедра	Общей психологии и социальных коммуникаций
Кафедра-разработчик рабочей программы	Общей психологии и социальных коммуникаций

Семестр	Трудоем- кость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	КРЗ	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
ОФО								
8	108/3	16	24	–	68	–	–	зачет
Итого:	108/3	16	24	–	68	–	–	зачет

Сочи 2019 г.

Рабочая программа по дисциплине «Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (приказ № 512 от 08.06.2017 г.)

Рабочую программу составила:
Марочкина С.С., к.э.н., доцент



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций
Протокол № 1 от «29» 08 2019 г.

Заведующий кафедрой ОПиСК



И.Б. Шуванов

Руководитель ОПОП



И.Б. Шуванов

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления
«Реклама и связи с общественностью»


Протокол № 1 от «29» 08 2019 г.

Председатель УМСН



И.А. Иванов

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям

Отдел качества образования и методического обеспечения  В.В. Васильченко

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__
заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__
заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__
заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО 3++	5
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1 Тематический план дисциплины	8
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	17
5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	18
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины	18
5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине	19
5.3. Особенности преподавания дисциплины	19
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины	20
Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью» является 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.

Основные задачи дисциплины:

1. Формирование представления о специфике и актуальных проблемах консультирования в рекламе и связях с общественностью, классификации консалтинговых услуг, стадиях консалтингового процесса, этапов консалтингового проекта, методов работы консультанта, мониторинга процесса консультирования и оценки результатов консалтинговых услуг; специфики развития данной области деятельности в современных российских условиях.

2. Усвоение предмета, принципов, категорий, базовых знаний о сущности консалтинга, областях его применения и основных направлениях, содержании и формах проявления консультирования в рекламе и связях с общественностью.

3. Развитие навыков диагностирования проблемных аспектов, выработки путей их разрешения, разработки и содействия внедрению конкретных решений в области рекламы и связей с общественностью, анализа результатов консалтинговых услуг.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью» относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
<i>Универсальные компетенции</i>			
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью Основы брендинга Основы проектной деятельности Правоведение	нет, так как дисциплина завершает формирование компетенции
<i>Профессиональные компетенции</i>			
	ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы маркетинга в	нет, так как дисциплина завершает формирование

	маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	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	компетенции
--	---	--	-------------

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Универсальные компетенции			
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты	Знать: – основы консалтинга 3-УК-2.1. Уметь: - использовать исследовательские и аналитические инструменты, применяемые консультантами на практике – У-УК-2.1. Владеть: - способами оценки проблемных ситуаций – Н-УК-2.1.
		УК-2.2. Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	Знать: - пути становления и развития российского рынка консультационных услуг в сфере рекламы и СО – 3-УК-2.2. Уметь: - применять системный подход для выявления и оценки проблемных ситуаций – У-УК-2.2. Владеть: - навыками разработки планов, программ и других материалов прогнозно-аналитического характера в области рекламы и связей с общественностью – Н-УК-2.2.

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		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	Знать: - основные этапы консалтингового проекта – 3-УК-2.3. Уметь: - практически применять знания консалтинга в области рекламы и связей с общественностью – У-УК-2.3. Владеть: - методами оценки результативности консультирования – Н-УК-2.3.
Профессиональные компетенции			
	ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	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	Знать: - задачи и методы управленческого консультирования в рекламе и СО – 3-ПКУВ-1.1. Уметь: - устанавливать необходимые консультант-клиентские отношения – У-ПКУВ-1.1. Владеть: - навыками экспертного, процессного и обучающего консультирования– Н-ПКУВ-1.1.
		ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью	Знать: - основы политического консалтинга – 3-ПКУВ-1.2. Уметь: - самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в коммерческой, так и в некоммерческой сферах – У-ПКУВ-1.2. Владеть: - навыками участия в консультативной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью – Н-ПКУВ-1.2.

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды консалтинговых услуг – 3-ПКУВ-1.3. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать результаты социологических и маркетинговых исследований в сфере коммуникационного консалтинга – У-ПКУВ-1.3. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знаниями, необходимыми современным специалистам по коммуникационному консалтингу – Н-ПКУВ-1.3.

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 час.

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС	Контроль
1	Тема 1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью	14	2	4	–	8	
2	Тема 2. Субъекты и объекты консалтинговой деятельности	14	2	4	–	8	
3	Тема 3. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика	14	2	4	–	8	
4	Тема 4. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг	14	2	4	–	8	
5	Тема 5. Политический консалтинг в России	12	2	2	–	8	
6	Тема 6. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании	12	2	2	–	8	
7	Тема 7. Роль консалтинговой фирмы в планировании избирательной кампании	14	2	2	–	10	
8	Тема 8. Обучение и повышение квалификации сотрудников в	14	2	2	–	10	

	сфере коммуникационного консалтинга						
	Зачет	–	–	–	–	–	–
ИТОГО:		108	16	24	–	68	–

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью	2	Возникновение консалтинга и его превращение в профессию: историческая ретроспектива. Современное состояние и перспективы развития консалтинга в мире. Эволюция взглядов на консультирование. Консалтинг как полиаспектный сегмент в сфере рекламы и связей с общественностью. Определения и сущность консалтинга, виды консалтинговых услуг. Консалтинг как способ разрешения противоречий внутри социальной системы. Основания консалтинга.	3-УК-2.1. 3-УК-2.2. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3.	[1-4]
2	Тема 2. Субъекты и объекты консалтинговой деятельности	2	Субъекты и объекты консультирования, достоинства и недостатки внутреннего консультанта, работающего на постоянной основе, и внешнего консультанта, как независимого специалиста, предоставляющего услуги и свой интеллектуальный ресурс на основе возмездного договора. Специализации внешних консультантов. Преимущества внутреннего и внешнего консультанта перед менеджерами.	3-УК-2.1. 3-ПКУВ-1.3.	[1-4]
3	Тема 3. Консалтинговый процесс и консалтинговый	2	Сущность и специфика форм консультирования по применяемым методам: экспертное,	3-УК-2.1. 3-УК-2.3. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3.	[1-4]

	проект: сущность, стадии, этапы, специфика		<p>процессное и обучающее консультирование. Особенности метода Т-группы при обучающем консультировании. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: определения, сущность, отличительные характеристики. Стадии консалтингового процесса: предпроектная, проектная, послепроектная. Этапы консалтингового проекта: диагностика, разработка решения, внедрение решения. Исследовательские и аналитические инструменты, применяемы консультантами на практике. Мониторинг и оценка результатов консалтинговых услуг</p>		
4	Тема 4. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг	2	<p>Социально-психологические основы консультирования в рекламе и связях с общественностью. Консультирование как способ психологического взаимодействия консультанта с клиентом. Проблема установления «рабочего союза». Правила эффективного взаимодействия клиента и консультанта. Применение проблемно-ориентированного или клиенториентированного подхода при работе консультанта с клиентом: достоинства и недостатки. Т-образный профиль консультанта. Жизненный цикл отношений «клиент - консультант». Особенности процедуры выбора консультантов клиентами. Ценообразование на консалтинговые услуги и</p>	3-УК-2.3. 3-ПКУВ-1.1.	[1-4]

			финансирование деятельности консультантов, типы договоров на услуги консультанта и возмездной оплаты.		
5	Тема 5. Политический консалтинг в России	2	Понятие политического консультирования. Состояние и перспективы развития рынка политического консалтинга. Различные национальные модели политического консалтинга. Технология создания политических имиджей. Психологические особенности восприятия политика населением. Анализ целевых групп при формировании имиджа политика	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2.	[1-4]
6	Тема 6. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании	2	Основные виды выборов. Предвыборные (или избирательные) технологии. Основные этапы работы штаба избирательной кампании. Сбор информации. Задачи консультанта в период проведения избирательной кампании.	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2.	[1-4]
7	Тема 7. Роль консалтинговой фирмы в планировании избирательной кампании	2	Основные модели и методы проведения избирательной кампании. Информационная модель политической рекламы и агитации. Процесс позиционирования в выстраивании первичного политического образа кандидата или партии. Достоинства и недостатки различных форм и видов консультирования.	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2.	[1-4]
8	Тема 8. Обучение и повышение квалификации сотрудников в сфере коммуникационного консалтинга.	2	Обучение новых сотрудников по специальным программам. Оценка результатов обучения. Предметы, изучаемые во время начальной подготовки. Методы	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3.	[1-4]

			обучения. Основные задачи и направления повышения квалификации сотрудников в сфере коммуникационного консалтинга. Организация и методы переподготовки.		
Итого:		16			

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание занятия	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью	4	1. Вопросы для обсуждения: - История становления и развития консалтинга в зарубежных странах и России - Цели, задачи, определение предметной области и потенциала консалтинга в рекламе и СО. - Дайте определение понятия «консалтинг», покажите его место и роль в системе подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью 2. Дискуссия “Междисциплинарный характер консалтинга”	3-УК-2.1. 3-УК-2.2. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.2. У-УК-2.3. Н-ПКУВ-1.3.	[1-4]
2	Тема 2. Субъекты и объекты консалтинговой деятельности	4	1. Вопросы для обсуждения: - Какие методы диагностики и прогнозирования используют консалтинговые компании? - Какие крупнейшие зарубежные и отечественные консалтинговые компании представлены в России? - Специфика работы консультантов и виды консультационной деятельности 2. Устный опрос	3-УК-2.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1. Н-УК-2.1. Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.2.	[1-4]
3	Тема 3.	4	1. Вопросы для	3-УК-2.1.	[1-4]

	Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика		обсуждения: - Консалтинговый процесс и коммуникации в консалтинге - Стратегии, технологии и техники профессионального консультирования в связях с общественностью 2. Доклады студентов	3-УК-2.3. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.1. У-УК-2.2. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.2. Н-УК-2.1. Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.1.	
4	Тема 4. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг	4	1. Вопросы для обсуждения: - Персональные качества консультанта. - Взаимоотношения с клиентскими организациями - социальные и правовые аспекты. - Ценообразование на консалтинговые услуги в сфере рекламы и СО. - Организация выполнения консультационных услуг. - Эффективность консультационных услуг - количественные и качественные показатели. 2. Доклады студентов	3-УК-2.3. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1. Н-УК-2.3. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2.	[1-4]
5	Тема 5. Политический консалтинг в России	2	1. Практическое задание - Схематично изобразите содержание и ресурсы избирательных технологий. - Перечислите основные виды избирательных стратегий, использованных в избирательной кампании 2018 г. кандидатами в президенты РФ - Особенности работы политического консультанта по формированию имиджа регионального отделения одной из политических партий Российской Федерации (по выбору). 2. Устный опрос	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. У-УК-2.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.3. Н-УК-2.1. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2.	[1-4]
6	Тема 6. Особенности деятельности политического консультанта во	2	1. Практическое задание - Определите основные направления работы штаба избирательной кампании, его структуру и	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. У-УК-2.2. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1.	[1-4]

	время избирательной кампании		функции. - Охарактеризуйте последовательные этапы избирательной кампании на примере какой-либо избирательной кампании (по выбору студента) 2. Доклады студентов 3. Устный опрос	Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.2.	
7	Тема 7. Роль консалтинговой фирмы в планировании избирательной кампании	2	1. Практическое задание - Сформулируйте основные направления в планировании PR-кампании в рамках стратегии избирательной кампании с установкой на победу. Аргументируйте свой ответ. 2. Устный опрос	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. У-УК-2.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1. У-ПКУВ-1.3. Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.3.	[1-4]
8	Тема 8. Обучение и повышение квалификации сотрудников в сфере коммуникационного консалтинга	2	1. Вопросы для обсуждения: - Коммуникационный этикет - Критерии профессионального роста консультанта, продвижение по служебной лестнице - уровни должностей и их характеристики - Подбор и отбор кандидатов в консультационную организацию 2. Устный опрос 3. Доклады студентов	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.2. Н-УК-2.3. Н-ПКУВ-1.3.	[1-4]
Итого:		24			

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Вид СРС	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью	8	Работа с литературными источниками, подготовка к дискуссии	3-УК-2.1. 3-УК-2.2. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.2. У-УК-2.3. Н-ПКУВ-1.3.	[1-4]
2	Тема 2. Субъекты и объекты консалтинговой деятельности	8	Работа с литературными источниками, подготовка к устному опросу.	3-УК-2.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1.	[1-4]

				Н-УК-2.1. Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.2.	
3	Тема 3. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика	8	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией	3-УК-2.1. 3-УК-2.3. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.1. У-УК-2.2. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.2. Н-УК-2.1. Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.1.	[1-4]
4	Тема 4. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг	8	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией	3-УК-2.3. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1. Н-УК-2.3. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2.	[1-4]
5	Тема 5. Политический консалтинг в России	8	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, создание оригинальных рекламных текстов, подготовка к устному опросу.	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. У-УК-2.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.3. Н-УК-2.1. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2.	[1-4]
6	Тема 6. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании	8	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией, подготовка к устному опросу	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. У-УК-2.2. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1. Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.2.	[1-4]
7	Тема 7. Роль консалтинговой фирмы в планировании избирательной кампании	10	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. У-УК-2.1. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.1. У-ПКУВ-1.3. Н-УК-2.2. Н-ПКУВ-1.3.	[1-4]
8	Тема 8. Обучение и повышение квалификации сотрудников в сфере коммуникационного консалтинга	10	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-2.3. У-ПКУВ-1.2. Н-УК-2.3. Н-ПКУВ-1.3.	[1-4]
Итого:		68			

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Блюмин А. М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования : учебник для бакалавров / А.М. Блюмин. – Москва : Дашков и К, 2017. – 364 с. – ISBN 978-5-394-01897-8. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/402978> (дата обращения: 12.09.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2. Кован, С. Е. Антикризисный консалтинг : учебное пособие / С. Е. Кован. — Москва : Финансовый университет, 2013. – 136 с. – ISBN 978-5-7942-1002-6. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/505002> (дата обращения: 12.09.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3. Скрипникова Н. Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations : теоретические брифы. учебное пособие / Н. Н. Скрипникова. – Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. – 53 с. – ISBN 978-5-89040-561-6. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html> (дата обращения: 12.09.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Шарков Ф. И. – Москва : Дашков и К, 2016. – 408 с. – ISBN 978-5-394-01969-2 – URL: <http://znanium.com/catalog/product/291622> (дата обращения: 12.09.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4.2.2 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам университета. СГУ обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам. В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:

1. Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017-]. – URL: <http://lib.sutr.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Текст : электронный.
2. ScienceDirect : полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. – URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3. SpringerNature : полнотекстовая база данных / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4. IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «www.iprbookshop.ru». – Саратов, [2010-]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5. Znanium.com : электронно-библиотечная система / ЭБС Znanium.com, ООО «Научно-издательский центр Инфра-М». –Москва, [2011-]. – URL: <http://znanium.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. – Москва, [2004-]. – Режим доступа: <https://rusneb.ru> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

7. Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, [1997-]. – URL <https://polpred.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

8. КонсультантПлюс : справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

9. КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон. дан. – Москва, [2014-]. – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Текст : электронный.

10. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Москва, [2000-]. – URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ

Зав. библиотекой



Мысина Е.С.

4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется в форме проведения устного опроса, докладов, практических заданий. Форма промежуточной аттестации – зачет.

Содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, предназначенном для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- вопросы к устному опросу;
- темы докладов;
- практические задания;
- вопросы к зачету.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

по дисциплине «Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью»

1. Определение консалтинга.
2. Консалтинг в рекламе и связях с общественностью: сущность, структура, функции.
3. Возникновение управленческого консультирования в зарубежных странах и России.
4. Специфика работы консультантов и виды консультационной деятельности.
5. Стадии процесса консультирования.
6. Профессиональные и этические кодексы консультантов по связям с общественностью
7. Взаимодействие и психологические проблемы взаимоотношений «консультант — клиент».
8. Организационная подготовка, определение целей, задач, видов и типов коммуникационного исследования.
9. Коммуникационный аудит как инструмент диагностики, сбор и анализ предварительной информации
10. Сущность и характеристика коммуникационного консалтинга.

11. Предметная область и возможности коммуникационного консалтинга.
12. Общефункциональные, отраслевые и прикладные задачи коммуникационного консалтинга.
13. Консалтинг корпоративных коммуникаций.
14. Коммуникационный консалтинг в политико-административной сфере.
15. Коммуникационный консалтинг в общественном секторе.
16. Использование консалтинга в сфере интегрированных коммуникационных систем, рекламе, брендинге и корпоративной культуре.
17. Управленческая структура и функции консалтинговых организаций, занимающихся коммуникационными проблемами.
18. Рынок консалтинговых услуг в сфере коммуникационного бизнеса.
19. Взаимоотношения с клиентскими организациями - социальные и правовые аспекты.
20. Финансово-экономические основы коммуникационного консалтинга.
21. Ценообразование на консалтинговые услуги в сфере рекламы и СО.
22. Организация выполнения консультационных услуг.
23. Эффективность консультационных услуг - количественные и качественные показатели.
24. Персональные качества консультанта.
25. Коммуникационный этикет.
26. Критерии профессионального роста консультанта, продвижение по служебной лестнице - уровни должностей и их характеристики.
27. Подбор и отбор кандидатов в консультационную организацию.
28. Обучение и повышение квалификации сотрудников в сфере коммуникационного консалтинга.
29. Технология политического консалтинга и его объемы.
30. Типология политического консалтинга.
31. Сущность политического прогнозирования и типология политических прогнозов.
32. Консалтинг в кризисных политических ситуациях.
33. Избирательный процесс и его процедуры.
34. Этапы формирования политического имиджа.
35. Консалтинг продвижения профессиональных качеств политического лидера.
36. Консалтинг технологий восстановления политического имиджа.
37. Консалтинг предварительного этапа избирательной кампании.
38. Консалтинг подготовительного этапа избирательной кампании.
39. Консалтинг этапа выдвижения и регистрации кандидата.
40. Консалтинг агитационного этапа избирательной кампании.
41. Консалтинг этапа голосования и подведения итогов.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

Дисциплина «Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью» изучается студентами на четвертом курсе в 8-м семестре. Дисциплина служит основой для формирования представлений о принципах, категориях, сущности консалтинга, областях его применения и основных направлениях, содержании и формах проявления консультирования в рекламе и связях с общественностью, приобретения умений и навыков, необходимых для оказания консалтинговых услуг, о специфике развития данной области деятельности в современных российских условиях.

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, решают практические задачи по указанию преподавателя, усваивают и повторяют основные понятия. Студенты изучают теоретический материал в соответствии с программой курса, готовятся к практическим занятиям, делают сообщения, самостоятельно готовятся к сдаче зачета, прорабатывая необходимый материал согласно перечню терминов, контрольных вопросов и списку рекомендованной литературы.

Практические занятия требуют активного участия всех студентов в обсуждении вопросов, выносимых на семинар.

Характер и количество задач, решаемых на практических занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки решения ими учебных заданий и практических задач, выполнения домашних заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки с дальнейшим групповым обсуждением.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа студентов подразумевает выполнение заданий, развивающих и укрепляющих навыки поиска, оценки, отбора и изложения информации.

Самостоятельный контроль знаний проводится регулярно с помощью вопросов к разделам в учебниках, вопросов к темам лекций, тестовым заданиям в учебниках по темам, проверки знаний основных терминов.

Для допуска к сдаче зачета по дисциплине студенты обязаны выполнить все полученные задания, успешно пройти рубежный контроль.

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания сообщений;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной работы.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие учебно-методических материалов, тем сообщений, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

Преподавание дисциплины ведется с применением элементов следующих видов образовательных технологий:

по видам учебной работы:

- лекция - устное систематическое и последовательное изложение материала по какой-либо проблеме, методу, теме вопроса. По способу изложения материала существуют: проблемная, лекция – визуализация, бинарная лекция, лекция-пресс-конференция, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с заранее запланированными ошибками и др.;

- практическое занятие - это занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории, направленное на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы, которое формирует практические умения (вычислений, расчетов, использования таблиц, справочников и т.д.) Практические занятия проводятся в виде: деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, тренингов, бесед, дискуссий, взаимообучения;

- самостоятельная работа студентов - вид деятельности, при котором в условиях систематического уменьшения прямого контакта с преподавателем студентами выполняются учебные задания;

- организация и проведение консультаций;
- проведение зачета.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Студенты в полном объеме обеспечены библиотечной учебной и учебно-методической литературой. Отдел справочно-библиографических и электронных систем библиотеки СГУ включает в свою структуру читальный зал электронных ресурсов.

Перечень лицензионного программного обеспечения

OS Microsoft Windows – Лицензионные договора №0318100046815000032-0003440-01 (08/16д) от 13.01.2015, №0318100046815000030-0003440-01 (06/16д) от 13.01.2015

Microsoft Office 2013 Professional Plus, Договор № 05/16 гпд от 13.01.2015г, срок соглашения бессрочный

Антивирус Касперского – Лицензионный договор №ВК100011676/17 (39/17д) от 02.02.2017