

**АННОТАЦИЯ**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Консалтинг в рекламе и связях с общественностью»**  
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Целью дисциплины** является освоение студентами теоретических знаний и получение практических навыков, касающихся консультативного коммуникационного поля и консультационного продукта, особенностей устройства консалтинговой сферы оказания услуг в области рекламы и ПР, а также особенностей деятельности консалтингового агентства (фирмы) и консультантов в рекламной и ПР-отрасли.

**Задачи дисциплины:**

Освоить навык нахождения релевантных текущей бизнес-ситуации организационно-управленческих решений;

Изучить модели реализации консалтинговых услуг и типы консалтинговой информации, соответствующей жизни современной организации;

Рассмотреть накопленный в общемировой практике опыт методического и технического сопровождения процесса оказания консультационных услуг;

Сформировать актуальные знания навыки и умения применения консалтинговых моделей в рекламной отрасли и PR-сфере.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:**

Очная форма

Дисциплина «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью» Б1.В.ОД.3 относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. Она изучается в седьмом семестре.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций, методы научных исследований, основы маркетинговой деятельности, организации деловых коммуникаций и т.д. (предшествующие дисциплины: Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Методы научных исследований, Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, Технологии имиджмейкинга, Искусство, Основы маркетинга, Профессионально-творческая производственная практика, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Внутрифирменные коммуникации, Коммуникационный менеджмент, Управление стартапами в социальном предпринимательстве, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы интегрированных коммуникаций, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Профессионально-творческая производственная практика, Профессионально-творческая производственная практика, Современная пресс-служба, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Современные финансовые инструменты в социальном предпринимательстве).

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:**

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Основы брендинга, Продвижение СМИ, Медиапланирование, Реклама и связи с общественностью в

государственных учреждениях, Управление общественным мнением, Поведение потребителей, Стимулирование сбыта, Современные международные отношения и система глобальных коммуникаций, Планирование антикризисных коммуникаций, Учебная практика - Проектная деятельность, Профессионально-творческая производственная практика, Преддипломная практика.

Заочная форма

Дисциплина «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью» Б1.В.ОД.3 относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. Она изучается в 9 семестре.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций, методы научных исследований, основы маркетинговой деятельности, организации деловых коммуникаций и т.д. (предшествующие дисциплины: Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Методы научных исследований, Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, Технологии имиджмейкинга, Искусство, Основы маркетинга, Профессионально-творческая производственная практика, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Внутрифирменные коммуникации, Коммуникационный менеджмент, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы интегрированных коммуникаций, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Профессионально-творческая производственная практика, Современная пресс-служба, Планирование антикризисных коммуникаций, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, PR в сфере культуры Учебная практика - Проектная деятельность Продвижение СМИ Поведение потребителей Основы брендинга Медиапланирование Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях Управление общественным мнением).

**Дисциплины, для которых данная дисциплина является сопутствующей:**

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для изучения дисциплин: Стимулирование сбыта, Современные международные отношения и система глобальных коммуникаций, Интернациональная и национальная реклама, Профессионально-творческая производственная практика, Преддипломная практика.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК 4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p><b>Знать:</b> основные концепции и направления современных клиент-ориентированных систем, анализировать во взаимосвязи экономические явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности;</p> <p><b>Уметь:</b> отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности, учитывая все аспекты функционирования современных коммуникаций и их технологии, методы управления, реализации маркетинговых исследований, основы</p>

	<p>проектной деятельности и нормы права.</p> <p><b>Владеть:</b> - навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>
<p>ПК 1 - Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> основы организации и оперативного планирования профессиональной деятельности для эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и обеспечения внутренней и внешней коммуникации;</p> <p><b>Уметь:</b> управлять внешними и внутренними коммуникациями организации, в том числе и в кризисных ситуациях, уметь применять результаты социологических исследований во внутренней и внешней коммуникационной политике организации;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками планирования, контроля и оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации.</p>
<p>ПК 5 - Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>	<p><b>Знать:</b> основы создания, структуру и принципы редактирования содержания аналитических справок, обзоров и прогнозов для решения непосредственных профессиональных задач;</p> <p><b>Уметь:</b> генерировать, планировать, презентовать, размещать соответствующий контент аналитических справок, обзоров и прогнозов, в том числе в социальных медиа; привлекать релевантную информацию из актуальных медийных источников для подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p><b>Владеть:</b> технологией создания текстов с учётом их тематической, содержательной, структурно-композиционной специфики; владеть навыками по выбору методов редактирования текстов для наиболее оптимального решения конкретных профессиональных задач.</p>
<p>Код и наименование реализуемой компетенции</p>	<p>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</p>

### 3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

### 4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса
- проведение групповых дискуссий на семинарских занятиях

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- выполнение практических домашних заданий, направленных на обработку практических навыков

### 5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний).

Промежуточный контроль проводится в формате контрольных работ.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.