


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Председатель



**УТВЕРЖДЕНО**  
 решением Ученого совета факультета  
 от 20 июня 2019 г., протокол № 13/205  
 /Магомедов А.К./  
 (подпись, расшифровка подписи)  
 «20» июня 2019 г

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2019 г.


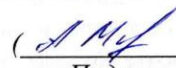
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 02.06.2020 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Андреева Ю.В.	СОРиК	К.п.н.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
 / Магомедов А.К. / Подпись / ФИО « 4 » июня 2019 г.	 / Магомедов А.К. / Подпись / ФИО «4» июня 2019 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

## 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 PR, а также особенностей деятельности консалтингового агентства (фирмы) и консультантов в рекламной и PR-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:

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,


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Преддипломная практика.

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

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 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>
ПК 1 - Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<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>
ПК 5 - Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	<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</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

	подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов; <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.
--	--

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего)   2  


4.2. по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>  заочная  </u> )			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		9		
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		
Лекции	4	4		
семинарские и практические занятия	4	4		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практическая работа 1, Практическая работа 2, Практическая работа 3, Практическая работа 4, Проект		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачёт (4)		
Всего часов по дисциплине	72	72		


#### 4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения   заочная  

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия					
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы	Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

<b>Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга</b>							
Тема 1. Введение в рекламный и PR-консалтинг	4	2				2	-
Тема 2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности	8					8	Подготовка конспекта по Теме 2, проверка выполнения Практического задания 1
Тема 3. Консалтинг по объекту информирования и институциональному субъекту	4					4	Подготовка конспекта по Теме 3
Тема 4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности	4					4	Подготовка конспекта по Теме 4
Тема 5. Саморегулирование в рекламном и PR-консалтинге	10		2		2	8	Подготовка конспекта по Теме 5, проверка выполнения Практического задания 2
<b>Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и PR</b>							
Тема 6. Модель процессуального консалтинга	12	2				10	Подготовка конспекта по Теме 6, проверка выполнения Практического задания 3
Тема 7. Экспертная модель консалтинга	10					10	Подготовка конспекта по Теме 7, проверка выполнения Практического задания 4
Тема 8. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство	4					4	Подготовка конспекта по Теме 8
Тема 9. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и PR-деятельности	12		2		2	10	Подготовка конспекта по Теме 9, устный опрос, защита проекта

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

							(презентация)
Итого	68	4	4			60	

**68 +4(ЗАЧЁТ) = 72**

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга

#### Тема 1. Введение в рекламный и ПР-консалтинг.

Основные понятия консалтинга: базовая и вспомогательные дефиниции термина «консалтинг» функции консалтинга. История становления и развития консалтинга как формы предоставления услуги. Основы рекламной консалтинговой деятельности: классификация, место в рекламном процессе, его принципиальная схема, участники, составляющие. Специфика рекламного консалтингового продукта.

#### Тема 2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности.

Коммуникативная деятельность рыночного субъекта. Консалтинг в маркетинговых коммуникациях и его роль в рекламной коммуникации. Консалтинг субъектов рекламной коммуникации: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламной информации. Предназначение, формальные атрибутивные признаки, принципы анализа и оценки эффективности.

#### Тема 3. Консалтинг по объекту рекламного информирования и институциональному субъекту.

Консалтинг в сфере коммерческой, политической, социальной и имиджевой рекламы. Особенности консультирования по объекту каждого вида рекламы (товар / услуга, политическая идея, социальная ценность; имидж субъекта рекламы). Институциональный субъект каждого вида рекламы (товаро- / услугопроизводитель, политический субъект в условиях выборов, НКО и государство). Консалтинг в области имиджевой проекционной стратегии.

#### Тема 4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности.


Государственный контроль в сфере рекламы и система саморегулирования. Функции антимонопольных органов (федерального и территориальных). Функции Экспертного совета по применению законодательства о рекламе. Законодательство в области рекламы. Цели законов, регулирование рекламы отдельных видов товаров.

#### Тема 5. Саморегулирование в рекламном и ПР-консалтинге.

Саморегулирование в рекламе: международный и национальный уровень. Мировая практика саморегулирования в рекламе. Основные саморегулируемые организации в России, их цели и задачи (РСР, АКАР, РО IAA, САМИ, КонфОП и др.). Российская академия рекламы. Общественная комиссия по этике и добросовестности в рекламе. Этические рекламные кодексы: «Международный кодекс рекламной практики» (МКРП), «Голубая книга» («Реклама и саморегулирование»); «Российский рекламный кодекс». Этические ПР-кодексы. Субъекты большого бизнеса и их роль в развитии рынка рекламных услуг (Ассоциация рекламодателей, РусБренд).

### Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и ПР.

#### Тема 6. Модель процессуального консалтинга.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Определение проблемных областей консультирования. Особенности взаимодействия с рекламодателем как основным потребителем консультационных услуг. Методы получения информации для организации процесса консультирования. Диагностические процедуры консультирования в области рекламы. Структура диагностики организационно-управленческих проблем в области оказания консалтинговых услуг. Формулировка технического задания. Соотношение реальных/формальных проблем в области рекламного консультирования. Типовые ситуации в рекламной деятельности организации. Причинный анализ. Консультационное резюме.

### **Тема 7. Экспертная модель консалтинга**

Определение задач экспертного консалтинга. Назначение экспертизы в рекламной практике. Виды экспертизы рекламы. Цели экспертной оценки. Экспертный консалтинг в сфере продвижения продукта. Работа с/над стратегическим маркетинговым планом. Трактовки взаимоотношений создателя товара и потребителя. Прогнозируемое поведение потребителя. Задачи консультанта в сфере рекламы. Консалтинг в сфере PR, планирование PR деятельности компании.

### **Тема 8. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство.**

Пересчет затрат на рекламное производство в рекламных фирмах. Переоценка прибыли и других элементов чистого дохода по норме прибыли. Дополнительный товарооборот по воздействию рекламы. Эффект проведенного рекламного мероприятия и его сопоставление с затратами на осуществление. Эффективность воздействия рекламных средств. Методики оценки эффективности наружной, ТВ, печатной рекламы. Недостатки рекламы.

### **Тема 9. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и PR-деятельности.**

Цели и задачи обучающего консалтинга. Возможности реализации модели обучающего консалтинга в области рекламной практики. Требования к персоналу рекламного агентства. «Жизненный цикл» персонала. Виды и характеристики групп персонала в рекламной фирме. Области запроса обучающего консалтинга в сфере рекламы. Формы активизации творческих, креативных ресурсов персонала рекламных фирм. Активные методы обучения. Методы групповой работы. Тренинг – как форма отработки практических навыков профессиональной рекламной деятельности. Виды тренингов и основные требования к его реализации. Мастер-класс - особенность наглядной демонстрации. Кейс-Метод – форма глубинного погружения в ситуацию, требующую вмешательства извне. Коучинг – форма персонального консалтинга.


## **1. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ИЛИ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга**

Тема 1. Введение в рекламный и PR-консалтинг.

#### **Вопросы:**

- История развития консалтинговых услуг зарубежом?
- Становление и развитие консалтинговой отрасли в России: этапы?
- Место рекламного консалтинга в консалтинговой отрасли?
- Виды консалтингового продукта: советvsответственность за решение?

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Тема 2. Специфика рекламного консалтинга и PR-консалтинга как вида коммуникативной деятельности.

2.1. Вопросы:

- Консалтинг в маркетинговых коммуникациях и его роль в рекламной коммуникации.
- Консалтинг субъектов рекламной коммуникации.
- Характеристики рынков сбыта: переделы рынков
- Отличие консалтинга от клиринговых операций

2.2. Практическая работа 1. «Мониторинг российских консалтинговых агентств в сфере маркетинга, рекламы и PR».

Сделать обзор консалтинговых компаний России, предлагающих услуги в области маркетинга, PR и рекламы. Работу подготовить в виде аналитического отчёта.

Тема 3. Консалтинг по объекту информирования и институциональному субъекту.

Вопросы:

- Консалтинг в сфере коммерческой рекламы
- Политический консалтинг
- Консалтинг в области социально-психологической оценки события
- Имидж-консалтинг

Тема 4. Консалтинг в системе регулирования рекламной и PR-деятельности.

Вопросы:

- В чем заключается функция антимонопольных органов
- Экспертный совет как субъект консалтинга
- Принципы и формы регулирования отдельных видов товаров

Тема 5. Саморегулирование в консалтинге.

5.1. Вопросы:

- Мировая практика саморегулирования в рекламе.
- Основные саморегулируемые организации в России
- Общественная комиссия по этике и добросовестности в рекламе.
- Этические рекламные кодексы
- Ассоциации рекламодателей

5.2. Практическая работа 2. «Региональное поле консалтинговых услуг».

На основе местных материалов СМИ и личного опроса консультационных фирм выясните: какие, виды консультационных услуг являются приоритетными в Ульяновске, в Ульяновской области. Работу подготовить в виде аналитического отчёта.


**Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и PR.**

Тема 6. Модель процессуального консалтинга.

6.1. Вопросы:

- Определение проблемных областей консультирования.
- Особенности взаимодействия с рекламодателем как основным потребителем консультационных услуг.
- Методы получения информации для организации процесса консультирования.
- Диагностические процедуры консультирования в области рекламы.
- Структура диагностики организационно-управленческих проблем в области оказания консалтинговых услуг.
- Формулировка технического задания.



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

- Соотношение реальных/формальных проблем в области рекламного консультирования. Типовые ситуации в рекламной деятельности организации.
- Причинный анализ.
- Консультационное резюме.

#### 6.2. Практическая работа 3. «Консалтинг коммуникативной политики организации»

Провести анализ коммуникативной активности выбранной компании (методы – анализ документов, анализ медиаполя, анализ социальных сетей и сайта компании).

Выявить:

- основные проблемы компании;
- целевые группы общественности;
- стейкхолдеров;
- основные каналы взаимодействия;
- основные инструменты PR;
- оценить эффективность технологий и инструментария.

Работу подготовить в виде аналитического отчёта.

### Тема 7. Экспертная модель консалтинга

#### 7.1. Вопросы:

- Определение задач экспертного консалтинга.
- Назначение экспертизы в рекламной практике.
- Виды экспертизы рекламы.
- Цели экспертной оценки.
- Экспертный консалтинг в сфере продвижения продукта.
- Работа с/над стратегическим маркетинговым планом.
- Трактовки взаимоотношений создателя товара и потребителя.
- Прогнозируемое поведение потребителя.
- Задачи консультанта в сфере рекламы.
- Консалтинг в сфере предпринимательства.
- Особенность функций торговых посредников.
- Рекомендации для рекламного агента.
- Планирование рекламной и PR – деятельности предприятия.
- Цели проведения специальных рекламных кампаний.
- Последовательность планирования и взаимодействие с разными группами общественности.

7.2. Практическая работа 4. «Исследовательские технологии в консалтинге»: выполнить анализ коммуникативной политики конкурентов выбранного предприятия.


Провести анализ коммуникативной активности одного-двух конкурентов компании (методы – анализ документов, анализ медиаполя, анализ социальных сетей и сайта компании).

Выявить:

- основные проблемы компании;
- целевые группы общественности;
- стейкхолдеров;
- основные каналы взаимодействия;
- основные инструменты PR;
- оценить эффективность технологий и инструментария.

Провести сравнительный анализ выбранной компании и её конкурентов. Проект оформить в виде аналитического отчёта.

Результаты практических заданий 3 и 4 представить в виде проекта на защиту и оформить в форме PR презентации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

## Тема 8. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство

Вопросы:

- Пересчет затрат на рекламное производство в рекламных фирмах.
- Переоценка прибыли и других элементов чистого дохода по норме прибыли. Дополнительный товароборот по воздействию рекламы.
- Эффект проведенного рекламного мероприятия и его сопоставление с затратами на осуществление.
- Эффективность воздействия рекламных средств.
- Методики оценки эффективности наружной, ТВ, печатной рекламы.

## Тема 9. Обучающая модель реализации консалтинга.

Вопросы:

- Цели и задачи обучающего консалтинга.
- Возможности реализации модели обучающего консалтинга в области рекламной практики.
- Требования к персоналу рекламного агентства.
- «Жизненный цикл» персонала.
- Виды и характеристики групп персонала в рекламной фирме.
- Области запроса обучающего консалтинга в сфере рекламы.
- Формы активизации творческих, креативных ресурсов персонала рекламных фирм. Активные методы обучения.
- Методы групповой работы.
- Тренинг – как форма отработки практических навыков профессиональной рекламной деятельности.
- Виды тренингов и основные требования к его реализации.
- Мастер-класс - особенность наглядной демонстрации.
- Кейс-Метод – форма глубинного погружения в ситуацию, требующую вмешательства извне.
- Коучинг – форма персонального консалтинга.

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Не предусмотрено по учебному плану.

## 8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.


## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЁТУ

№	Формулировка вопроса
1.	История развития консалтинговых услуг в Европе и Северной Америке.
2.	Подходы к определению и пониманию специфики консультационного продукта.
3.	Становление и развитие консалтинговой отрасли в России: этапы.
4.	Место рекламного консалтинга и консалтинга в сфере связей с общественностью в консалтинговой отрасли.
5.	Виды консалтингового продукта: совет vs ответственность за решение.
6.	Консалтинг в маркетинговых коммуникациях и его роль в рекламной коммуникации.
7.	Консалтинг субъектов рекламной коммуникации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

8.	Характеристики рынков сбыта: переделы рынков
9.	Отличие консалтинга от клиринговых операций
10.	Консалтинг в сфере коммерческой рекламы
11.	Политический консалтинг
12.	Консалтинг в области социально-психологической оценки события
13.	Имидж-консалтинг
14.	Экспертный совет как субъект консалтинга и функции антимонопольных органов
15.	Принципы и формы регулирования отдельных видов товаров
16.	Мировая практика саморегулирования в рекламе.
17.	Основные саморегулируемые организации в России
18.	Общественная комиссия по этике и добросовестности в рекламе.
19.	Этические рекламные и PR-кодексы
20.	Ассоциации рекламодателей и специалистов в сфере PR
21.	Модель процессуального консалтинга: определение проблемных областей консультирования.
22.	Особенности взаимодействия с рекламодателем как основным потребителем консультационных услуг.
23.	Методы получения информации для организации процесса консультирования.
24.	Диагностические процедуры консультирования в области рекламы.
25.	Структура диагностики организационно-управленческих проблем в области оказания консалтинговых услуг.
26.	Формулировка технического задания; заключение договора на оказание услуг.
27.	Соотношение реальных/формальных проблем в области рекламного консультирования.
28.	Типовые ситуации в рекламной деятельности организации.
29.	Причинный анализ.
30.	Консультационное резюме: презентации, формы отчетных документов.
31.	Экспертная модель рекламного консалтинга: определение задач экспертного консалтинга и назначение экспертизы
32.	Виды экспертизы рекламы.
33.	Алгоритмы экспертной оценки в зависимости от цели.
34.	Экспертный консалтинг в сфере продвижения продукта. Работа с/над стратегическим маркетинговым планом.
35.	Задачи консультанта в сфере рекламы. Трактовки взаимоотношений создателя товара и потребителя.
36.	Прогнозируемое поведение потребителя.
37.	Консалтинг в сфере предпринимательства.
38.	Особенность функций торговых посредников. Рекомендации для рекламного агента.
39.	Консалтинг в сфере PR.
40.	Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной деятельности.
41.	Методы групповой работы.
42.	Тренинг – как форма отработки практических навыков профессиональной рекламной деятельности.
43.	Мастер-класс - особенность наглядной демонстрации.
44.	Коучинг – форма персонального консалтинга.


## 9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		


Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе Интернет-источниками, а также конспектами лекций;
- выполнение практических работ, подготовка презентаций, устных сообщений, аналитических отчётов;
- подготовка к зачёту.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объём в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
Тема 1. Введение в рекламный и PR-консалтинг	Проработка учебного материала, конспекта темы	2	-
Тема 2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы, подготовка практического задания	8	Проверка конспекта по Теме 2 Проверка Практического задания 1
Тема 3. Консалтинг по объекту информирования и институциональному субъекту	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы	4	Проверка конспекта по Теме 3
Тема 4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы	4	Проверка конспекта по Теме 4
Тема 5. Саморегулирование в рекламном и PR-консалтинге	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы, подготовка практического задания	8	Проверка конспекта по Теме 5, проверка выполнения Практического задания 2
Тема 6. Модель процессуального консалтинга	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы, подготовка практического задания	10	Проверка конспекта по Теме 6, проверка выполнения Практического задания 3
Тема 7. Экспертная модель консалтинга	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы, подготовка практического задания	10	Проверка конспекта по Теме 7, проверка выполнения Практического задания 4
Тема 8. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство	Изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы	4	Проверка конспекта по Теме 8

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

Тема 9. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и ПР-деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, подготовка конспекта темы, подготовка защиты проекта	10	Проверка конспекта по Теме 9, устный опрос, защита проекта (презентация)
---	---	----	--

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература:

1. Шарков, Ф. И. Коммуникология : коммуникационный консалтинг / Шарков Ф. И. - Москва : Дашков и К, 2010. - 408 с. - ISBN 978-5-394-00777-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394007774.html>
2. 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. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

#### Дополнительная литература:


1. Кован, С. Е. Антикризисный менеджмент. Антикризисный консалтинг. Решение типовых задач. Практикум / Кован С. Е. - Москва : Проспект, 2017. - 192 с. - ISBN 978-5-392-21768-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392217687.html>
2. Володенков С.В., Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / Володенков С.В. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2015. - 272 с. - ISBN 978-5-19-010946-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785190109467.html>
3. Киреева, О. Ф. Коммуникационный консалтинг как средство обеспечения информационной безопасности в современном обществе / Киреева О. Ф. - Москва : Дашков и К, 2018. - 138 с. - ISBN 978-5-394-02993-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394029936.html>

#### Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю. В. Консалтинг в рекламе и связях с общественностью : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 413 КБ). - Текст : электронный. - URL : <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8199>

Согласовано:

*Л. В. Шиховская* / *Л. В. Шиховская* / *2019 г.*

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

**е) Программное обеспечение:**

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

**ф) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:**

**1. Электронно-библиотечные системы:**

- 1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон. дан. - Саратов, [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.
- 1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.
- 1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.
- 1.4. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.
- 1.5. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2019].

3. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.

4. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

**6. Федеральные информационно-образовательные порталы:**

6.1. Информационная система **Единое окно доступа к образовательным ресурсам**. Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

6.2. Федеральный портал **Российское образование**. Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

**7. Образовательные ресурсы УлГУ:**

7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>.

7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа: <http://edu.ulsu.ru>.

**8. Профессиональные информационные ресурсы:**

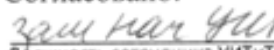
Журнал - <https://texterra.ru> инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей <https://metrika.yandex.ru/>

Конструктор сайтов - <http://www.setup.ru/>

Система контекстной рекламы - <http://www.google.ru/adwords/>

Университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки - <http://netology.ru/>


Согласовано:

  
Должность сотрудника УИТИТ

  
ФИО

  
подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

## 11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

## 12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;


– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.





Разработчик


доцент Андреева Ю.В.



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
2	Внесение изменений в п. 13 «Специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		2.06.20
4	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		2.06.20

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

## Приложение 1

### 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ


В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

## Приложение 2

### 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

в) *Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы*

#### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: [http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch\\_kit/x2019-128.html](http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

#### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. **Национальная электронная библиотека** : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. **SMART Imagebase** // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

#### 6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. **Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

#### 7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Согласовано:

зам. нач. учеб. | Ключкова СВ |  
Должность сотрудника УИТиТФИО      ФИО      Подпись      дата