

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 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:

Очная форма

Дисциплина «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью» 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, 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, Коммуникации в политических процессах и институтах. Учебная, производственная практики.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Реклама и связи с

общественностью в государственных учреждениях, Управление общественным мнением, Поведение потребителей, Планирование антикризисных коммуникаций, производственная практика, ГИА.

Заочная форма

Дисциплина «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью» 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, Основы маркетинга, Профессионально-творческая производственная практика, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, , Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы интегрированных коммуникаций, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR- кампаний, Поведение потребителей Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях. Современная пресс- служба, Планирование антикризисных коммуникаций, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Коммуникации в политических процессах и институтах, Учебная, производственная практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является сопутствующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для изучения дисциплин: Управление общественным мнением) Внутрифирменные коммуникации, Коммуникационный менеджмент PR в сфере культуры, производственная практика, ГИА.

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>Знать: 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>Уметь: 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>Владеть: - навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и</p>

	аудитории.
ПК 1 - Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: основы организации и оперативного планирования профессиональной деятельности для эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и обеспечения внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>Уметь: 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>Владеть: навыками планирования, контроля и оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации.</p>
ПК 5 - Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>Знать: основы создания, структуру и принципы редактирования содержания аналитических справок, обзоров и прогнозов для решения непосредственных профессиональных задач;</p> <p>Уметь: 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>Владеть: 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>
Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

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.