

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:25:45
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

16 июня 2022 г., протокол УС №6

МОДУЛЬ ДИСЦИПЛИН ПРОФИЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Консалтинг в связях с общественностью

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии	
Учебный план	b420301-ССО-22-4.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах: экзамены 7
в том числе:		
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	80	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	17 3/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	80	80	80	80
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

к.филос.н., Зав.к., Родермель Т.А.;ст. преподаватель, Ганеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины

Консалтинг в связях с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 16.06.2022 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой к.филос.н., доцент Родермель Т.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	подготовка специалистов, владеющих знаниями в области консультирования в сфере связей с общественностью и умеющих применять полученные знания и навыки в практической деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы проектирования в профессиональной деятельности
2.1.2	Теория и практика массовой информации
2.1.3	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (социальное проектирование)
2.1.4	Информационные технологии в средствах массовой информации
2.1.5	Основы связей с общественностью
2.1.6	Теория и практика рекламы
2.1.7	Основы теории коммуникации
2.1.8	Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (ознакомительно-производственная)
2.1.9	Введение в профессиональную деятельность
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Брендинг
2.2.2	Интегрированное продвижение в интернете и социальных медиа
2.2.3	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.2.4	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе
2.2.5	Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1.1: Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

ПК-1.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ПК-3.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию ком-муникационного продукта

ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде

ПК-4.3: Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций

ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

ПК-7.1: Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.1.2	основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в процессе консалтингового управления;
3.1.3	функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по ССО и рекламы в рамках коммуникационного и консалтингового процесса;
3.1.4	специфику деятельности в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;

3.1.5	основные виды коммуникационных мероприятий и кампаний, этапы их планирования и организации.
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и ССО, реализации коммуникационного продукта при консультировании;
3.2.2	организовать взаимодействие при решении поставленных перед коллективом задач и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
3.2.3	осуществлять профессиональные обязанности с учетом специфики работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью в рекламном агентстве; разработать план мероприятия, кампании продвижения;
3.2.4	провести исследования мнения потребителей и общественного мнения, осуществить обработку и подготовку данных для анализа
3.3	Владеть:
3.3.1	технологией копирайтинга в онлайн и офлайн среде в консалтинговом процессе; технологией организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями; тактическим планированием мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
3.3.2	навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве;
3.3.3	методами исчисления бюджета коммуникационной кампании, мероприятия, исследования их эффективности.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Консалтинг как вид профессиональной деятельности в системе связей с общественностью.					
1.1	Консалтинг как вид профессиональной деятельности в системе связей с общественностью. /Лек/	7	4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.10 Л2.12Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.2	Консалтинг как вид профессиональной деятельности в системе связей с общественностью. /Пр/	7	4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.3	Консалтинг как вид профессиональной деятельности в системе связей с общественностью. /Ср/	7	10	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.10Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.4	Субъекты и объекты консалтинговой деятельности. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика. /Лек/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.13Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	

1.5	Субъекты и объекты консалтинговой деятельности. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика. /Пр/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.10 Л2.11 Л2.13Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.6	Субъекты и объекты консалтинговой деятельности. Консалтинговый процесс и консалтинговый проект: сущность, стадии, этапы, специфика. /Ср/	7	10	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.7	Коммерциализация консультирования. Экономика и организация консалтинговых услуг. /Лек/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.13Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.8	Коммерциализация консультирования. Экономика и организация консалтинговых услуг. /Пр/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.12Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	

1.9	Коммерциализация консультирования. Экономика и организация консалтинговых услуг. /Ср/	7	15	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.13Л3.1 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.10	Причины обращения к услугам консультанта. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг. /Лек/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.11	Причины обращения к услугам консультанта. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг. /Ср/	7	15	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.12	Причины обращения к услугам консультанта. Процедура выбора консультанта и оплата его услуг. /Пр/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	

1.13	Политическая система и политический PR. Политический консалтинг и технологии PR в политике. Специфика PR-консультирования в политике. /Лек/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.2 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.14	Политическая система и политический PR. Политический консалтинг и технологии PR в политике. Специфика PR-консультирования в политике. /Пр/	7	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.2 Л2.3 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.15	Политическая система и политический PR. Политический консалтинг и технологии PR в политике. Специфика PR-консультирования в политике. /Ср/	7	15	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.2 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.16	Процедурные технологии в PR: медиация и фасилитация. /Лек/	7	4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.13Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.17	Процедурные технологии в PR: медиация и фасилитация. /Пр/	7	4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.18	Процедурные технологии в PR: медиация и фасилитация. /Ср/	7	15	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.13Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.19	/Контр.раб./	7	34	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-7.1 ПК-3.2 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5		
1.20	/Экзамен/	7	2			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлено отдельным документом

5.2. Темы письменных работ

Представлено отдельным документом

5.3. Фонд оценочных средств

Представлено отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Шарков Ф. И.	Консалтинг в связях с общественностью: учебник	М.: Экзамен, 2008	10
Л1.2	Шарков Ф. И.	Коммуникология: основы теории коммуникации	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013	20
Л1.3	Блинов А. О., Дресвянников В. А.	Управленческое консультирование: Учебник для магистров	Москва: Дашков и К, 2014, электронный ресурс	1
Л1.4	Шарков Ф.И.	Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020, электронный ресурс	1
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.5	Чуланова О.Л.	Кадровый консалтинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, электронный ресурс	1
Л1.6	Кардинская, С. В.	Консалтинг в связях с общественностью: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017, электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Уткин Э. А.	Консалтинг: Учебник	М.: ЭКМОС, 1998	10
Л2.2	Чумиков А. Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"	Москва: ИНФРА-М, 2013	5
Л2.3	Блюмин А. М.	Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования: Учебник для бакалавров	Москва: Дашков и К, 2015, электронный ресурс	1
Л2.4	Скрипникова Н.Н.	Реклама. Консалтинг. Public Relations: учебное пособие	Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015, электронный ресурс	1

Л2.5	Арсенова Е. В., Крюкова О. Г., Ряховская А. Н.	Зарубежная практика антикризисного управления: Учебное пособие	Москва: Издательство "Магистр", 2010, электронный ресурс	1
Л2.6	Сударьянто Я. П.	Международный рынок консалтинговых услуг в России	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2013, электронный ресурс	1
Л2.7	Чуланова О. Л.	Консалтинг персонала: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2016, электронный ресурс	1
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.8	Чуланова О. Л.	Консалтинг персонала: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2017, электронный ресурс	1
Л2.9	Чуланова О.Л.	Кадровый консалтинг: Учебник	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2018, электронный ресурс	1
Л2.10	Лапыгин Ю.Н.	Управленческий консалтинг: Учебник	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА-М", 2018, электронный ресурс	1
Л2.11	Забродин В. Ю.	Управленческий консалтинг. Социологический подход: Учебное пособие	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л2.12	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Реклама и связи с общественностью: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л2.13	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
6.1.3. Методические разработки				

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛЗ.1	Чуланова О. Л.	Управленческое консультирование: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016, электронный ресурс	1
ЛЗ.2	Яковенко Н. Н., Яковенко А. С.	Стратегия консалтинговой фирмы. Особенности разработки и осуществления: Монография	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015, электронный ресурс	1
ЛЗ.3	Ганеева Л. Д.	Консалтинг в связях с общественностью: методические рекомендации и задания для практических занятий и контрольных работ	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2020, электронный ресурс	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	http://pr-club.com/ Международный пресс-клуб
Э2	http://www.press-service.ru – «Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью
Э3	РАСО. Российская ассоциация по связям с общественностью. Режим доступа: http://www.raso.ru/
Э4	Советник. Популярный сайт о PR. Режим доступа: www.sovetnik.ru
Э5	Федеральный закон «О рекламе». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». Точка доступа: http://www.consultant.ru/popular/advert/

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.
-----	---