

Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

Ф.И.О. Загородняя Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 2020.10.24 12:05:39

Уникальный программный ключ:

fa4e30c19210ca13703417e417e417e

рабочей программы учебной дисциплины "Б1.В.05 Консалтинг в связях с

общественностью"

направления подготовки бакалавров "42.03.01 Реклама и связи с общественностью"

профиль подготовки "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

программа подготовки "бакалавр"

Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов умений и навыков, необходимых для работы в сфере консультационных услуг. В процессе изучения студенты должны проанализировать существующие отечественные и зарубежные источники по состоянию консалтинга в США, странах Западной Европы и в России; научиться проводить диагностику политической ситуации и уровня политической напряженности в обществе и в различных социально-политических структурах; овладеть методикой создания и поддержания имиджа политического лидера, формирования умений принимать управленческие решения в политической сфере, планировать политическую деятельность, включая избирательные кампании, политическое общение, поддержание политических связей и отношений.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение эволюции взглядов на консультирование;
- получение студентами необходимых знаний о сути, содержании и формах консультирования в современном мире;
- формирование представления о консультировании как одной из современных форм бизнеса;
- обучение студентов планированию и проведению избирательных кампаний и целевых политических PR-акций;
- получение студентами знаний о теоретических и методических основах организационного, кадрового и управленческого консультирования;
- определение места и роли политического консалтинга в системе консультационных услуг;
- сравнительный анализ моделей политического консалтинга;
- обучение теории и практике проведения консультирования с использованием профессиональных консультантов;
- овладение приемами и методами убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения;



— закрепление знаний и развитие навыков по практическому консультированию.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.
Политические технологии в консалтинговом процессе.
Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.
Модели политического консалтинга.
Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика
Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.
Принятие управленческих решений и стиль лидерства.
Итоговая аттестация

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 и направлена на изучение теоретических, методологических, методических и прикладных аспектов консалтинга в связях с общественностью в их единстве, понимание его междисциплинарного характера, современную проблематику и технологию решения задач в сфере консультационной деятельности.

Дисциплина "Консалтинг в связях с общественностью" базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Организация рекламных и PR-компаний», «Медиакарта региона», «Брендинг территорий» и др.

Дисциплина "Консалтинг в связях с общественностью" является предшествующей для таких дисциплин как: «Внутрикорпоративный PR», «Антикризисный PR» и др.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

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		
технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью		
способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;



ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта		
правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ		
основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии		
основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий	традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований

Дисциплина "Консалтинг в связях с общественностью" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часа, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Галинская Наталья Николаевна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 27.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

