

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 12.09.2021 12:13:11  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Майкопский государственный технологический университет»**

Факультет Экономики и сервиса

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.02 Организация проектирования и управление проектами

по направлению  
подготовки бакалавров 43.03.02 Туризм

по профилю подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

квалификация (степень)  
выпускника бакалавр

форма обучения очная, заочная

год начала подготовки 2019

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана ФГБОУ ВО «МГТУ» по направлению (специальности) 43.03.02 Туризм

Составитель рабочей программы Лавр Ленина В.А.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга, сервиса и туризма

Заведующий кафедрой  
«15» 05 2019 г.

Кумпилова А.Р.  
(подпись) Кумпилова А.Р.  
(Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методической комиссией факультета экономики и сервиса

«15» 05 2019 г.

Председатель  
учебно-методического  
совета направления

Кумпилова А.Р.  
(подпись) Кумпилова А.Р.  
(Ф.И.О.)

Декан факультета экономики и сервиса

«15» 05 2019 г.

Ешугова С.К.  
(подпись) Ешугова С.К.  
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ  
«15» 05 2019 г.

Чурсова Н.А.  
(подпись) Чурсова Н.А.  
(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой  
по направлению (специальности)

Кумпилова А.Р.  
(подпись) Кумпилова А.Р.  
(Ф.И.О.)

## **1 Цели и задачи освоения дисциплины**

**Целью дисциплины** «Консалтинг в связях с общественностью» является формирование у обучающихся практических навыков по организации и осуществлению профессионального консультирования в области связей с общественностью. Данный курс углубляет и расширяет профессиональные знания обучающихся по профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать у обучающегося практические навыки организации консалтинговой деятельности в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса;
- обучить применению социологических методик изучения и формирования общественного мнения в консалтинговой деятельности;
- рассмотреть основные направления и виды консалтинга в современной системе связей с общественностью;

Предметом изучения дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью» является процесс организации и предоставления профессиональных консультационных услуг в области связей с общественностью.

## **2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» относится к части ОП, формируемой участниками образовательных отношений. Она имеет предшествующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами: «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Компьютерный дизайн и инфографика», «Поведение потребителей», «Брендинг территории». Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» является предшествующей для дисциплин «Антикризисный PR», «Внутрикорпоративный PR».

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В результате изучения учебной дисциплины у обучающегося формируются компетенции:

ПКУВ-1 – способность осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ПКУВ-4 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**знать:** систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в связях с общественностью и рекламе, методы проектного планирования.

**уметь:** создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; использовать знания об основных этапах разработки коммуникационного продукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в связях с общественностью; формировать и реализовывать программу поиска и изучения источников информации с целью определения основных параметров конкурентоспособного продукта;

**владеть:** навыками использования нормативных правовых документов в своей

деятельности; основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности; навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию коммуникационного продукта; навыками воспроизводства процедуры реализации коммуникационного продукта посредством разных каналов сбыта.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины**

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).**

**4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.**

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>51,3/1,42</b>	<b>51,3/1,42</b>	
В том числе:			
Лекции (Л)	17/0,47	17/0,47	
Практические занятия (ПЗ)	34/0,94	34/0,94	
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)			
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,07	0,25/0,07	
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	<b>56,75/1,58</b>	<b>56,75/1,58</b>	
В том числе:			
Расчетно-графические работы			
Реферат			
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	30/0,83	30/0,83	
2. Подготовка презентации	6,75/0,19	6,75/0,19	
3. Подготовка докладов	20/0,56	20/0,56	
Курсовой проект (работа)			
<b>Контроль (всего)</b>			
Форма промежуточной аттестации: <b>зачет</b>			
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108/3</b>	<b>108/3</b>	

**4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения**

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		3	
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>14,3/0,4</b>	<b>14,3/0,4</b>	
В том числе:			
Лекции (Л)	6/0,17	6/0,17	
Практические занятия (ПЗ)	8/0,22	8/0,22	
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,01	0,25/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)			
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	<b>90/2,5</b>	<b>90/2,5</b>	
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			

Расчетно-графические работы			
Реферат			
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	50/0,3	50/0,3	
2. Подготовка ответов на вопросы	20/0,56	20/0,56	
3. Подготовка докладов	20/0,56	20/0,56	
4. Подготовка проекта			
Курсовой проект (работа)			
<b>Контроль (всего)</b>	<b>3,75/0,1</b>	<b>3,75/0,1</b>	
Форма промежуточной аттестации:			
<b>Экзамен</b>			
<b>Общая трудоемкость (часы/ з.е.)</b>	<b>108/3</b>	<b>108/3</b>	

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Л	С/ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль		СР
1.	Становление и развитие консалтинга в системе связей с общественностью.	1-3	3	6				8	Обсуждение докладов
2.	Основные направления и виды консалтинга в системе социально-экономической структуры общества.	4-7	3	6				8	Блиц-опрос
3.	Профессиональные проблемы PR-консультирования	8-9	3	6				8	Обсуждение докладов
4.	Консультации по планированию и проведению целевых PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры.	10-11	2	4				8	Блиц-опрос
5.	PR-консалтинг как	12-13	2	4				8	Тестирова-

	бизнес.								ние
6.	PR-консультирование в различных областях управления	14	2	4		0,25		8	Блиц-опрос
7.	Применение социологических методик изучения и формирования общественного мнения в консалтинге.	15-16	2-	4				8,75	Обсуждение докладов
	Промежуточная аттестация: зачет								
	<b>ИТОГО: 108</b>		<b>17/ 0,47</b>	<b>34/ 0,94</b>		<b>0,25/ 0,07</b>		<b>56,75/ 1,58</b>	

### 5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР
<b>5семестр</b>							
1.	Становление и развитие консалтинга в системе связей с общественностью.	1	1	-	-	-	13
2.	Основные направления и виды консалтинга в системе социально-экономической структуры общества.	1	1	-	-	-	13
3.	Профессиональные проблемы PR-консультирования.	1	1	-	-	-	13
4.	Консультации по планированию и проведению целевых PR- мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры.	1	1	-	-	-	13
5.	PR-консалтинг как бизнес.	1	1	-	-	-	13
6.	PR-консультирование в различных областях управления.	1	1	-	-	-	13
7.	Применение социологических методик изучения и формирования общественного мнения в консалтинге.	-	2	-	-	-	12
	Промежуточная аттестация: зачет			0,25	-	8,65	
	<b>ИТОГО: 108</b>	<b>6/ 0,17</b>	<b>8/ 0,22</b>	<b>0,25/ 0,07</b>	<b>-</b>	<b>3,75/ 0,1</b>	<b>90/ 2,5</b>

**5.3. Содержание разделов дисциплины « Консалтинг в связях с общественностью», образовательные технологии  
Лекционный курс**

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ОФО	Трудоемкость (часы / зач. ед.) ЗФО	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
Тема 1.	Становление и развитие консалтинга в системе связей с общественностью.	3/0,08	1/0,03	Этапы становления и развития консалтинга в системе связей с общественностью как за рубежом, так и в России, изучить терминологическую, понятийную базу. Появление политических консультационных агентств и услуг по созданию имиджа политических лидеров и организаций. Превращение эпизодических консультационных услуг в индустрию бизнеса и управления политической сферой.	ПКУВ-1 ПКУВ-4	<b>Знать:</b> систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в связях с общественностью и рекламе; <b>Уметь:</b> создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; <b>владеть:</b> навыками использования нормативных правовых документов в своей деятельности;	Вводная лекция
Тема 2.	Основные направления и виды консалтинга в системе социально-экономической структуры общества.	3/0,08	1/0,03	Специфика и направления комплекса консультационных услуг в различных сферах общественно-политической жизни государства и его регионов. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Адаптация способностей и навыков штатных консультантов к специфике российского рынка.	ПКУВ-1 ПКУВ-4	<b>Знать:</b> систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в связях с общественностью и рекламе; <b>Уметь:</b> создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; <b>владеть:</b> навыками использования нормативных правовых документов в своей деятельности;	Лекции-беседы
Тема 3.	Профессиональные проблемы PR-	3/0,08	1/0,03	Правовые и этические проблемы PR -консультирования. Профессиональные кодексы PR-	ПКУВ-1	<b>Знать:</b> систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в	Лекции-беседы, интерак-

	консультирования			консультантов. Перспективные направления PR -консалтинга. Карьера в PR -консалтинге. Личностные характеристики консультантов в сфере PR. Манера поведения консультанта. Конфиденциальность и безопасность консультирования. Проблема оценки эффективности PR -консультирования.	ПКУВ-4	связях с общественностью и рекламе; <b>Уметь</b> создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; <b>владеть:</b> основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности;	тивные методы обучения
Тема 4.	Консультации по планированию и проведению целевых PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры.	2/0,06	1/0,03	Планирование PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры России. Исследование, планирование, реализация программы, оценка эффективности PR-акций. Учет в PR-кампаниях и акциях общественного мнения и ценностей массового сознания. Приемы политической борьбы и рекламных технологий. Программы участников политических акций. Борьба с инсинуациями и фальсификациями.	ПКУВ-1 ПКУВ-4	<b>Знать:</b> систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в связях с общественностью и рекламе; <b>Уметь</b> создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; <b>владеть:</b> основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности;	Проблемные лекции
Тема 5.	PR-консалтинг как бизнес.	2/0,06	1/0,03	Рынок информационных технологий. Субъекты и объекты консультирования. Условия вхождения в консалтинговый бизнес. Классифи-	ПКУВ-1 ПКУВ-4	<b>Знать:</b> систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в связях с общественностью и рекламе;	Лекция-беседа



				<p>кация консалтинговых услуг. Маркетинг консалтинговых услуг. Формы договоров на консалтинговые услуги. Методы работы консультанта во время осуществления консалтингового проекта. Стадии консалтингового процесса. Подготовка. Диагноз. Планирование действий. Внедрение. Завершающий этап. Контроллинг проекта. Процедура выборов консультантов клиентами. Десять заповедей клиента. инновационные игры как пример комплексного консультирования.</p>		<p><b>Уметь</b> создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; <b>владеть:</b> основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп ответственности;</p>	
Тема 6.	PR-консультирование в различных областях управления	2/0,06	1/0,03	<p>Консультирование по общим вопросам управления: корпоративная и PR-стратегия, корпоративная культура и стиль руководства, управление проектом и качеством, кризисное и антикризисное управление. Политический консалтинг. Маркетинговое консультирование. Консультирование по управлению интегрированными маркетинговыми коммуникациями.</p>	ПКУВ-1 ПКУВ-4	<p><b>Знать:</b> методы проектного планирования; <b>Уметь:</b> использовать знания об основных этапах разработки коммуникационного продукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в связях с общественностью; формировать и реализовывать программу поиска и изучения источников информации с целью определения основных параметров конкурентоспособного продукта; <b>владеть:</b> навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию коммуникационного продукта; навыками воспроизводства процедуры реализации коммуникационного продукта посредством разных каналов сбыта.</p>	Проблемная лекция

Тема 7.	Применение социологических методик изучения и формирования общественного мнения в консалтинге.	2/0,06		Социология общественного мнения. Социологические и психосемантические исследования массового сознания. Изучение отношения населения к политическим событиям, деятельности политических партий, течений и движений. Общественное мнение как институт формирования и регулирования общественно-политических отношений.	ПКУВ-1 ПКУВ-4	<b>Знать:</b> методы проектного планирования; <b>Уметь:</b> использовать знания об основных этапах разработки коммуникационного продукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в связях с общественностью; формировать и реализовывать программу поиска и изучения источников информации с целью определения основных параметров конкурентоспособного продукта; <b>владеть:</b> навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию коммуникационного продукта; навыками воспроизводства процедуры реализации коммуникационного продукта посредством разных каналов сбыта.	Лекция-беседа
	Итого:	17/0,47	6/0,17				

#### 5.4. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е. ОФО		Объем в часах / трудоемкость в з.е. ЗФО	
1.	Тема 1. Становление и развитие консалтинга в системе связей с общественностью	Этапы становления и развития консалтинга в системе связей с общественностью как за рубежом, так и в России, изучить терминологическую, понятийную базу. Появление политических консультационных агентств и услуг по созданию имиджа политических лидеров и организаций.	6	0,17	1	0,03
2.	Тема 2. Основные направления и виды консалтинга в системе социально-экономической структуры общества	Специфика и направления комплекса консультационных услуг в различных сферах общественно-политической жизни государства и его регионов.	6	0,17	1	0,03
3.	Тема 3. Профессиональные проблемы PR-консультирования.	Правовые и этические проблемы PR -консультирования. Профессиональные кодексы PR-консультантов. Перспективные направления PR-консалтинга. Карьера в PR-консалтинге. Личностные характеристики консультантов в сфере PR. Манера поведения консультанта.	6	0,17	1	0,03
4.	Тема 4. Консультации по планированию и проведению целевых PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры.	Планирование PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры России. Исследование, планирование, реализация программы, оценка эффективности PR-акций.	4	0,11	1	0,03
5.	Тема 5. PR-консалтинг как бизнес.	Рынок информационных технологий. Субъекты и объекты консультирования. Условия вхождения в консалтинговый бизнес. Классификация консалтинговых услуг. Маркетинг консалтинговых услуг. Формирование спроса на консалтинговые услуги. Формирование предложения консалтинговых услуг.	4	0,11	1	0,03
6.	Тема 6. PR-консультирование в различных областях управления	Консультирование по общим вопросам управления: корпоративная и PR -стратегия, корпоративная	4	0,11	1	0,03

		культура и стиль руководства, управление проектом и качеством, кризисное и антикризисное управление. Маркетинговое консультирование. Консультирование по управлению интегрированными маркетинговыми коммуникациями. Консультирование по вопросам связей с внутренними и внешними группами общественности.				
7.	Тема 7. Применение социологических методик изучения и формирования общественного мнения в консалтинге.	Социология общественного мнения. Социологические и психосемантические исследования массового сознания. Изучение отношения населения к политическим событиям, деятельности политических партий, течений и движений.	4	0,11	2	0,06
	Промежуточная аттестация. зачет					
	<b>Итого</b>		<b>34</b>	<b>0,94</b>	<b>8</b>	<b>0,22</b>

### 5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены

### 5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

### 5.7. Самостоятельная работа бакалавров

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.			
				ОФО		ЗФО	
1.	Тема 1. Становление и развитие консалтинга в системе связей с общественностью	Появление политических консультационных агентств и услуг по созданию имиджа политических лидеров и организаций. Превращение эпизодических консультационных услуг в индустрию бизнеса и управления политической сферой.	11-11	8	0,22	13	0,36
2.	Тема 2. Основные направления и виды консалтинга в системе социально-экономической структуры общества	Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Адаптация способностей и навыков штатных консультантов к специфике российского рынка.	12-13	8	0,22	13	0,36
3.	Тема 3. Профессиональные проблемы PR-консультирования.	Личностные характеристики консультантов в сфере PR. Манера поведения консультанта. Конфиденциальность и безопасность кон-	15-16	8	0,22	13	0,36

		сультирования. Проблема оценки эффективности PR-консультирования.					
4.	Тема 4. Консультации по планированию и проведению целевых PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры.	Учет в PR-кампаниях и акциях общественного мнения и ценностей массового сознания. Приемы политической борьбы и рекламных технологий. Программы участников политических акций. Борьба с инсинуациями и фальсификациями.	15-16	8	0,22	13	0,36
5.	Тема 5. PR-консалтинг как бизнес.	Ценообразование на консалтинговые услуги и финансирование деятельности PR-консультантов: зарубежный и отечественный опыт. Формы договоров на консалтинговые услуги. Методы работы консультанта во время осуществления консалтингового проекта. Стадии консалтингового процесса. Подготовка. Диагноз. Планирование действий. Внедрение. Завершающий этап.		8	0,22	13	0,36
6.	Тема 6. PR-консультирование в различных областях управления	Консультирование по управлению интегрированными маркетинговыми коммуникациями. Консультирование по вопросам связей с внутренними и внешними группами общественности. Политический консалтинг. Национальные модели политического консалтинга. Имидж публичного политика. Психологические характеристики лидера.		8	0,22	13	0,36
7.	Тема 7. Применение социологических методик изучения и формирования общественного мнения в консалтинге.	Изучение отношения населения к политическим событиям, деятельности политических партий, течений и движений. Общественное мнение как институт формирования и регулирования общественно-политических отношений.		8,75	0,24	12	0,33
	<b>Итого</b>			<b>56,75</b>	<b>1,58</b>	<b>90</b>	<b>2,5</b>

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Методические указания (собственные разработки)

### 6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Попов, Ю.И. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.И. Попов, О.В. Яковенко. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 208 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/983557>

2. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Н.М. Филимоновой, Н.В. Моргуновой, Н.В. Родионовой. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 349 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/997138>
3. Антонов, Г.Д. Управление проектами организации [Электронный ресурс]: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 244 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003622>
4. Тихомирова, О.Г. Управление проектами. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Г. Тихомирова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 273 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1021494>
5. Поташева, Г.А. Управление проектами (проектный менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Поташева. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 224 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/930921>
6. Проектное управление в коммерческой и публичной сферах [Электронный ресурс]: учебник / под общ.ред. Х.А. Константиныди. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. - 364 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/908082>
7. Современные технологии инициирования, разработки и управления проектами в вузе [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Ф. А. Казин [и др.]. - СПб.: Университет ИТМО, 2016. - 147 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68133.html>
8. Проектная деятельность как способ развития личности студентов и их профессиональной подготовки [Электронный ресурс]: методические указания / сост. Е. А. Булатова. - Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 32 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54955.html>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

<b>Этапы формирования компетенции</b> (номер семестра согласно учебному плану)	<b>Наименование учебных дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы</b>
	<b>ПКУВ-1 – способность осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах</b>
3	Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

4	Компьютерный дизайн и инфографика
5	Поведение потребителей
6	<i>Брендинг территории</i>
6	<i>Медиакарта региона</i>
7	<i>Медиарилейшнз</i>
7	<i>Имиджелогия</i>
<b>7</b>	<b>Консалтинг в связях с общественностью</b>
8	<i>Антикризисный PR</i>
8	<i>Внутрикорпоративный PR</i>
8	Практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы
<b>ПКУВ-4 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</b>	
5	Инновационные технологии в рекламе
6	Организация рекламных и PR-кампаний
5,6	Разработка и технологии производства рекламного и PR- продукта
6	Рекламная деятельность в Интернете
7	Предпринимательство в сфере рекламы и PR
6,7	<i>Проектный практикум</i>
6,7	<i>Маркетинговые технологии проектного бизнеса</i>
<b>7</b>	<b>Консалтинг в связях с общественностью</b>
8	Практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<b>ПКУВ-1 – способность осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах</b>					
<p>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.</p> <p>ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>					
<b>Знать:</b> систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовое задание, темы рефератов, темы докладов, вопросы к зачету
<b>Уметь:</b> создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками использования нормативных правовых документов в своей деятельности; основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности;.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
<b>ПКУВ-4 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</b>					



ПКУВ-4.1.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 ПКУВ-4.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры						
<b>Знать:</b> методы проектного планирования;.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовое задание, темы рефератов, темы докладов, вопросы к зачету	
<b>Уметь:</b> использовать знания об основных этапах разработки коммуникационного продукта при составлении проекта; организовать проектную деятельность в связях с общественностью; формировать и реализовывать программу поиска и изучения источников информации с целью определения основных параметров конкурентоспособного продукта.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения		
<b>Владеть:</b> навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию коммуникационного продукта; навыками воспроизводства процедуры реализации коммуникационного продукта посредством разных каналов сбыта..	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков		

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### Примерная тематика докладов

1. Какова история происхождения консалтинга как вида деятельности и бизнеса?

2. Охарактеризуйте состояние и перспективы развития консалтинга в мире.
3. С чем связано освоение субъектами рынка рекламы ПР консалтинга?
4. Перечислите условия вхождения в консалтинговый бизнес для субъектов ПР-рынка.
5. В чем заключаются особенности маркетинга консалтинговых услуг?
6. Как сформировать предложение консалтинговых услуг по вопросам ПР?
7. Перечислите известные вам способы выявления потребностей в консультировании.
8. Назовите основные форматы консалтинга.
9. В чем суть процессного консультирования?
10. Каковы технологии экспертного консультирования?
11. Перечислите методы работы ПР-консультанта во время осуществления консалтингового проекта.
12. Охарактеризуйте консалтинговый процесс.
13. Охарактеризуйте наиболее эффективные методы ПР-консалтинга в условиях кризиса организации.
14. Перечислите специфические методы ПР-консалтинга в период роста компании, брендинга, управлении имиджем и репутацией.
15. Какие факторы определяют качество и эффективность в ПР-консультировании?
16. Какие профессиональные проблемы возникают в ИМК-консультировании?
17. Перечислите методы коучинга в консультировании по вопросам корпоративной культуры.
18. Охарактеризуйте методы коучинга в консультировании по вопросам стратегического управления в ПР.

### Тестовые задания

1. До тех пор пока терминология политического консалтинга не была выработана, функции политических консультантов выполняли:

- а) кофешенки, тафельдекеры;
- б) мажордомы, кухмистеры;
- в) секретари, мудрецы, советники, астрологи.

2. Профессиональное консультирование электоральных кампаний сформировалось:

- а) во Франции в конце XX века;
- б) в США в середине XX века;
- в) в Великобритании в начале XX века;

3. Самым древним прикладным руководством политических консультантов, в котором намечены методологические подходы к стратегическому и тактическому планированию политической деятельности является:

- а) Древнекитайские стратагемы;

- б) труды Платона и Аристотеля «Политика», «Государство», «Законы»;
  - в) Махабхарата.
4. Современный информационный рынок включает следующие взаимодействующие области:
- а) информацию; электронные сделки; электронные коммуникации;
  - б) интернет, электронные биржи, ценные бумаги;
  - в) мобильные банки, клиентские базы, интернет-посредники;
5. Периодом активного становления рынка информационных технологий в России можно считать:
- а) 1991-1992 гг.;
  - б) 1994-1995 гг.;
  - в) 1992-1993 гг.
6. Что не является характерной чертой современных информационных технологий:
- а) компьютерная обработка информации;
  - б) хранение больших объёмов информации на машинных носителях;
  - в) наличие спама и шпионских программ;
  - г) передача информации на любые расстояния в кратчайшие сроки.
7. Основателем Американской ассоциации политических консультантов является:
- а) Рэймонд Стразер;
  - б) Джозеф Наполитан;
  - в) Роберт В. Фриденберг.
8. Становление консалтингового бизнеса во многом связано с распространением:
- а) интегрированных информационных систем класса управления ресурсами предприятия;
  - б) теории политической коммуникативистики;
  - в) линейной модели коммуникации.
9. Что не относится к числу важнейших характеристик американской модели политического консультирования?
- а) приоритетная роль государства в информационно-коммуникационных процессах;
  - б) высокий уровень институализации и легализации бизнеса;
  - в) персонализация избирательных кампаний;
  - г) доминирующая роль СМИ в политической коммуникации.

10. Что не относится к факторам, затрудняющим развитие профессионального политического консультирования в странах Западной Европы?

- а) партийные структуры в этом регионе оказались более устойчивыми;
- б) финансовое ограничение деятельности политических консультантов;
- в) идеологические разделительные линии гораздо прочнее отпечатались в сознании избирателей;
- г) законодательство большинства европейских стран устанавливало многочисленные ограничения на пути применения современных методов политической коммуникации
- д) небольшие размеры стран и малое количество избирательных кампаний.

11. В России парламентские выборы 1995 года обозначили начало процесса движения политического консалтинга от:

- а) заимствованной американской модели к российской модели политического консалтинга;
- б) от модели смешанного типа к западноевропейской модели политического консалтинга;
- в) доминирующей внешней модели к смешанному типу политического консалтинга.

12. Какой национальной модели политического консалтинга по типологии Петера Радунски не существует?

- а) американской;
- б) французской;
- в) английской;
- г) германской.

13. Какие факторы не влияют на формирование национальных моделей политического консалтинга (выберите два или более варианта ответа)?

- а) наличие фундаментальных знаний в области политического консультирования;
- б) уровень развития экономики;
- в) степень демократизации общества;
- г) уровень развития института права собственности;
- д) историко-культурные особенности развития общества и государства
- е) степень участия и активность граждан в политической жизни.

14. Какие функции выполняет имидж политика (выберите два или более варианта ответа)?

- а) произведение запланированного впечатления;
- б) грамотная мотивация;
- в) быструю реакцию на изменение общественного мнения.

г) правильное позиционирование.

15. К наиболее значимым психологическим характеристикам лидера относятся?

- а) агрессивность внешность;
- б) лидерство, коммуникабельность, способность выработать и генерировать социальные идеи;
- в) психологические особенности, манеры, честность.
- г) политическая и национально-этническая принадлежность.

16. с точки зрения психологии в структуре политического имиджа обязательно должны выделяться:

- а) как достоинства, так и определенные недостатки своего «прообраза»;
- б) только достоинства своего «прообраза»;
- в) только недостатки своего «прообраза»;

17. Что такое «имидж»?

- а) известность;
- б) внешний вид;
- в) желательная модель лучшего будущего.
- г) образ субъекта, воспринимаемый другими.

18. Какие из перечисленных технологий связей с общественностью применимы в условиях политического конфликта (выберите два или более варианта ответа):

- а) компромат и «информационные войны»;
- б) игнорирование информационной атаки;
- в) противодействие «черному PR»;
- г) «серый PR»;
- д) технология «Имей свою версию. Расскажи все. Расскажи быстро».

19. Какие два направления можно выделить в рамках информационно-аналитического обеспечения избирательной кампании (выберите два или более варианта ответа) ?

- а) вхождение в политическое сообщество; вхождение в политическое сообщество;
- б) исследование округа накануне выборов, т.е. за несколько месяцев до их назначения;
- в) обеспечение информационно-аналитической поддержки планируемой избирательной кампании;
- г) укрепление известности в расчете на будущие выборы.

20. Социологическое обеспечение избирательной кампании поможет (выберите два или более варианта ответа):

- а) выявить проблемные моменты, на путях решения которых может быть сосредоточена предвыборная программа кандидата;
- б) выявить рейтинг кандидата и факторы, которые могли бы способствовать его росту;
- в) спрогнозировать результаты выборов.
- г) скорректировать мнение избирателей;

21. Сегментирование электората – это?

- а) выделение целевой группы избирателей по политическим убеждениям;
- б) формирование образа кандидата у целевой аудитории;
- в) выделение групп избирателей, ведущих себя одинаково по отношению к кандидату или политической партии.

22. Комплекс мероприятий информационного влияния на массовое сознание в условиях информационной открытости для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в их интересы – это?

- а) информационная война;
- б) информационная блокада;
- в) формирование «повестки дня»;
- г) «серый PR».

23. Под стратегией избирательной кампании понимается:

- а) воздействие на выделенные группы субъектов политического консалтинга;
- б) информирование населения о кандидате, основных целях его программы, формирование у избирателей мнения, суждения, убеждения, оценки, установки, ориентирующие их на поддержку именно этого кандидата;
- в) общая направленность, содержание и порядок действий кандидата и его команды по достижению поставленных целей.

24. Что из перечисленного относится к приемам упреждающего психологического воздействия (выберите два или более варианта ответа)?

- а) смена темы беседы;
- б) маскировка;
- в) управление поведением действительного или потенциального противника, в частности, его намерениями;
- г) стремление показать свое безразличие, или псевдо-невнимательность.

25. Перспективным направлением политического консалтинга в России является:

- а) инжиниринг;
- б) фандрайзинг;

- в) спиндокторинг;
- в) лоббирование.

Ключ	
1	в
2	б
3	а
4	б
5	в
6	в
7	б
8	а
9	а
10	б
11	в
12	в
13	а,г
14	а,б,г
15	б
16	а
17	г
18	б,в,д
19	б,в
20	а,б,в
21	в
22	а
23	в
24	а, в
25	б

## Вопросы к зачету

1. Определение консалтинга.
2. Возникновение, состояние и перспективы развития консалтинга в мире и в России.
3. Особенности консалтинга в связях с общественностью.
4. PR-консалтинг как бизнес: общая характеристика.
5. Маркетинг консалтинговых услуг в PR.
6. Формирование спроса на консалтинговые услуги в PR.
7. Формирование предложения консалтинговых услуг в сфере PR.
8. Классификация консалтинговых услуг в PR.
9. Ценообразование на консалтинговые услуги и финансирование деятельности PR-консультанта.
10. Методы работы PR-консультанта в период осуществления консалтингового проекта.
11. Процесс консультирования в сфере PR.
12. Специфика взаимоотношений «консультант-клиент». Роли консультанта и клиента.
13. Проблемные консалтинговые ситуации во взаимоотношениях с клиентом.
14. Технологии консультирования в PR: общая характеристика.
15. Сценарная игропрактика в PR-консалтинге.
16. Процедурные технологии в PR: медиация и фасилитация.
17. Проблемно-ориентированные инновационные игры.
18. Организация и проведение презентации консалтингового проекта.
19. Проведение семинаров и конференций как метод консультирования.
20. Методика составления отчета.
21. Консультации по общим вопросам управления: коммуникационный аспект.
22. Методы PR в политическом консалтинге.
23. Консультации по вопросам связей с внутренними и внешними группами общественности.
24. Консультации по управлению интегрированными маркетинговыми коммуникациями.
25. Личностные характеристики PR-консультанта.
26. Методы обеспечения безопасности и конфиденциальности в PR-консультировании.
27. Модель профессиональной компетенции PR-консультанта.
28. Профессиональные кодексы в области PR-консалтинга.
29. Эффективные методы психологического консультирования в PR.
30. Психоаналитический подход в PR-консультировании.
31. Потенциал коучинга в PR-консалтинге.
32. Методы коучинга в консультировании по вопросам корпоративной культуры.
33. Методы коучинга в консультировании по вопросам стратегического управления в PR.



34. Соотношение аутсорсинга и ПР-консалтинга: общее и особенное.
35. Эффективные методы ПР-консалтинга в условиях кризиса организации.
36. Специфические методы ПР-консалтинга в период роста компании.
37. Эффективные методы ПР-консалтинга по вопросам разработки и внедрения миссии организации.
38. Профессиональные проблемы ПР-консультирования.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

### **Требования к выполнению тестового задания**

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу «Современные проблемы агрономии» и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

**Выбрать верные варианты ответа.**

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Магистру предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Магистр должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

**Критерии оценки знаний при проведении тестирования**

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

**Требования к написанию доклада**

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

**Критерии оценивания доклада:**

**Отметка «отлично»** выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

**Требования к проведению зачета**

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

### **Критерии оценки знаний на зачете:**

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка «**зачтено**» ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участие на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка «**не зачтено**» ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### 8.1 Основная литература

1. Попов, Ю.И. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.И. Попов, О.В. Яковенко. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 208 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/983557>

2. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Н.М. Филимоновой, Н.В. Моргуновой, Н.В. Родионовой. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 349 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/997138>

3. Антонов, Г.Д. Управление проектами организации [Электронный ресурс]: учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. - М.: ИНФРА-М, 2019. – 244 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003622>

4. Тихомирова, О.Г. Управление проектами. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Г. Тихомирова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 273 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1021494>

5. Поташева, Г.А. Управление проектами (проектный менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.А. Поташева. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 224 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/930921>

### 8.2 Дополнительная литература

1. Проектное управление в коммерческой и публичной сферах [Электронный ресурс]: учебник / под общ.ред. Х.А. Константиныди. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. - 364 с. - ЭБС «Znaniium.com» - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/908082>

2. Современные технологии инициирования, разработки и управления проектами в вузе [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Ф. А. Казин [и др.]. - СПб.: Университет ИТМО, 2016. - 147 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68133.html>

3. Проектная деятельность как способ развития личности студентов и их профессиональной подготовки [Электронный ресурс]: методические указания / сост. Е. А. Булатова. - Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 32 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54955.html>

### 8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgtu.ru/>

- Информационный портал «PR-Life» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-life.ru/>

- Сайт журнала «PR в России» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.rupr.ru/>

- Сайт журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.press-service.ru/>

- Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.raso.ru/>

- Сайт справочно-информационного web-издания «PR-info» [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.pr-info.ru/>

- Центр политических технологий [Электронный ресурс]. – Электр. дан. и прогр. – режим доступа: <http://www.politcom.ru/>- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: // <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12;>

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Учебно-методические материалы по лекциям дисциплины Б1.В.04 Консалтинг в связях с общественностью

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Методы обучения	Способы (формы) обуче- ния	Средства обучения	Формируе- мые компе- тенции
1	2	3	4	5
<b>Тема 1. Становление и развитие консалтинга в системе связей с общественностью</b> Специфика и направления комплекса консультационных услуг в различных сферах общественно-	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний,	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование	Устная речь, письмо, схемы, ри-	ПКУВ-1 ПКУВ-4

<p>политической жизни государства и его регионов. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Адаптация способностей и навыков штатных консультантов к специфике российского рынка.</p>	<p>умений навыков</p>	<p>умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>сунки, учебники, учебные пособия</p>	
<p><b>Тема 2 Основные направления и виды консалтинга в системе социально-экономической структуры общества</b>  Рассмотрение обозначенной проблемы позволяет изучить специфику и направления комплекса консультационных услуг в различных сферах общественно-политической жизни государства и его регионов. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Адаптация способностей и навыков штатных консультантов к специфике российского рынка. Социология политики как методологическая основа формирования концепции консалтинга. Изучение политической и экономической систем общества и исследование политических ресурсов партийных блоков и лидеров как источник информации в консалтинге. Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений. Обзор моделей политического консалтинга. Пользование услугами независимых консалтинговых агентств и собственных консультационных служб. Консалтинг как система социального прогнозирования и управления политическими процессами. Профессиональное содействие, оказываемое специалистами руководителям в виде рекомендаций, совместно вырабатываемых решений и совместная их реализация как модель интенсивного политического консалтинга. Особенности применения на</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-1 ПКУВ-4</p>

практике моделей экспертного, процессного, обучающего политического консалтинга.				
<p><b>Тема 3 Профессиональные проблемы PR-консультирования</b></p> <p>Правовые и этические проблемы PR-консультирования. Законодательные документы, регламентирующие PR-консультирование. Содержание PR-текстов, подлежащих правовому регулированию. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность, законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей. Профессиональные кодексы PR-консультантов. Перспективные направления PR-консалтинга. Карьера в PR-консалтинге. Личностные характеристики консультантов в сфере PR. Манера поведения консультанта. Конфиденциальность и безопасность консультирования. Проблема оценки эффективности PR -консультирования.</p>	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1 ПКУВ-4
<p><b>Тема 4. Консультации по планированию и проведению целевых PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры</b></p> <p>Планирование PR-мероприятий в различных сферах общественно-политической структуры России. Исследование, планирование, реализация программы, оценка эффективности PR-акций. Учет в PR-кампаниях и акциях общественного мнения и ценностей массового сознания. Приемы политической борьбы и рекламных технологий. Программы участников политических акций. Борьба с инсинуациями и фальсификациями.</p>	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-1 ПКУВ-4
<p><b>Тема 5. PR-консалтинг как бизнес</b></p> <p>Рынок информационных технологий. Субъекты и объекты консультирования. Условия вхождения в</p>	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков,	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирова-	Устная речь, письмо,	ПКУВ-1

<p>консалтинговый бизнес. Классификация консалтинговых услуг. Маркетинг консалтинговых услуг. Формирование спроса на консалтинговые услуги. Формирование предложения консалтинговых услуг. Ценообразование на консалтинговые услуги и финансирование деятельности ПР-консультантов: зарубежный и отечественный опыт. Формы договоров на консалтинговые услуги. Методы работы консультанта во время осуществления консалтингового проекта. Стадии консалтингового процесса. Подготовка. Диагноз. Планирование действий. Внедрение. Завершающий этап. Контроллинг проекта. Процедура выборов консультантов клиентами. Десять заповедей клиента. Участие в тендере. Работа с клиентом. Завоевание доверия клиента. Роли консультанта и клиента. Ответственность консультанта. Выбор персонала клиента для сотрудничества. Проблемные консалтинговые ситуации во взаимоотношениях с клиентом. Технологии консультирования в связях с общественностью. Подготовка и проведение презентаций консалтингового проекта. Планирование и проведение лекций и семинаров. Сценарная игропрактика в ПР-консалтинге. Проблемно-ориентированные инновационные игры как пример комплексного консультирования. Мониторинг и оценка результатов консалтинговых услуг в ПР. Назначение отчета консультанта клиенту. Организация и структурирование материала. Написание отчета. Язык отчета. Использование иллюстраций.</p>	<p>закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>ние и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-4</p>
<p><b>Тема 6.</b> PR-консультирование в различных областях управления Консультирование по общим вопросам управления: корпоративная и PR-стратегия, корпоративная культура и стиль руководства, управление</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний,</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, ри-</p>	<p>ПКУВ-1 ПКУВ-4</p>

<p>проектом и качеством, кризисное и антикризисное управление. Политический консалтинг. Маркетинговое консультирование. Консультирование по управлению интегрированными маркетинговыми коммуникациями. Консультирование по вопросам связей с внутренними и внешними группами ответственности. Политический консалтинг. Национальные модели политического консалтинга. Имидж публичного политика. Психологические характеристики лидера.</p>	<p>умений навыков</p>	<p>умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>сунки, учебники, учебные пособия</p>	
<p><b>Тема 7. Применение социологических методик изучения и формирования общественного мнения в консалтинге</b> Социология общественного мнения. Социологические и психосемантические исследования массового сознания. Изучение отношения населения к политическим событиям, деятельности политических партий, течений и движений. Общественное мнение как институт формирования и регулирования общественно-политических отношений.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-1 ПКУВ-4</p>

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения



Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
VLC Media Player, VideoLAN	01.02.2019, свободная лицензия
Adobe Reader 9	Бесплатно, бессрочный
K-Lite Codec Pack, Codec Guide	Бесплатно, бессрочный
7-zip.org	GNU LGPL
Офисный пакет WPSOffice	Свободно распространяемое ПО

10.2.Перечень необходимых информационных справочных систем:

#### **10.2.Перечень необходимых информационных справочных систем**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

#### **11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

**8. Дополнения и изменения в рабочей программе  
за \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ учебный год**

В рабочую программу \_\_\_\_\_  
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) \_\_\_\_\_  
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес \_\_\_\_\_  
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

\_\_\_\_\_  
(наименование кафедры)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)