Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____ Хагуров Т.А.
подпись
«27» апреля 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) Б1.Б.13.05 КОНСАЛТИНГ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки прикладная

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.13.05 Консалтинг в связях с общественностью составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):
Г.Н. Немец, доц., канд. филол. наук, доц.
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание — подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.Б.13.05 Консалтинг в связях с общественностью утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 10 «09» апреля 2018 г.
И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы — подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 10 «09» апреля 2018 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы — подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.
Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы — подпись

Рецензенты:

П.Т. Сопкин, кандидат филологических наук, доц., проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства ФГБОУ ВО «КубГУ»

В.В. Кирилишина, руководитель по связям с общественностью Автохолдинг КЛЮЧАВТО

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Цель данного курса - формирование у студентов знаний, умений и навыков в сфере коммуникационного консалтинга. В процессе изучения материала студенты должны усвоить теоретические, методологические, методические и прикладные аспекты коммуникационного консалтинга в их единстве, понять междисциплинарный характер этой дисциплины, современную проблематику и технологию решения задач в сфере коммуникационной деятельности, способы организации и проведения консалтинговых исследований и разработок, а также самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления.

В процессе освоения курса студенты должны:

- рассмотреть практику современного консалтинга в России и в мире, выявить его основные черты и выработать навыки организации и планирования консультационной деятельности
- овладеть знаниями, необходимыми современным специалистам по коммуникационному консалтингу;
- использовать полученные знания в практической деятельности, приобрести навыки участия в реальной консультативной деятельности и умение практически применять их в коммуникационном процессе.

1.2 Задачи дисциплины

1) Рассмотреть практику современного консалтинга в России и в мире, выявить его основные черты и выработать навыки организации и планирования консультационной деятельности

2) Осмысление значения и роли коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг, определение его места и функций в структуре современного научного знания и практической деятельности;

3) Проведение сравнительного анализа моделей коммуникационного консалтинга;

4) Рассмотрение этапов и характеристик консалтингового исследования, его организации и проведения;

5) Изучение методов и способов взаимоотношений с клиентскими организациями;

6) Приобретение навыков анализа конкретных коммуникационных ситуаций;

7) Освоение технологии и процедур решения коммуникационных задач в современных организациях.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б3.В.ОД.4 «Консалтинг в связях с общественностью» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули) учебного плана по направлению подготовки ВПО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Курс «Консалтинг в связях с общественностью» тесно связан и опирается на знания, полученные в таких дисциплинах как «Логика», «Психология» «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Основы менеджмента», «Технология управления общественным мнением», «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ», «Современная пресс-служба» и др.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ОПК-2**	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Специфику работы в отделах рекламы и связей с общественностью	Вести профессиональную деятельность в отделах рекламы и связей с общественностью	Навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью
2.	**ПК-4**	Владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Особенности подготовки сопроводительной документации к консалтинговым проектам	Вести сопроводительную документацию к консалтинговым проектам	Навыками подготовки сопроводительной документации к консалтинговым проектам
3.	**ПК-5**	Способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации	Специфику реализации консалтинговых проектов	Реализовывать консалтинговые проекты	Навыками консалтинговог о проектирования

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ЗФО).*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		8			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	**10**	**10**			
Занятия лекционного типа	4	4			
Лабораторные занятия					
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	6	6			
КСР					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:					

Курсовая работа – не предусмотрено						
Проработка учебного (теоретического материала)		32	32			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		8	4			
Реферат		4	4			
Подготовка к текущему контролю		12	12			
Контроль:		**3,8**	**3,8**			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	**час.**	**72**	**72**			
	в том числе контактная работа	**10,2**	**10,2**			
	зач. ед	**2**	**2**			

2.2. Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛЗ	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности. Предмет, цели и задачи курса	7	1			6
2.	Место консалтинга в системе связей с общественностью. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью	7	1			6
3.	ПР-консалтинг как бизнес. Коммуникационный аудит. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью	8	1	1		6
4.	Технология PR-консультирования. Процесс консультирования	10	1	1		8
5.	Политический консалтинг и политические технологии. Разновидности политического консалтинга. Консультации по созданию имиджа публичного политика, политической структуры.	9		1		8
6.	Управленческое консультирование. ПР-консультирование в различных областях управления.	9		1		8
7.	Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	9		1		8
8.	Организационное поведение в кризисных политических ситуациях. Взаимодействие с властями. *Итоговое занятие*	11,8		1		8
	Итого по дисциплине:		4	6		58

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Теоретические и концептуальные основы консультирования	Управленческое консультирование как метасистема коммуникационного консалтига Смысл и сущность управленческого консультирования. История управленческого консультирования. Предпосылки к применению консультирования. Становление рынка консультирования в России. Принципы консалтинговой деятельности.	Конспект лекций
2.	Место консалтинга в системе связей с общественностью. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью	Структурные компоненты консультационного процесса. Организация как объект консультирования. Поведенческие роли консультанта. Предметная область консультирования. Цели и задачи консультирования. Методология и методы консультирования.	Конспект лекций
3.	ПР-консалтинг как бизнес. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью	Коммуникационный аудит, включающий в себя анализ действий компании в области коммуникаций. Анализ конкурентного окружения и позиционирования компа-нии, бренда, персоналий в СМИ. Анализ информационного пространства. Подготовка аналитических справок. Мониторинг СМИ. Подготовка информационного дайджеста. Медиа-аудит, выявление наиболее эффективных коммуникационных каналов.	Конспект лекций
4.	Технология PR-консультирования. Процесс консультирования	Взаимоотношения между консультантом и клиентом: организационные и психологические аспекты. Кто такой клиент и что ему нужно? Типы клиентов. Зачем клиенту консультант? Что отталкивает потенциальных пользователей консалтинговых услуг от привлечения внешних консультантов? Как выбирают консультанта? Кто может быть консультантом. Типы консультантов. Основные модели взаимоотношений между клиентом и консультантом. Этические принципы консультирования.	Конспект лекций
5.	Политический консалтинг и политические технологии. Разновидности политического	Имидж-консультирование: основные направления и техники Планирование и реализация индивидуальных имидж-проектов. Этапы становления социально-ответственной активности компании. Основные тенденции развития социальных программ.	Конспект лекций

	консалтинга. Консультации по созданию имиджа публичного политика, политической структуры.	Развитие корпоративной социальной ответственности в России. Исторические и географические особенности. Особенности, связанные с менталитетом населения и традициями корпоративного управления. Корпоративные общественные (социальные) инвестиции. Социальное партнерство. Приоритеты корпоративной социальной ответственности	
6.	Управленческое консультирование. ПР-консультирование в различных областях управления Социальная ответственность, социальное партнерство, корпоративное гражданство.	Работа с НКО. Общественное развитие и гражданский сектор. Типы НКО. Некоторые характеристики различных форм некоммерческих организаций. Ситуация в некоммерческом секторе. Проблемы населения глазами представителей НКО. Специфика взаимодействия власти, бизнеса и НКО	Конспект лекций
7.	Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	Работа со СМИ. Медиарилейшенз. Рекомендации по созданию информационных поводов и планированию коммуникационной активности. Работа в режиме пресс-службы. Создание и распространение PR-материалов, а также печатных, фото- и видеоматериалов. Организация пресс-конференций, пресс-туров, брифинга. Медиа-планирование. Оценка эффективности реализации PR – кампании. Выпуск корпоративных СМИ.	Конспект лекций
8.	Организационное поведение в кризисных политических ситуациях.	Взаимодействие с властями. Организация лоббирования. Понятие и необходимость лоббирования в деловой сфере. Роль государства в развитии деловой сферы. Отношения государства и бизнеса: российская и зарубежная практика. Теоретические основы лоббирования. Основные технологии лоббирования. Профессия лоббиста: знания и навыки.	Конспект лекций

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические занятия)

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Теоретические и концептуальные основы консультирования	Управленческое консультирование как метасистема коммуникационного консалтинга. Смысл и сущность управленческого консультирования. История управленческого консультирования. Предпосылки к применению консультирования.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		Становление рынка консультирования в России. Принципы консалтинговой деятельности.	
2.	Место консалтинга в системе связей с общественностью. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью	Структурные компоненты консультационного процесса. Организация как объект консультирования. Поведенческие роли консультанта. Предметная область консультирования. Цели и задачи консультирования. Методология и методы консультирования.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	ПР-консалтинг как бизнес. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью	Коммуникационный аудит, включающий в себя анализ действий компании в области коммуникаций. Анализ конкурентного окружения и позиционирования компании, бренда, персоналий в СМИ. Анализ информационного пространства. Подготовка аналитических справок. Мониторинг СМИ. Подготовка информационного дайджеста. Медиа-аудит, выявление наиболее эффективных коммуникационных каналов.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Технология PR-консультирования. Процесс консультирования	Взаимоотношения между консультантом и клиентом: организационные и психологические аспекты. Типы клиентов. Кто может быть консультантом. Типы консультантов. Основные модели взаимоотношений между клиентом и консультантом. Этические принципы консультирования.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Политический консалтинг и политические технологии. Разновидности политического консалтинга, Консультации по созданию имиджа публичного политика, политической структуры.	Работа с НКО. Общественное развитие и гражданский сектор. Типы НКО. Некоторые характеристики различных форм некоммерческих организаций. Ситуация в некоммерческом секторе. Проблемы населения глазами представителей НКО. Специфика взаимодействия власти, бизнеса и НКО	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Управленческое консультирование. ПР-консультирование в различных областях управления. Социальная ответственность, социальное партнерство, корпоративное гражданство.	Имидж-консультирование: основные направления и техники. Планирование и реализация индивидуальных имидж-проектов. Этапы становления социально-ответственной активности компании. Основные тенденции развития социальных программ. Развитие корпоративной социальной ответственности в России. Исторические и географические особенности. Особенности, связанные с менталитетом населения и традициями	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		корпоративного управления. Корпоративные общественные (социальные) инвестиции. Социальное партнерство. Приоритеты корпоративной социальной ответственности	
7.	Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	Работа со СМИ. Медиарилейшенз. Рекомендации по созданию информационных поводов и планированию коммуникационной активности. Работа в режиме пресс-службы. Создание и распространение PR-материалов, а также печатных, фото- и видеоматериалов. Организация пресс-конференций, пресс-туров, брифинга. Медиа-планирование. Оценка эффективности реализации PR – кампании. Выпуск корпоративных СМИ.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
8.	Организационное поведение в кризисных политических ситуациях.	Взаимодействие с властями. Организация лоббирования. Понятие и необходимость лоббирования в деловой сфере. Роль государства в развитии деловой сферы. Отношения государства и бизнеса: российская и зарубежная практика. Теоретические основы лоббирования. Основные технологии лоббирования. Профессия лоббиста: знания и навыки.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия *не предусмотрены*

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Аверин, А.Н. Социальная коммуникация : учебное пособие / А.Н. Аверин. - Москва : Проспект, 2016. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-20839-5 ; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443609 Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана. Дресвянников, В. А. Управленческое консультирование. Учебник для магистров [Электронный ресурс] / В. А. Дресвянников, А. О. Блинов. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 212 с. - 978-5-394-02052-0. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135375 Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280

		Информационный менеджмент : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджева и др. ; под ред. Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579 Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697 Политические технологии: ПР и реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68679 Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере: учебное пособие. [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/93213 — Загл. с экрана. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56211 Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 408 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56229
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Аверин, А.Н. Социальная коммуникация : учебное пособие / А.Н. Аверин. - Москва : Проспект, 2016. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-20839-5 ; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443609 Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана. Дресвянников, В. А. Управленческое консультирование.

		Учебник для магистров [Электронный ресурс] / В. А. Дресвянников, А. О. Блинов. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 212 с. - 978-5-394-02052-0. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135375 Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280 Информационный менеджмент : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджева и др. ; под ред. Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579 Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697 Политические технологии: ПР и реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68679 Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере: учебное пособие. [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/93213 — Загл. с экрана. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56211 Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 408 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56229

3.	Реферат	Аверин, А.Н. Социальная коммуникация : учебное пособие / А.Н. Аверин. - Москва : Проспект, 2016. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-20839-5 ; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443609 Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана. Дресвянников, В. А. Управленческое консультирование. Учебник для магистров [Электронный ресурс] / В. А. Дресвянников, А. О. Блинов. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 212 с. - 978-5-394-02052-0. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135375 Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280 Информационный менеджмент : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджева и др. ; под ред. Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579 Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719 Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017 МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697 Политические технологии: ПР и реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68679 Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере: учебное пособие. [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/93213 — Загл. с экрана. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое

		регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56211 Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 408 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56229

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,

– в форме электронного документа,

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,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1 Примерная тематика семинарских занятий:

Тема: Управленческое консультирование. ПР-консультирование в различных областях управления. Социальная ответственность, социальное партнерство, корпоративное гражданство.

Вопросы для подготовки:

1. Имидж-консультирование: основные направления и техники.
2. Планирование и реализация индивидуальных имидж-проектов.

3. Этапы становления социально-ответственной активности компании. Основные тенденции развития социальных программ.
4. Развитие корпоративной социальной ответственности в России. Исторические и географические особенности. Особенности, связанные с менталитетом населения и традициями корпоративного управления.
5. Корпоративные общественные (социальные) инвестиции. Социальное партнерство.
6. Приоритеты корпоративной социальной ответственности

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Консалтинг как средство обеспечения эффективной политики.
2. Консультирование как неформальная деятельность.
3. Консалтинг как форма бизнеса.
4. Политический консультационный бизнес в Германии и Франции.
5. Специфика российской практики политического консультирования.
6. Консалтинговые услуги и их классификация.
7. Национальные ассоциации консультантов в России.
8. Содержание деятельности консалтинговых агентств в Росси («Има – консалтинг», «Имидж – контакт», «Ромир - консалтинг и PR», консалтинговые компании)).
9. Содержание деятельности консалтинговых агентств Юга России и Краснодарского края
10. Консалтинг в системе антикризисного управления.
11. Опыт работы консультанта по управлению организацией.
12. PR-консалтинг и имиджмейкинг.
13. PR-консалтинг в ситуации кризиса.
14. Консалтинг и "разноцветный" PR: "черный", "серый", "желтый", "красный" PR и его особенности.
15. Этические аспекты и социальная ответственность консультанта по связям с общественностью.
16. Рынок политических консалтинговых услуг в России.
17. Проблема классификации типов политических консультантов.
18. Российский и американский образы политических
19. консультантов: профиль и анфас.
20. Организационная структура консалтингового процесса.
21. Проблема злоупотребления властью в зеркале политического консультирования.
22. Психология риска принятия решений
23. Консалтинг в современной России
24. Теоретические и концептуальные основы консультирования
25. Место консалтинга в системе связей с общественностью
26. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью
27. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью
28. Разновидности политического консалтинга
29. Управленческое консультирование
30. Планирование и проведение целевых политических PR-акций
31. Организационное поведение в кризисных политических ситуациях.
32. Организация лоббирования. Понятие и необходимость лоббирования в деловой сфере.
33. Имидж-консультирование: основные направления и техники.
34. Планирование и реализация индивидуальных имидж-проектов.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы.

Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

– знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;

– характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);

– степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);

– качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

1. Консалтинг в связях с общественностью: сущность, структура, функции. Предмет и основные понятия PR-консалтинга.

2. Консалтинг в исторической ретроспективе. Основные этапы развития консалтинга в связях с общественностью. Выделение консалтинга в связях с общественностью в самостоятельную сферу профессиональной деятельности.

3. Место и роль консалтинга в системе связей с общественностью. Консалтинг и другие компоненты деятельности по связям с общественностью.

4. Современное состояние консалтинга в связях с общественностью. Консалтинг в странах современной Европы, юго-восточной Азии, Австралии и США.

5. Профессиональные и этические кодексы консультантов по связям с общественностью.

6. Тенденции развития консалтинга в связях с общественностью в современной России.

7. Модели постановки и решения системных задач в консалтинге по связям с общественностью.

8. Диагностика ситуации в консалтинге по связям с общественностью. Методы диагностики. Прикладной диагностический инструментарий. Основные диагностические процедуры.

9. Планирование и разработка программ в консалтинге по связям с общественностью. Подходы к планированию.

10. PR- консалтинг и управление коммуникациями. Качественные уровни PR-коммуникаций.

11. Целевая аудитория в PR-консалтинге.

12. Стратегия и тактика в PR-консалтинге, основные этапы консультирования клиента.

13. Консалтинг, связи с общественностью и реклама.

14. PR-консалтинг и имиджмейкинг.

15. Организационное поведение в кризисных политических ситуациях.

16. Организация лоббирования. Понятие и необходимость лоббирования в деловой сфере.

17. Имидж-консультирование: основные направления и техники.

18. Планирование и реализация индивидуальных имидж-проектов.

19. PR-консалтинг в ситуации кризиса.

20. Консалтинг и "разноцветный" PR: "черный", "серый", "желтый", "красный" PR и его особенности.

21. Этические аспекты и социальная ответственность консультанта по связям с общественностью.

22. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью.

23. Интегрированный консалтинг.

24. Цели и основные задачи консалтинга в связях с общественностью.

25. Формы и методы PR-консалтинга. Способы взаимодействия с клиентом в консалтинге по связям с общественностью.

26. Виды и разновидности PR-консалтинга.

27. Политический консалтинг и политические технологии.

28. Место и роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и исследовании политической структуры общества.

29. Политический консалтинг и диагностика политической ситуации и

политических ожиданий общества.

30. Мониторинг социально-политических процессов и политических предпочтений.

31. Политический консалтинг и управленческие решения в политической сфере.

32. Политический консалтинг в системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов. Фазы политического консультирования.

33. Стратегия и тактика избирательной кампании. Консалтинг и медиапланирование.

34. Современный рынок консалтинговых услуг в сфере культуры и шоу-бизнеса. Рейтинг самых известных PR-консультантов.

35. Карьера в консалтинге в связях с общественностью.

36. Актуальность профессии консультанта по связям с общественностью в современном мире.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- **оценка «зачтено»:** студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- **оценка «не зачтено»:** материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
– в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа.
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.
Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана.
2. Дресвянников, В. А. Управленческое консультирование. Учебник для магистров [Электронный ресурс] / В. А. Дресвянников, А. О. Блинов. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 212 с. - 978-5-394-02052-0. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135375
3. Информационный менеджмент : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджева и др. ; под ред. Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 408 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56229

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2. Дополнительная литература

1. Аверин, А.Н. Социальная коммуникация : учебное пособие / А.Н. Аверин. - Москва : Проспект, 2016. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-20839-5 ; То же [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443609
2. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280
3. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719
4. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697
5. Политические технологии: ПР и реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68679
6. Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере: учебное пособие. [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/93213 — Загл. с экрана.
7. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267.
8. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56211

5.3. Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: http://search.rsl.ru/en/record/01008481880

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru)
2. Портал открытых данных Российской Федерерации https://data.gov.ru
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ https://rosmintrud.ru/opendata
4. База данных Научной электронный библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/
5. База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН http://www2.viniti.ru/
6. Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных www.rusnano.com

Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» https://uisrussia.msu.ru/

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей. Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся

ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям: – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; – логичность, четкость и ясность в изложении материала; – возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; – опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; – тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; – научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; – активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их; – эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной

работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Изучение дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса; - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение практических занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft "Enrollment for Education Solutions" 72569510.Лицензионныйдоговор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикулправообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft "Enrollment for Education Solutions" 72569510.Лицензионныйдоговор №73–АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

8.3. Перечень информационных справочных систем

1. ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» https://www.book.ru ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 302, 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 302, 402)
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
5.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ

		в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)