

КОНСАЛТИНГ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование профессиональных компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью в области предоставления консалтинговых услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Коммуникационный менеджмент», «Основы интегрированных коммуникаций», «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Связи с общественностью и общественное мнение», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Организация и проведение мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью», «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Связи с общественностью и организационная культура», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- модели консалтинговых услуг;
- базовые модели корпоративной социальной ответственности и ее роль в решении социальных проблем;
- особенности формирования корпоративной социальной ответственности в деятельности российского бизнес-сообщества;
- технологию проведения социологических и маркетинговых исследований;

уметь

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;

- проводить успешную презентацию проектов, выполненных работ, результатов исследований для заказчика;
- управлять социальными программами компании;
- проводить оценку стратегического плана компании;

владеть

- технологией «Легкого консалтинга»;
- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа;
- инструментом реализации социальных программ компании;
- технологией создания консалтингового проекта.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,
 общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 22 ч., СРС – 77 ч.),
 распределение по семестрам – 5 курс, зима, 5 курс, лето,
 форма и место отчётности – экзамен (5 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Консалтинг: значение, содержание, история становления..
 Предпосылки и объективные условия роста потребности в консалтинговых услугах.
 Особенности российского рынка консалтинговых услуг. Отраслевой консалтинг. Технологии «легкого консалтинга».

Исследовательские (аналитические) технологии в консалтинге..
 Использование методов социологического исследования. Информационно - аналитические системы для обработки открытых источников информации. Информационный аудит.
 Коммуникационный аудит.

Проектные технологии в консалтинге..
 Этапы управления проектом. Техники формулировки проектной идеи. SMART-тест для формулировки целей проекта.

Презентационные технологии в консалтинге..
 Современные презентации. Структура презентации. Принципы реагирования на вопросы аудитории. Сценарный и постановочный этапы подготовки. Работа с невербальными компонентами презентации.

Управление социальной сферой и новые направления развития консалтинговых услуг..
 КСО - как сфера работы консультанта. Содержание социальной политики компании и возможные направления предоставления консалтинговых услуг. Консалтинг сферы социальной защиты и поддержки населения. КСО в России: состояние, проблемы и перспективы развития. Цикл управления социальными программами компании. Годовой корпоративный социальный отчет (ГКСО).

Исследование потребностей клиента (Опросные листы)..
 Оценка стратегического плана компании. Ситуационный анализ (SWOT). Применение и особенности. Оценка эффективности команды.

Последовательный подход к решению проблем клиента..
 Технология инициирования изменений и управления ими. Определение миссии и целей,

обзор текущего состояния организации, оценка внешних условий, проведение маркетинговых исследований, определение долгосрочных задач и последовательность краткосрочных, разработка и реализация плана действий, системная интеграция процесса планирования преобразований. Технология проведения анализа эффективности работы организации.

6. Разработчик

Пундикова Татьяна Николаевна, ассистент кафедры социальной работы.