

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

2019 г.

Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград
2019

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы

« 14 » мая 201 9 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой А.И.Исмаилов « » 201 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования « 10 » мая 201 9 г. , протокол № 9

Председатель учёного совета Проф. Андрющенко Т.В. « » 201 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

« 31 » мая 201 9 г. , протокол № 10

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № (подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Шакарбиева Светлана Владиславовна, кандидат философских наук, доцент кафедры социальной работы ВГСПУ.

Программа дисциплины «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 31 мая 2019 г., протокол № 10).

1. Цель освоения дисциплины

Рассмотреть теоретические и практические аспекты развития социокультурного консалтинга в рекламе и связях с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Зарубежная философия», «Общественные и государственные институты в современном мире», «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации», «Русская философия», «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере», «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе», «Организация специальных мероприятий в рекламе и связях с общественностью», «Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

– способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; модели консалтинговых услуг (УК-1);

– 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 (ОПК-2);

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 (УК-1, ОПК-2);

– управлять социальными программами компании; проводить оценку стратегического плана компании (УК-1);

владеть

– технологией «Легкого консалтинга»; традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа (ОПК-2);

– инструменты реализации социальных программ компании; технологией создания консалтингового проекта (УК-1, ОПК-2).

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		5л
Аудиторные занятия (всего)	22	22
В том числе:		
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	77	77
Контроль	9	9
Вид промежуточной аттестации		ЭК
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Особенности коммуникаций в рыночной среде	Коммуникации в рыночной среде. Работы при подготовке рекламных кампаний и коммуникационных программ. Технология "Легкого консалтинга"
2	Модели корпоративной социальной ответственности	Основные модели корпоративной социальной ответственности в решении социальных проблем. Проведение исследований и реализация социальных программ компании.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Особенности коммуникаций в рыночной среде	3	8	–	38	49
2	Модели корпоративной социальной ответственности	3	8	–	39	50

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Апенько, С. Н. Коммуникационный консалтинг. Архитектоника организационных коммуникаций [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Н. Апенько, К. В. Гилева ; С. Н. Апенько. - Омск : Омский государственный университет, 2014. - 220 с. - ISBN 978-5-7779-1704-1...

2. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. М. Блюмин ; А. М. Блюмин. - Москва : Дашков и К, 2013. - 364 с. - ISBN 978-5-394-01897-8..

3. Шарков, Ф. И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков ; Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2010. - 407 с. - ISBN 978-5-394-00777-4.

6.2. Дополнительная литература

1. Аймаутова, Н. Е. Взаимодействие социолога с заказчиком [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Е. Аймаутова ; Н. Е. Аймаутова. - Москва : Российский университет дружбы народов, 2009. - 244 с. - ISBN 978-5-209-03066-9...

2. Блинов, А. О. Управленческое консультирование [Электронный ресурс] : учебник для магистров / А. О. Блинов, В. А. Дресвянников ; А. О. Блинов. - Москва : Дашков и К, 2014. - 212 с. - ISBN 978-5-394-02052-0.

3. Булеев, А. И. Конкурентоспособность и эффективность услуг на примере консалтинговой и лизинговой деятельности [Электронный ресурс] : монография / А. И. Булеев, Н. А. Адамов ; А. И. Булеев. - Москва : ИД «Экономическая газета» ; ИТКОР, 2012. - 129 с. - ISBN 978-5-900792-73-6.

4. Булеев, А. И. Малые консалтинговые предприятия в сфере аудита и бухгалтерского учета в строительстве [Электронный ресурс] : монография / А. И. Булеев, Н. А. Адамов ; А. И. Булеев. - Москва : ИД «Экономическая газета» ; ИТКОР, 2012. - 120 с. - ISBN 978-5-900792-88-0.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Сайт консалтинговых компаний города Волгограда <http://www.yell.ru/volgograd/top/konsalting/>.
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>.
3. Портал <http://www.sostav.ru/>.
4. Официальный сайт компании "Михайлов и партнеры" <http://www.m-p.ru/>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

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

1. Пакет Microsoft Office.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения практических занятий (в том числе с

мультимедийной поддержкой).

3. 3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.