

# СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОНСАЛТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

## 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 «Интегрированные коммуникации», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере», «Политическая реклама», «Социальная реклама», «Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью», «Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий», «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Подготовка проектной и сопровождающей документации», «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)», «Рекламное обеспечение проектных мероприятий», «Формы коммуникации в проектной деятельности».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен создавать и редактировать информационные ресурсы (ПК-1).

**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;

– инструменты 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 – 30 ч., СРС – 69 ч.),

распределение по семестрам – 6,

форма и место отчётности – экзамен (6 семестр).

#### **5. Краткое содержание дисциплины**

Особенности коммуникаций в рыночной среде.

Коммуникации в рыночной среде. Работы при подготовке рекламных кампаний и коммуникационных программ. Технология "Легкого консалтинга"

Модели корпоративной социальной ответственности.

Основные модели корпоративной социальной ответственности в решении социальных проблем. Проведение исследований и реализация социальных программ компании.

#### **6. Разработчик**

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