



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)**

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

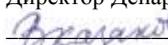
СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
Т.Д. Лыкова  
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента коммуникаций и медиа

  
В.А. Казакова  
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**Форма подготовки очная**

курс   2   семестр   3  

лекции 18 час.

практические занятия 18 час.

лабораторные работы \_\_\_\_\_ час.

в том числе с использованием МАО лек. \_\_\_\_\_ / пр. 18 / лаб. \_\_\_\_\_ час.

всего часов аудиторной нагрузки 36 час.

в том числе с использованием МАО 18 час.

самостоятельная работа 72 час.

часы на контроль - 36 час.

контрольные работы (количество) не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены

зачет не предусмотрен

экзамен 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями  
Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки  
РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа,  
протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа: канд. полит.наук, Казакова В.А.  
Составитель доцент, к.с.н. Олейникова Е.Ю.

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности»**

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» предназначена для студентов второго курса по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» очной формы обучения в соответствии с требованиями образовательного стандарта ДВФУ (ОС) по данному направлению от 21.10.2016 г.

Дисциплина относится к вариативному блоку дисциплин - Б1.В.03. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 ч., в т.ч. в интерактивной форме – 18 ч.), самостоятельная работа студента (72 ч.), часы на контроль (36 ч.). Дисциплина реализуется на 2 курсе (в 3 семестре).

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Теория коммуникации и практика делового общения», «Теория и практика управления рекламной и PR-деятельностью».

Курс «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности», адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие профессиональных качеств у обучающихся.

Реализация поставленных задач обеспечивается благодаря сочетанию различных форм обучения: лекций, практических занятий, аналитической деятельности. В ходе лекций обеспечивается теоретическая подготовка. Практические занятия и самостоятельная работа направлены на закрепление теоретического материала и выработку практических навыков посредством решения ситуационных задач, поиска ответов на вопросы.

Курс состоит из двух разделов.

Цель раздела «Общие вопросы консалтинга в связях с общественностью и рекламе» состоит в изучении особенностей и стратегии консалтингового процесса в PR-деятельностью. Особое внимание уделяется изучению эвристических методов поиска решений, а также специфики консалтинга в построении имиджа и корпоративной культуры.

Цель раздела «Управление консалтингом» заключается в изучении специфики менеджеральных консалтинговых инструментов в коммерческой

рекламной сфере, управления изменениями, построения организационных структур, ценообразования.

**Задачи:**

- знать эволюцию взглядов на консультирование,
- знать место консалтинга в целостной системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса,
- уметь проводить анализ эмпирического материала, раскрывающего состояние конкретной ситуации или компании,
- уметь ориентироваться в вопросах управления консалтинговыми агентствами и службами,
- владеть приемами и методами убеждающего психологического воздействия на людей в процессе общения.

Для успешного изучения дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции выпускника, освоившего основную образовательную программу, согласно ФГОС среднего общего образования:

- личностной, включающей способность к самоорганизации и самообразованию, сформированность их мотивации к обучению и целенаправленной познавательной деятельности, системы значимых социальных и межличностных отношений, ценностно-смысловых установок, отражающих личностные и гражданские позиции в деятельности, правосознание, экологическую культуру, способность ставить цели и строить жизненные планы, способность к осознанию российской гражданской идентичности в поликультурном социуме;
- сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;
- готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной

деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

- сформированность навыков оценивания социальной информации, умений поиска информации в источниках различного типа для реконструкции недостающих звеньев с целью объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов общественного развития.

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМИ и социально-психологических механизмах убеждения	Знает	историю и специфику консалтингового процесса в сфере PR, систему его организации, понятийный аппарат дисциплины, особенности корпоративной культуры компании
	Умеет	планировать консалтинговые процедуры и разрабатывать этапы консалтингового процесса, выстраивать организационную структуру консалтинговой фирмы
	Владеет	владеет навыками анализа опасностей и угроз, возникающих в PR сфере, методами расчета стоимости консалтинговых услуг и расчета эффективности консалтинговых услуг
ПК-11 - способность организовывать и проводить социологические исследования	Знает	алгоритм написания плана прикладного исследования, эвристические методы генерирования идей, а также методы генерирования новых идей при решении теоретических и практических задач консалтинга
	Умеет	использовать процедуры анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; использовать эвристические методы для поиска решений в консалтинге, составлять аналитическую документацию
	Владеет	навыками руководства подготовкой количественных и качественных исследований; анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; навыками составления и правки аналитической документации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: дискуссия, мозговой штурм, круглый стол.

# **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

## **Лекционные занятия (18 час.)**

### **Раздел I. Общие вопросы консалтинга в связях с общественностью и рекламе (10 час.)**

#### **Тема 1. Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности как часть системы профессионального консультирования (1 час.)**

1. Определения понятия «консалтинг». Профессиональный консалтинг как отдельный сектор экономики.
2. Консалтинг в связях с общественностью: «плюсы» и «минусы».
3. Основные виды консалтинговых услуг в связях с общественностью.
4. Консалтинг и бенчмаркинг: сравнительная характеристика.
5. Современная российская практика PR-консалтинга: ведущие компании на рынке консалтинговых услуг.

#### **Тема 2. Развитие консалтинга. Эволюция взглядов на консультирование (2 час.)**

1. Возникновение консультирования: 3 основных источника появления консалтинга.
2. Развитие комплексной системы сбора и обработки информации.
3. Превращение эпизодических политических консультационных услуг в индустрию бизнеса и управления политической сферой.
4. «Золотой век консалтинга» в истории развития института связей с общественностью.
5. Становление и развитие консалтинга как методологического механизма систематической диагностики состояния рынка.

#### **Тема 3. Специфика консалтинговых услуг в России (1 час.)**

1. Становление отечественного консалтинга как профессиональной деятельности.
2. Структура российского рынка консалтинговых услуг.
3. Профессиональные союзы консультантов в современной России.
4. Виды компаний, оказывающих услуги в области профессионального PR-консультирования.
5. Недостатки в развитии рынка отечественного PR-консалтинга.

#### **Тема 4. Особенности PR-консультирования корпоративной организации: творческий процесс (2 час.)**

Методологические подходы к разработке решений проблем в консалтинге корпоративной организации.

Индивидуальное творческое мышление консультанта как фактор успешности консультирования корпоративной организации.

Основные эвристические методы поиска идей (мозговой штурм, инверсия, 6-3-1, 6 шляп, брейнрайтинг, метод ключевых вопросов, «размер-время-стоимость»).

#### **Тема 5. Маркетинг консалтинговых услуг и его особенности (2 час.)**

1. Понятие консалтинговой услуги и ее свойства.
2. Особенности и цели маркетинга консалтинговых услуг.
3. План и стратегия маркетинга.
4. Основные направления маркетингового консалтинга.

#### **Тема 6. Имидж и корпоративная культура организации в системе консалтинга (2 час.)**

1. Понятие имиджа и корпоративной культуры
2. Первичная диагностика имиджа корпоративной организации. Формирование внутреннего и внешнего имиджа и организационной культуры.
3. Исследование имиджевых факторов оценки.
4. Вторичная диагностика имиджа корпоративной организации.
5. Помощь консультантов в сближении позиций клиентов (потребителей продукции и услуг) и персонала корпоративной организации.
6. Сценарный подход при коррекции имиджа корпоративной организации.
7. Разработка фронтальной реорганизации корпоративной организации.

#### **Раздел II. Управление консалтингом (8 час.)**

##### **Тема 7. Модели консалтинга в профессиональной сфере (2 час.)**

1. Пяти- и девятифазная модели консультирования.
2. Специализация консалтинговых корпоративных организаций.
3. Этапы консультационной работы.
4. Ценообразование на консалтинговые услуги.

##### **Тема 8. Совершенствование управления организацией на основе внутреннего консультирования (2 час.)**

1. Внутренняя структура управленческо-консалтингового отдела.
2. Стратегические и оперативные задачи отдела внутреннего консультирования.
3. Схема построения связей управленческо-консалтингового отдела с рынком.
4. Обязанности подразделения корпоративного менеджмента.
5. Определение места управленческо-консалтингового отдела в различных иерархических системах построения структуры корпорации.
6. Зависимость между внутренней структурой построения корпорации и конкурентной стратегией.

### **Тема 9. Организационные структуры консалтинга в системе рекламно-коммуникационных процессов (2 час.)**

1. Понятие и место организационной структуры в консалтинге.
2. Обзор современных организационных структур. Подход Г. Минцберга.
3. Линейные и линейно-функциональные, дивизиональные, матричные организационные структуры,
4. Выбор организационных структур в зависимости от целей организации. Достоинства и недостатки структур.
5. Технология организационного проектирования. Выработка рекомендаций по реорганизации структуры и процессов.

### **Тема 10. Управление изменениями. Тенденции развития рынка консалтинговых услуг (2 час.)**

1. Понятие изменений и управление изменениями. Типичные причины, вызывающие сопротивление изменениям у работников корпоративной организации.
2. Начало и цели внедрения нововведений в корпоративной организации. Управление внедрением нововведений.
3. Снижение спроса на консалтинговые услуги как фактор кризисного состояния общества.
4. Перспективы развития и работы в России зарубежных консультационных компаний, средних и крупных российских консультационных фирм.
5. Мелкие консультационные и квазиконсультационные фирмы: объёмы освоенного рынка.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

**Практические занятия (18 час., в т.ч. с использованием интерактивных методов – 18 час.)**

## **Раздел I. Общие вопросы консалтинга в связях с общественностью и рекламе (10 час.)**

### **Занятие 1. Круглый стол «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности как часть системы профессионального консультирования» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Определения понятия «консалтинг». Профессиональный консалтинг как отдельный сектор экономики.
2. Консалтинг в связях с общественностью: «плюсы» и «минусы». Анализ возможностей консалтинга на рекламном рынке г. Владивостока.
3. Основные виды консалтинговых услуг в связях с общественностью.
4. Консалтинг и бенчмаркинг: сравнительная характеристика.
5. Современная российская практика PR-консалтинга: ведущие компании на рынке консалтинговых услуг.

### **Занятие 2. Круглый стол «Развитие консалтинга. Эволюция взглядов на консультирование» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Возникновение консультирования: 3 основных источника появления консалтинга.
2. Развитие комплексной системы сбора и обработки информации.
3. Превращение эпизодических политических консультационных услуг в индустрию бизнеса и управления политической сферой.
4. «Золотой век консалтинга» в истории развития института связей с общественностью.
5. Становление и развитие консалтинга как методологического механизма систематической диагностики состояния рынка.

### **Занятие 3. Дискуссия «Специфика консалтинговых услуг в России» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Становление отечественного консалтинга как профессиональной деятельности.
2. Структура российского рынка консалтинговых услуг.
3. Отраслевые СМИ и информационные ресурсы в отечественной индустрии консалтинга.
4. Внутреннее консультирование в деятельности российских компаний.
5. Профессиональные союзы консультантов в современной России.
6. Использование западного опыта в отечественной практике консультирования.
7. Этапы консультационной работы в России.

8. Виды компаний, оказывающих услуги в области профессионального PR-консультирования.

9. Недостатки в развитии рынка отечественного PR-консалтинга.

**Занятие 4. Дискуссия «Маркетинговый консалтинг и его особенности» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Понятие маркетинговой стратегии и маркетинговых исследований.
2. Цели маркетингового консалтинга.
3. План и стратегия маркетинга.
4. Основные направления маркетингового консалтинга.

**Занятие 5. Круглый стол «Мозговой штурм «Коррекция имиджа корпоративной организации с помощью консалтинга» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Первичная диагностика имиджа корпоративной организации.
2. Формирование внутреннего и внешнего имиджа.
3. Исследование имиджевых факторов оценки.
4. Вторичная диагностика имиджа корпоративной организации.
5. Помощь консультантов в сближении позиций клиентов (потребителей продукции и услуг) и персонала корпоративной организации.
6. Сценарный подход при коррекции имиджа корпоративной организации.

**Раздел II. Управление консалтингом (8 час.)**

**Занятие 6. Круглый стол «Модели консалтинга в профессиональной сфере» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Пятифазная модель консультирования.
2. Специализация консалтинговых корпоративных организаций.
3. Этапы консультационной работы.
4. Ценообразование на консалтинговые услуги.

**Занятие 7. Практическое занятие и дискуссия «Разработка организационной структуры в системе связей с общественностью и информационно-коммуникационных процессах» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Разработать концепцию создания консалтинговой фирмы, ее название, выбрать тип организационной структуры (линейные и линейно-функциональные, дивизиональные, матричные организационные структуры) и объяснить свой выбор, аргументировав особенностями

внешней и внутренней среды фирмы, указав достоинства и недостатки структуры.

**Занятие 8. Дискуссия «Особенности PR-консультирования корпоративной организации» (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Основные специалисты корпоративного консультирования.
2. Методологические подходы к разработке решений проблем в консалтинге корпоративной организации.
3. Индивидуальное творческое мышление консультанта как фактор успешности консультирования корпоративной организации.

**Тема 9. Дискуссия «Управление изменениями. Тенденции развития рынка консалтинговых услуг (2 час., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме)**

1. Понятие изменений и управление изменениями. Типичные причины, вызывающие сопротивление изменениям у работников корпоративной организации.
2. Начало и цели внедрения нововведений в корпоративной организации. Управление внедрением нововведений.
3. Снижение спроса на консалтинговые услуги как фактор кризисного состояния общества.
4. Перспективы развития и работы в России зарубежных консультационных компаний, средних и крупных российских консультационных фирм.
5. Мелкие консультационные и квазиконсультационные фирмы: объёмы освоенного рынка.

**III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I Общие вопросы консалтинга в связях с общественностью и рекламе	ПК-11, ПК-14	знает историю и специфику консалтингового процесса в сфере PR, систему его организации,	УО-1, УО-3, УО-4, ПР-4  Выполнение практических заданий, доклады, реферат	УО-1, ПР-11  Устный опрос (экзамен) вопросы №1-15, решение задачи/задания
			умеет осуществлять эвристические методы для поиска решений в консалтинге, выстраивать модель консалтингового процесса, выявлять основные проблемы деятельности PR фирмы		
владеет навыками анализа опасностей и угроз, возникающих в PR сфере, аналитическими и прогностическими способностями					
	Раздел II Управление консалтингом	ПК-11, ПК-14	знает основные модели консалтингового процесса в рекламе, особенности работы над корпоративной культурой компании, особенности организационных структур консалтинга, тенденции развития рынка консалтинговых услуг	УО-1, УО-3, УО-4, ПР-4 ПР-11  Выполнение практических заданий, доклады, реферат	УО-1, ПР-11  Устный опрос (экзамен) вопросы №16-30, решение задачи/задания
			использовать процедуры анализа и интерпретации первичной и вторичной информации;		
			использовать составлять аналитическую документацию; строить организационные структуры в консалтинге		
			навыками руководства подготовкой		

			количественных и качественных исследований; анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; навыками составления и правки аналитической документации		
--	--	--	--	--	--

#### ФОРМА КОНТРОЛЯ

УО-1 – собеседование;

УО-3 – доклад;

УО-4-дискуссия

ПР-4 реферат

ПР-11 – разноуровневые задачи и задания

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

*(электронные издания)*

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования [Электронный ресурс] / А. М. Блюмин. – М.: Дашков и К, 2017. – 364 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978>

2. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2016. - 408 с. <http://znanium.com/catalog/product/291622>

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг. Архитектоника организационных коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Апенько С.Н., Гилева К.В.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский

государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2014.— 220 с.  
<http://www.iprbookshop.ru/24892.html>

2. Инфраструктура предпринимательской деятельности : учебное пособие / Дальневосточный федеральный университет, Школа экономики и менеджмента ; [сост. И. Н. Дроздов]. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2013.  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:717466&theme=FEFU>

3. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с.  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=505002>

4. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015.— 80 с.  
<http://www.iprbookshop.ru/64567.html>

5. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс]: теоретические брифы. Учебное пособие/ Скрипникова Н.Н.— Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 53 с. <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

6. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>

### **Нормативно-правовые материалы**

1. О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети  
«Интернет»**

1. Consulting.ru – еженедельник о консалтинге <http://consulting.ru>
2. База данных по ресурсам консалтинговых организаций в сети Интернет <http://www.a-z.ru/infoconsulting/spisok.htm>
3. Индустрия рекламы – теория и практика рекламной деятельности: информационно-справочный портал <http://adindustry.ru/>
4. Advertology.ru – наука о рекламе: информационно-справочный портал <http://www.advertology.ru/>
5. Маркетинг журнал 4p.ru <http://www.4p.ru/>

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

Microsoft Office Professional Plus 2013 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 16.04 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;

Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Изучение дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» выполняется по следующему алгоритму.

1. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях, но для усвоения материала предполагается самостоятельное изучение теоретического материала студентами.

Студенту для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата. Студент выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит реферат, который защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель

контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата).

2 Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии, решают задачи, участвуют в круглом столе. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

3. Во второй половине семестра студенту предлагается самостоятельно подготовиться к проверочной работе. Студент должен проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов

4. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к экзамену.

Оценка по экзамену выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачтенных результатов проверочной работы, реферата, ответа на вопросы экзамена и решения задачи/задания на экзамене.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi;	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 204

Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	
--	--

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной  
деятельности»**

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

**Форма подготовки очная**

**Владивосток**

**2018**

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	1-18 неделя	Подготовка к практическому занятию (домашнее задание)	34 час.	Работа на практических занятиях
2	2-18 неделя	Подготовка письменной работы (реферат)	24 час.	Защита реферат
3	4-18 неделя	Подготовка к проверочной работе	14 час.	Письменная проверочная работа
ИТОГО:			72 ч.	

### Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме занятия: выполнение домашних заданий.

2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).

3. Подготовка к проверочной работе.

Задания для самостоятельной работы:

1. Найдите примеры привлечения к делам компании консультантов «со стороны». Назовите плюсы и минусы такой работы.

2. Назовите и охарактеризуйте ведущие компании на рынке консалтинговых услуг Приморского края.

3. Составьте сравнительную таблицу внутреннего и внешнего консультирования компании.

4. Рассмотрите деятельность профессиональных союзов консультантов в России: история формирования, цели, идея, миссия.

5. Дайте подробную характеристику ведущих мировых консалтинговых компаний (страна по выбору студента).

6. Напишите эссе «Моя профессия – специалист по консалтингу и мои функции», предварительно выбрав организацию, которой необходим консультант.

7. Составьте резюме на должность менеджера-консультанта.

8. Изучите элементы корпоративного стиля компании.

9. Прочитайте статью «Создание имиджа. Как создать имидж компании?». Режим доступа: <http://smm.ingate.ru/smm-wiki/sozдание-imidzha/>

10. Проведите диагностику существующего имиджа политика, предложите нововведения в имидже. Аргументируйте каждое из нововведений.

### **Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям**

Практические занятия являются одним из видов занятий при изучении курса дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» и включают самостоятельную подготовку студентов по заранее предложенному плану темы, конспектирование предложенной литературы, составление схем, таблиц, работу со словарями, учебными пособиями, первоисточниками, написание эссе, подготовку докладов, решение задач и проблемных ситуаций.

Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей.

Задачей практического занятия является формирование у студентов навыков самостоятельного мышления и публичного выступления при изучении темы, умения обобщать и анализировать фактический материал, сравнивать различные точки зрения, определять и аргументировать

собственную позицию.

Самоподготовка к практическим занятиям включает такие виды деятельности как:

1) самостоятельная проработка конспекта лекции, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы;

2) конспектирование обязательной литературы; работа с первоисточниками (является основой для обмена мнениями, выявления непонятного);

3) работа над подготовкой сообщения и тезисов доклада, работа над эссе и домашними заданиями и их защита;

4) подготовка к опросам, собеседованию, самостоятельным и контрольным работам, подготовка к зачету.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо:

– изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах и т.д.;

– учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей учебной программы;

– подготовить план-конспект (конспект) всех вопросов, выносимых на практическое занятие согласно плану практического занятия;

– подготовить сообщение или тезисы для выступлений по всем вопросам, выносимым на практическое занятие, а также составить план-конспект своего выступления. Готовясь к докладу или сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю;

– продумать примеры с целью обеспечения связи изучаемой теории с реальной жизнью.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Ведение записей

способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

На практическом занятии каждый его участник должен быть готовым к опросу или собеседованию (выступлению) по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Если занятие проходит с докладами и презентациями, то выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать факты и наблюдения современной жизни и т. д. В заключение преподаватель как руководитель практического занятия, подводит его итоги.

### **Методические указания к написанию реферата**

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным,

исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;

2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;

3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;

4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см.. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной

терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами.

Темы рефератов:

1. Возникновение и современное состояние консалтинга в России и в мире.
2. Особенности и перспективы развития консалтинга в России.
3. Различия российской и западной школ консультирования.
4. Современные российские технологии консультирования.
5. Моделирование консалтингового процесса.
6. Консультирование в различных областях менеджмента.
7. Консультирование в области стратегического планирования и управления.
8. Консультирование в области управления маркетингом.
9. Консультирование в области финансового управления.
10. Консультирование в области организационных структур управления и процессов принятия решений.
11. Консультирование в области организационной культуры.
12. Консультирование в области управления персоналом.
13. Консультирование в области организации производства.
14. Консультирование в области информационных технологий.
15. Консультирование в области корпоративного управления.
16. Консультирование в области экологии.
17. Консультирование по организации малого бизнеса.

18. Консультирование по вопросам управления изменениями и преодоления сопротивления изменениям.

19. Стратегическое планирование деятельности консалтинговой фирмы.

20. Эффективные коммуникации в консалтинге.

21. Качество консалтинговых услуг и его измерение.

22. Система мотивации в консалтинговом бизнесе.

23. Роль маркетинга в развитии консалтингового бизнеса.

24. Консалтинг в управлении государственным сектором.

Критерии оценки реферата:

Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено». 10- 6 баллов - студент понимает базовые основы вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы технических наук и понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы; менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины, работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

При выполнении проверочной работы студенту необходимо правильно ответить на открытые вопросы, выбрать вариант ответа из предложенных в закрытых вопросах, сопоставить вопросы и ответы в вопросах на

сопоставление. Проверочные работы могут быть использованы в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-61 % верных ответов соответственно) работа оценивается положительно.

#### 1. Типовые вопросы проверочной работы

2. Определение понятия «Консалтинг». Назовите схожие особенности многочисленных определений этого понятия.

3. Назовите 2 основные классификации видов консалтинговых услуг.

4. В чем особенность консалтинга «первой», «второй», «третьей» волны?

5. Укажите 3 этапа развития рынка консалтинговых услуг в России за последние 20 лет.

6. Напишите названия любых 5ти известных вам ассоциаций в сфере консалтинга.

7. Какие сегменты рынка консалтинговых услуг в России выделяют исследователи?

8. Назовите особенности рынка консалтинговых услуг в России.

9. Опишите названия фаз в пятифазной модели консалтинга.

10. Опишите модели классификации Э. Шейна.

11. Какие бывают формы установления цены на консалтинговые услуги?

12. Что такое реинжиниринг? Раскройте 3 его базовых понятия.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)

---

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной  
деятельности»  
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»  
Форма подготовки очная

**Владивосток**  
**2018**

## Паспорт ФОС

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМИ и социально-психологических механизмах убеждения	Знает
Умеет		планировать консалтинговые процедуры и разрабатывать этапы консалтингового процесса, выстраивать организационную структуру консалтинговой фирмы
Владеет		владеет навыками анализа опасностей и угроз, возникающих в PR сфере, методами расчета стоимости консалтинговых услуг и расчета эффективности консалтинговых услуг
ПК-11 - способность организовывать и проводить социологические исследования	Знает	алгоритм написания плана прикладного исследования, а также методы генерирования новых идей при решении теоретических и практических задач консалтинга
	Умеет	использовать процедуры анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; использовать эвристические методы для поиска решений в консалтинге, составлять аналитическую документацию
	Владеет	навыками руководства подготовкой количественных и качественных исследований; анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; навыками составления и правки аналитической документации

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I Общие вопросы консалтинга в связях с общественностью и рекламе	ПК-11, ПК-14	знает историю и специфику консалтингового процесса в сфере PR, систему его организации,	УО-1, УО-3, УО-4, ПР-4  Выполнение практических заданий, доклады,	УО-1, ПР-11  Устный опрос (экзамен) вопросы №1-15, решение задачи/зада
			умеет осуществлять эвристические методы для поиска решений в консалтинге, выстраивать модель консалтингового		

			процесса, выявлять основные проблемы деятельности PR фирмы	реферат	ния
			владеет навыками анализа опасностей и угроз, возникающих в PR сфере, аналитическими и прогностическими способностями		
Раздел II Управление консалтингом	ПК-11, ПК-14	знает основные модели консалтингового процесса в рекламе, особенности работы над корпоративной культурой компании, особенности организационных структур консалтинга, тенденции развития рынка консалтинговых услуг	использовать процедуры анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; использовать составлять аналитическую документацию; строить организационные структуры в консалтинге	УО-1, УО-3, УО-4, ПР-4 ПР-11  Выполнение практических заданий, доклады, реферат	УО-1, ПР-11  Устный опрос (экзамен) вопросы №16-30, решение задачи/задания
		использовать процедуры анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; использовать составлять аналитическую документацию; строить организационные структуры в консалтинге			
		навыками руководства подготовкой количественных и качественных исследований; анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; навыками составления и правки аналитической документации			

#### ФОРМА КОНТРОЛЯ

УО-1 – собеседование;

УО-3 – доклад;

УО-4-дискуссия

ПР-4 реферат

ПР-11 – разноуровневые задачи и задания

#### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	знает (пороговый уровень)	историю и специфику консалтингового процесса в сфере PR, систему его организации, понятийный аппарат дисциплины, особенности корпоративной культуры компании	-знание терминологии, категориального и понятийного аппарата в сфере PR консалтинга;  - знание системы организации консалтинговых процессов в рекламе и PR  знание особенностей корпоративной культуры	-способность дать определение терминам в данной области;  - способность сформулировать основные составляющие консалтингового процесса, задачи, цели, этапы  - способность назвать основные элементы корпоративной культуры компании
	умеет (продвинутый)	планировать консалтинговые процедуры и разрабатывать этапы консалтингового процесса, выстраивать организационную структуру консалтинговой фирмы	умение использовать эвристические методы поиска решений;  умение строить организационную структуру консалтинговой фирмы  умение планировать этапы консалтингового процесса	- способность разработать алгоритм применения эвристических методов;  - способность разработать организационную структуру консалтинговой фирмы в соответствии с теоретическими положениями  - способность запланировать этапы консалтингового процесса
	владеет (высокий)	владеет навыками анализа опасностей и угроз, возникающих в PR	-владение теоретическим и практическим	- способность провести анализ опасностей и угроз

		сфере, методами расчета стоимости консалтинговых услуг и расчета эффективности консалтинговых услуг	инструментарием в сфере консалтинга для рекламы и PR  - владение навыками диагностирования ситуации на предприятии, разработки подходящей консалтинговой модели, оценки стоимости услуг	(на основе элементов SWOT, PEST-анализа)  - способность диагностировать возможность и необходимость использования консалтинговых инструментов в конкретном случае  - способность рассчитать стоимость консалтинговых услуг
ПК-11 - способность организовывать и проводить социологические исследования	знает (пороговый уровень)	алгоритм написания плана прикладного исследования, а также методы генерирования новых идей при решении теоретических и практических задач консалтинга	знание алгоритма написания плана прикладного исследования, эвристические методы генерирования идей при решении теоретических и практических задач консалтинга	- способность составить план прикладного исследования, - способность охарактеризовать эвристические методы генерирования идей при решении теоретических и практических задач консалтинга
	умеет (продвинутый)	использовать процедуры анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; использовать эвристические методы для поиска решений в консалтинге, составлять аналитическую документацию	умение использовать эвристические методы для поиска решений в консалтинге, использовать процедуры анализа и интерпретации информации при составлении аналитической документации	- способность проводить процедуру мозгового штурма, метода 6-3-5, метода 6 шляп; - способность составлять аналитические справки, отчеты, обзоры на основе анализа коммуникационной среды
	владеет	навыками руководства	владение навыками построения	- способность построить

	(высокий)	подготовкой количественных и качественных исследований; анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; навыками составления и правки аналитической документации	алгоритмов использования эвристических методов для поиска решений в консалтинге; навыками составления и правки аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе анализа коммуникационной среды	алгоритм применения эвристических методов для поиска решений в консалтинге; - способность составить и поправить аналитические справки, экспертные заключения, отчеты, обзоры основе анализа коммуникационной среды
--	-----------	--	--	--

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

#### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на два теоретических вопроса, а также решения практической задачи/задания. При этом оценка на экзамене является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Оценка выставляется студенту, только если ему предварительно были зачтены практические работы, реферат, проверочные работы, выполнение самостоятельной работы (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

## Вопросы и задания экзамену

### *Экзаменационные вопросы (теоретическая часть):*

1. Профессиональный консалтинг в современном бизнесе и обществе. Определения, их сходства. Принципы работы консультанта
2. Профессиональный консалтинг как отдельный сектор экономики.
3. Методологическая основа формирования профессионального консалтинга.
4. История становления и развития консалтинга в мире
5. Структура, особенности, этапы, тенденции развития российского рынка консалтинговых услуг.
6. Основные виды консалтинговых услуг, типы классификации (их характеристика).
7. Основные виды консалтинговых услуг в связях с общественностью.
8. Консалтинг и бенчмаркинг: сравнительная характеристика.
9. Структура российского рынка консалтинговых услуг.
10. Виды компаний, оказывающих услуги в области профессионального PR-консультирования.
11. Эвристические методы генерирования идей. Понятие, технологии, особенности.
12. Недостатки в развитии рынка отечественного PR-консалтинга.
13. Конкурентные преимущества консалтинговых компаний на рынке.
14. Профессиональные знания, необходимые современному консультанту в области связей с общественностью.
15. Характеристика ведущих мировых и отечественных консалтинговых компаний. Примеры их функционирования. Состояние современного рынка.
16. Основные модели консультирования. Характеристика и описание каждой модели.
17. Пятифазная модель консультирования. Специализация консалтинговых корпоративных организаций.
18. Ценообразование на рынке консалтинговых услуг.
19. Понятие консалтинговой услуги и ее свойства. Особенности маркетинга консалтинговых услуг.
20. Выявление соответствующих сегментов рынка и категорий клиентов в целях обеспечения клиентуры консалтинговых агентств.
21. Особенности организационных структур в консалтинговом бизнесе. Типы организационных структур в консалтинге.

22. Управленческое консультирование в сфере оптимизации структуры и реорганизации предприятия (организации).
23. Понятие организационных изменений. Особенности управления изменениями.
24. Сопротивление изменениям и способы преодоления.
25. Организационная (корпоративная) культура. Определение, основные функции, элементы и типы.
26. Формирование внутреннего и внешнего имиджа компании.
27. Консультационные услуги как механизм устранения и смягчения конфликтов.
28. Бенчмаркинг: определение, методы, принципы, примеры.
29. Аутсорсинг: определение, задачи, особенности.
30. Реинжиниринг: определение, задачи, особенности.

*Экзаменационные задания (практическая часть):*

1. Разработка одного из типов организационной структуры консалтинговой фирмы (линейная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная).
2. Составление алгоритма применения одного из эвристических методов генерирования идей.

**Образец экзаменационного билета**

В экзаменационный билет входит два вопроса из теоретической части и одно задание из практической части предмета.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет» (ДВФУ)**

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

Департамент коммуникаций и медиа

ОП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью»

Форма обучения очная

Семестр обучения третий, осенний

Реализующая кафедра: Департамент коммуникаций и медиа

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Профессиональный консалтинг в современном бизнесе и обществе. Определения, их сходства. Принципы работы консультанта
2. Особенности организационных структур в консалтинговом бизнесе. Типы организационных структур в консалтинге.
3. Составьте алгоритм применения эвристического метода генерирования идей «6 шляп».

Директор департамента, к.полит.н., доцент \_\_\_\_\_ В.А. Казакова

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью и  
рекламной деятельности»**

Баллы (рейтингово й оценки)	Оценка экзамена	Требования к сформированным компетенциям
100-86	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины, если он глубоко и прочно усвоил программный материал по дисциплине, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал научной литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	«хорошо»	Оценка "хорошо" выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

75-61	«удовлетворительно»	Оценка "удовлетворительно" выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
< 61	«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет большую часть практических работы, часть заданий не может выполнить. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины

### **Текущая аттестация студентов.**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических занятиях – дискуссия, круглый стол, сдача реферата, проверочная работа) по оцениванию фактических знаний.

Вопросы для дискуссий и круглого стола приведены в описании практических занятий.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на практических занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие: 10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов дисциплине, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять

сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы; 8,5-7,5 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины: умение объяснять сущность вопросов делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности; 7,5-6,0 балл – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины, но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; менее 6,0 баллов - проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины: неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* определяется при защите реферата и при проверочной работе, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Реферат по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено». 10- 6 баллов - студент понимает базовые основы вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы технических наук и понимает теоретическое обоснование

выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы; менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины, работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

При выполнении проверочной работы студенту необходимо правильно ответить на открытые вопросы, выбрать вариант ответа из предложенных в закрытых вопросах, сопоставить вопросы и ответы в вопросах на сопоставление. Проверочные работы могут быть использованы в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-61 % верных ответов соответственно) работа оценивается положительно.