



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова

10 июня 2019г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента коммуникаций и  
медиа

В.А. Казакова

10 июня 2019г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью»  
Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»  
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»  
Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3  
лекции – не предусмотрены  
практические занятия – 14 час.  
в том числе с использованием МАО л – 0 / пр.-6 ч.  
всего часов аудиторной нагрузки – 14 час.  
самостоятельная работа – 58 час.  
экзамен – 3 семестр

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от 10 июня 2019г.

Директор департамента коммуникаций и медиа: канд. полит.наук, Казакова В.А.  
Составитель: канд.полит.наук П.Ю. Самойленко

**Оборотная сторона титульного листа РПУД**

**I. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201 г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_

(подпись) (и.о. фамилия)

**II. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201 г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_

(подпись) (и.о. фамилия)

Дисциплина «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью».

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Дисциплина «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью» входит в Блок 1. Дисциплины (модули), часть дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений по выбору (Б1.В.ДВ. 04.02) и реализуется на 2 курсе очной формы обучения в 3 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов (3 зачетных единицы). Учебным планом предусмотрены; практические занятия – 14 час., в том числе в форме интерактива - 6 час.; самостоятельная работа студента – 58 час.; часы на подготовку к экзамену (36 час.). Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме экзамена в третьем семестре.

Цель дисциплины: изучение методологических и методических вопросов деятельности в сфере стратегического консалтинга, а также приобретение практических навыков, которые позволят решать задачи профессиональной консультационной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Выработка у студентов организационного и стратегического мышления;
2. Формирование способности ориентироваться в сложных социально - экономических отношениях и многообразии предложений консалтинговых услуг на рынке и приходить к правильным теоретическим заключениям и практическим действиям в отношении генерирования перемен в организации и нахождения баланса между непрерывным развитием и сохранением стабильности в условиях рыночного хозяйства;
3. Формирование системного представления студентов об экономических, политических, социальных, экологических, и других факторах, способствующих стремительным

преобразованиям и формированию разнонаправленных стратегий развития организаций внутри российской и мировой экономик

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

**УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

**ПК-2** Способен осуществлять проектно- аналитическую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики профессиональной сферы

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: работа в парах или малых группах, подготовка проектов, подготовка мультимедийных презентаций, групповые дискуссии.

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

### **Лекционные занятия (18 час)**

**Лекция 1. Консалтинг как элемент инфраструктуры развития бизнеса (2 час.)**

История консалтинга в России и за рубежом. Схожие тенденции и отличия;

Классификация видов консалтинга; Организационная структура профессии.

### **Лекция 2. Консалтингового процесса (2 час.)**

Модели консалтингового процесса, их теоретические основы; Разработка и реализация стратегических программ в ходе консалтингового процесса; Методики преодоления сопротивления нововведениям –

**Лекция 3. Основные требования к профессиональным консультантам (4час.)**

Методики профессиональной консалтинговой деятельности; поведенческие аспекты консультационного процесса и взаимоотношения консультант- клиент;– Обучающий консалтинг; Структура, планирование и подбор персонала для осуществления консалтингового проекта .

**Лекция 4. Стратегическое планирование работы консалтинговой фирмы (6час.)**

Разработка финансовой и маркетинговой стратегии развития организации; Юридическая форма и организационная структура консалтинговой фирмы; Ценообразование в консалтинге; Мониторинг деятельности консалтинговой

фирмы.

**Лекция 5. Функциональное консультирование (4 час.)**

Система управленческого консультирования в стратегическом развитии компании; Управленческий консалтинг в бизнес-сфере и в государственной отрасли; Формирование стратегии внешних и внутренних коммуникаций компании; Консалтинг в управлении финансами.

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

**Практические занятия (18 час., в том числе 12 час. с использованием интерактивных методов обучения)**

Практическая работа 1. Занятие 1-3. **Консалтинг как элемент инфраструктуры развития бизнеса (2 час.)**

1. История консалтинга в России и за рубежом. Схожие тенденции и отличия;
2. Классификация видов консалтинга;
3. Организационная структура профессии.

Практическая работа 2. **Занятие 4-6. Содержание консалтингового процесса (2 час.)**

1. Модели консалтингового процесса, их теоретические основы;
2. Разработка и реализация стратегических программ в ходе консалтингового процесса;
3. Методики преодоления сопротивления нововведениям – семинар-дискуссия.

Практическая работа 3. **Занятие 7-10. Основные требования к профессиональным консультантам (4 час.)**

1. Методики профессиональной консалтинговой деятельности;
2. Поведенческие аспекты консультационного процесса и взаимоотношения консультант-клиент – семинар-дискуссия;
3. Обучающий консалтинг;
4. Структура, планирование и подбор персонала для осуществления консалтингового проекта – семинар-дискуссия.

Практическая работа 4. **Занятие 11-14. Стратегическое планирование работы консалтинговой фирмы (6 час.)**

1. Разработка финансовой и маркетинговой стратегии развития организации;
2. Юридическая форма и организационная структура консалтинговой фирмы;
3. Ценообразование в консалтинге; Мониторинг деятельности консалтинговой фирмы.

Практическая работа 5. **Занятие 15-18.**

**Функциональное консультирование (4 час.)**

1. Система управленческого консультирования в стратегическом развитии компании;

2. Управленческий консалтинг в бизнес-сфере и в государственной отрасли – семинар-дискуссия;
3. Формирование стратегии внешних и внутренних коммуникаций компании – семинар «пресс-конференция»;
4. Консалтинг в управлении финансами.

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

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью» 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 модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Консалтинг как элемент инфраструктуры развития бизнеса	ОПК-2, ОК2, ОК-4	знает систему СМИ и распределения информационных потоков на местном и государственном уровнях, основные принципы формирования стратегических каналов взаимодействия со СМИ; основы венчурного инвестирования и антикризисного управления предприятием	УО-1, УО- 3, ПР-9  Выполнение практических заданий 1-6, презентация	УО-1 Устный опрос (зачет) вопросы №1-6

умеет разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления, планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий; ориентироваться в методах расчета, оценки стоимости и экономической эффективности объектов собственности

владеет способностью выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их, разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; содержательно разрабатывать



			коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них, управляет PR-акциями; методами анализа эффективности инновационной деятельности		
2	Содержание консалтингового процесса	ОПК-9, ОК-4	<p>знает основы венчурного инвестирования и антикризисного управления предприятием; методы генерирования идей, сбора данных; цели, задачи и виды консультирования, принципы консалтинговой деятельности</p> <p>Умеет ориентироваться в методах расчета, оценки стоимости и экономической эффективности объектов собственности; выбирать конкурентную стратегию фирмы, наиболее эффективную в заданной ситуации; грамотно ставить и анализировать проблемы позиционирования предприятия или организации, «видеть» их, определять основные направления их решения</p> <p>Владеет методами анализа эффективности инновационной деятельности; методами анализа рисков и планирования инновационных проектов; приемами создания корпоративных коммуникаций; основными приемами и методами разработки и экспертизы инновационных проектов; Навыками идентификации проблемы в клиентской команде</p>	УО-1, УО-3, УО-4, ПР-1, ПР-9 Выполнение практических заданий 7-12, создание примерно расчета эффективной стоимости PR-кампании для позиционирования конкретной организации и	УО-1 Устный опрос (зачет) вопросы №7-12

3-4	Основные требования к профессиональным консультантам	ОПК-9; ОК-9	знает систему СМИ и информационных потоков на местном и государственном уровнях, основные принципы формирования стратегических каналов взаимодействия со СМИ; методы генерирования идей, сбора данных		
4-5	Стратегические планирование работы консалтинговой фирмы Функциональное консультирование		<p>Умеет разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления, планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий; выбирать конкурентную стратегию фирмы, наиболее эффективную в заданной ситуации</p> <p>Владеет способностью выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их, разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них, управляет PR-акциями; методами анализа рисков и планирования инновационных проектов</p>	на заданную тему как продукта, продвигающего деятельность организации	

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

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Блинов, А. О. Управленческое консультирование [Электронный ресурс] : Учебник для магистров / А. О. Блинов, В. А. Дресвянников. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2013. - 212 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415014> (свободный доступ в сети ДВФУ)

2. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования [Электронный ресурс] / А. М. Блюмин. – М.: Дашков и К, 2012. – 364 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978> (свободный доступ в сети ДВФУ)

3. 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>

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

5. Паблик рилейшнз : учебник для вузов / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2012. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:419401&theme=FEFU>

6. Ткалич, А. И. Консалтинговый сервис : учебное пособие для вузов / А. И. Ткалич. – М.: Альфа-М ИНФРА-М, 2011. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:419170&theme=FEFU>

## Дополнительная литература

*(печатные и электронные издания)*

1. Консалтинг методы и технологии : пер. с англ. / Мел Зильберман. – СПб.: Питер, 2006. – 427 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:237592&theme=FEFU>
2. Кудинов, А. А. что может консалтинг / А. А. Кудинов. – М.: УНИКОН, 2000. – 78 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:14923&theme=FEFU>
- Макхэм, К. Управленческий консалтинг : Пер. 3-го англ. изд. / К. Макхэм. – М.: Дело и Сервис, 1999. – 288 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:333345&theme=FEFU>
3. Бейч, Э. Консалтинговый бизнес : основы профессионализма / Э. Бейч. – СПб.: Питер, 2006. – 272 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:344491&theme=FEFU>
4. Шарков, Ф. И. Политический консалтинг (специализация курса «Консалтинг в связях с общественностью») : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2005. – 458 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:232702&theme=FEFU>
5. Блок, П. Безупречный консалтинг / П. Блок. – СПб.: Питер, 2007. – 298 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:251031&theme=FEFU>
6. Зильберман, М. Консалтинг : методы и технологии / М. Зильберман. – СПб.: Питер, 2007. – 257 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:251033&theme=FEFU>
7. Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг / А. С. Ольшевский. – СПб.: Питер, 2003. – 426 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:3259&theme=FEFU>
8. Гончаров, М. И. Консалтинг в антикризисном управлении : теория и практика / М. И. Гончаров, Г. А. Лемзяков. – М.: Экономика, 2005. – 246 с. Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:237843&theme=FEFU>

## **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>

## **Перечень информационных технологий**

### **и программного обеспечения**

Не предусмотрено.

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

Изучение дисциплины «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью» выполняется по следующему алгоритму.

1. 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 семинарскими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии. 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 тестированию. 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 зачета, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету.

Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов тестирования и реферата.

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

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью» существует следующее материально-техническое обеспечение: компьютерный класс с мультимедийным оборудованием (панель LG FLATRON, проектор MITSUBISHI VLT-TX320LP) и с 19 рабочими местами HPdc7700 в составе: монитор LCD, клавиатура, компьютер HP dc7800 CMT T6750, ИБП APC 7495 RRV- 20 шт.

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
<p>Компьютерный класс г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 204,203, 410 площадь 30- 129 м<sup>2</sup></p>	<p>Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; 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; беспроводные ЛВС для обучающихся обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS). – Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (23 шт.)</p>
<p>Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)</p>	<p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками</p>

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 «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью»**

**Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»**

Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»

**Форма подготовки очная**

Владивосток

2019



## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
<b>1 семестр</b>				
1	1-2 неделя	Подготовка к практическим работам 1-2. №1 Анализ возможностей консалтинга на рекламном рынке г. Владивостока. №2 Консалтинг и бенчмаркинг: Современная российская практика PR-консалтинга: ведущие компании на рынке консалтинговых услуг (12 час.)	2	ПР-6, УО-1 ПР-9
2	3-4 неделя	Подготовка к практическим работам 3-4. №3 Пятифазная модель консультирования. Специализация консалтинговых корпоративных организаций. № 4 Этапы консультационной работы. Ценообразование на консалтинговые услуги (11 час.).	2	ПР-6, УО-1 ПР-9
3	5-6 неделя	1. Подготовка к практическим работам 5- 6. №5 Фазы процесса политического консультирования. Обзор современных политических процессов. №6 Информационные ресурсы политического консалтинга. Идентификация информации, оценка показателей для выработки, обоснования и принятия решений (11 час.).	2	ПР-6, УО-1 ПР-9
4	7-8 неделя	1. Подготовка к практическим работам 7- 8. № 7. Перспективы развития и работы в России зарубежных консультационных компаний, средних и крупных российских консультационных фирм. № 8 Мелкие консультационные и квазиконсультационные фирмы: объемы освоенного рынка (11 час.).	2	ПР-6, УО-1 ПР-9

### Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы магистра – осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою профессиональную квалификацию.

Процесс организации самостоятельной работы магистров включает в себя следующие этапы:

- подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения, подготовка оборудования);
- основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы);
- заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

В процессе самостоятельной работы магистр приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности. Самостоятельная работа магистров должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется магистром самостоятельно. Каждый магистр 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.

### **Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов**

По мере освоения материала по тематике дисциплины предусмотрено выполнение самостоятельной работы магистрантов по сбору и обработки статистического материала для написания научно-исследовательской работы, что позволяет углубить и закрепить конкретные практические знания, полученные на аудиторных занятиях. Для изучения и полного освоения программного материала по дисциплине используется учебная, справочная и другая литература, рекомендуемая настоящей программой, а также профильные периодические издания.

При самостоятельной подготовке к занятиям магистранты конспектируют материал, самостоятельно изучают вопросы по пройденным темам, используя при этом учебную литературу из предлагаемого списка,

периодические печатные издания, научную и методическую информацию, базы данных информационных сетей (Интернет и др.).

Самостоятельная работа складывается из таких видов работ как работа с конспектом лекций; изучение материала по учебникам, справочникам, видеоматериалам и презентациям, а также прочим достоверным источникам информации; подготовка к экзамену.

Для закрепления материала достаточно, перелистывая конспект или читая его, мысленно восстановить материал. При необходимости обратиться к рекомендуемой учебной и справочной литературе, записать непонятные моменты в вопросах для уяснения их на предстоящем занятии.

Подготовка к практическим занятиям. Этот вид самостоятельной работы состоит из нескольких этапов:

1) повторение изученного материала. Для этого используются конспекты лекций, рекомендованная основная и дополнительная литература;

2) углубление знаний по теме. Необходимо имеющийся материал в лекциях, учебных пособиях дифференцировать в соответствии с пунктами плана практического занятия. Отдельно выписать неясные вопросы, термины. Лучше это делать на полях конспекта лекции или учебного пособия. Уточнение надо осуществить при помощи справочной литературы (словари, энциклопедические издания и т.д.);

3) составление развернутого плана выступления, или проведения расчетов, решения задач, упражнений и т.д.

## **Методические указания при подготовке к практическим работам**

При подготовке к практическим занятиям студенты конспектируют материал, готовятся ответы по приведенным вопросам по темам практических занятий. Дополнительно к практическому материалу магистранты самостоятельно изучают вопросы по пройденным темам, используя при этом учебную литературу из предлагаемого списка, периодические печатные издания, научную и методическую информацию, базы данных информационных сетей (Интернет и др.).

Практические и лабораторные занятия направлены на развитие аналитического мышления в комплексе с получением новой информации.

Цель практических занятий: закрепить теоретический материал. В результате обучающийся должен приобрести необходимые умения и владения. При подготовке к практическому занятию обучающийся должен изучить теоретический материал по заданной теме. При выполнении заданий используется основная и дополнительная литература.

Студенты объединяются в группы по 3-4 человека. Обсуждают вопросы, вынесенные на круглый стол. В ходе диспута каждая группа высказывает своё мнение, аргументирует свою позицию, задаёт вопросы коллегам, выносят предложения по рассматриваемым вопросам.



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

---

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью»  
Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»  
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»  
Форма подготовки очная

Владивосток

2019

**Паспорт**  
**фонда оценочных средств по дисциплине**  
**«Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с**  
**общественностью»**

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ОПК-2: способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	систему СМИ и распределения информационных потоков на местном и государственном уровнях, основные принципы формирования стратегических каналов взаимодействия со СМИ
	Умеет	разрабатывать концепции коммуникационных программ, осуществлять руководство коммуникационными кампаниями различного направления, планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий
	Владеет	способностью выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их, разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них, управляет PR-акциями
ОПК-9: способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	Знает	Систему должностных обязанностей в сфере консалтинга, профессиональные задачи в консалтинговой деятельности
	Умеет	Применять навыки стратегического консалтинга в ходе своей работы и нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
	Владеет	методами контроля и анализа в профессиональной деятельности в сфере стратегического консультирования
ОК-4: умением быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения	Знает	методы генерирования идей, сбора данных, стратегические модели решения профессиональных задач
	Умеет	выбирать конкурентную стратегию фирмы, наиболее эффективную в заданной ситуации
	Владеет	методами анализа рисков и планирования инновационных проектов, прогнозирования и стратегического контроля за реализацией проектов

<p>ОК-2: готовностью проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем</p>	Знает	особенности организационной деятельности, способы, методы и технологии измерения и оценки производительности и качества труда персонала; устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность
	Умеет	осуществлять личностный выбор в процессе работы в российских и международных организациях, оценивать последствия принятого решения и нести за него ответственность перед собой, коллегами и обществом; проводить анализа основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в т. ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.
	Владеет	технологиями оценки результатов коллективной деятельности по решению научных, исследовательских и практических задач, различными типами коммуникаций при осуществлении работы в российских и международных коллективах по решению научных, исследовательских и практических задач
<p>ОК-9: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	Знает	Особенности организационной деятельности, способы, методы и технологии измерения и оценки затрат и результатов деятельности организации, способы и формы представления результатов научной деятельности в устной и письменной форме при работе в российских и международных исследовательских коллективах.
	Умеет	Осуществлять личностный выбор в процессе работы в российских и международных организациях, оценивать последствия принятого решения и нести за него ответственность перед собой, коллегами и обществом; проводить анализа основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в т. ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.
	Владеет	Технологиями оценки результатов коллективной деятельности по решению научных, исследовательских и практических задач, различными типами коммуникаций при осуществлении работы в российских и международных коллективах по решению научных, исследовательских и практических задач.

## Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОПК-2:  способность  Планировать  и  осуществлять  коммуникационные  кампании и  мероприятия	нает  пороговый  уровень)	истему  СМИ и распределен ия  информацио нных  потоков на  местном и осударстве  нном  уровнях,  основные принципы формирован ия тратегичес ких каналов взаимодейст ия со СМИ разрабатыва ь  концепции коммуникац	студент  ориентируется системе редств  массовой информация;  знает и умеет  применять принципы  построения  взаимоотношен  ий со СМИ	знает типы  редств массовой информации;  может назвать едущие СМИ  воего региона и  их руководителей;  может  формулировать  основные принципы формирования журналистского пула;
		умеет продвинутой)	ионных программ, осуществляют  руководство коммуникац	Свободно ориентируется  финансовой истеме  бизнес- процессов, нает принципы медипланирова ния,



		<p>ионными кампаниями различного направления</p> <p>планировать финансовые потоки, руководить процессом медиапланирования, вести переговоры с представителями различных целевых</p>	<p>оставления коммуникационных программ</p>	<p>региона;</p> <p>умеет применять навыки деловых переговоров</p>
	<p>ладает (высокий)</p>	<p>удиторий способность выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их, разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; разработать коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них, управляет</p>	<p>Владеет комплексными подходами в формировании целевых и ключевых групп при общей разработке коммуникационной стратегии политики организации,</p>	<p>Может охарактеризовать ключевую и целевую аудиторию организации не зависимость от ее сферы деятельности;</p> <p>составляет развернутые бизнес-планы коммуникационной политики компании;</p> <p>знает систему коммуникационных мероприятий; ориентируется в организации PR-акций</p>
		<p>PR-акциями</p>		

ОПК-9:

нает (пороговый Систему должностных

Знает общие требования в

Знает и умеет формировать

способность нести уровень)

профессионалу должностную

персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	обязанностей в сфере консалтинга,	области стратегического	инструкцию консультанта в сфере стратегического
		консультирование и умеет их	консалтинга;
	задачи в консалтинговой деятельности	применять	умеет формулировать и четко ставить профессиональные задачи этой сфере деятельности
умеет продвинутой)	Применять навыки стратегического консалтинга в своей работе и нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	Знает специфику профессиональной деятельности консалтинга;	знает приемы практического применения теоретических знаний в сфере стратегического консалтинга; знает нормативно-правовые акты и свободно ориентируется в формах отчетности и системе наказаний-
ладет высокий)	методами контроля и анализа в профессиональной деятельности в сфере стратегического консультирования	Выстраивает комплексную систему анализа и контроля деятельности на рынке стратегического консультирования	Знает и умеет разрабатывать критерии анализа и оценки качества деятельности консультанта; умеет проводить комплексный аудит деятельности
ОК-4: умением быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия,	нает пороговый уровень)	методы энерирования идей, сбора данных стратегические модели решения профессиональных	Знает теоретические основы креативного творчества и маркетингового анализа
			называет и характеризует приемы маркетингового анализа; ориентируется в системе социологического опроса;

проблемы и  
вырабатывать

задач

предприятия

знает теорию креативности

альтернативные	умеет	выбирать	Применя	знает и свободно
	продвинутой)	конкурентную стратегию	теоретические направления в	характеризует базовые
		фирмы,	системе	

варианты их решения		<p>наиболее эффективную в данной ситуации</p>	<p>креативной стратегии и анализа, выбирает комплексную стратегию конкурентной политики компании для разных ситуаций</p>	<p>оставляющие конкурентной стратегии;</p> <p>умеет анализировать конкурентную среду компании и выявлять ее потенциально сильные и слабые места;</p> <p>умеет применить креативные технологии в деятельности организации</p>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>методами анализа рисков и планирования инновационных проектов, прогнозирования и стратегического контроля за реализацией проектов</p>	<p>Разрабатывает комплексные программы стратегического развития компании, дополняя их анализом рисков и прогноза дальнейшей деятельности, а также программой дальнейшего контроля</p>	<p>ориентируется в теории кризисного менеджмента; знает теорию рисков; выявляет риски в развитии организации;</p> <p>применяет практические навыки в разработке комплексных бизнес-планов</p>
<p>контроля деятельности организации</p>				

<p>ОК-2</p> <p>готовностью проявлять качества лидера и организовать работу коллектива владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>Особенности организационной деятельности предприятия, коммуникационного решения</p>	<p>способы, методы и технологии измерения и оценки производительности и качества труда персонала международных организациях, оценивать последствия принятого решения и нести за него ответственность организаций.</p>	<p>Минимизировать сложившийся конфликт, правильно оценить его последствия</p>
	<p>умеет (продвинутый)</p>	<p>Выбирать необходимые</p>	<p>осуществлять личный выбор в</p>	<p>обеспечивать сплоченность коллектива,</p>

		формы и пути	процессе работы в российских, международных организациях, оценивать последствия принятого решения и нести за него ответственность перед собой, коллегами и обществом; проводить анализа основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в т. ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.	толерантность и готовность совместными усилиями выхода из кризисной ситуации
	владеет (высокий)	Знанием инновационных подходов к организации антикризисного процесса	Различными типами коммуникаций при осуществлении работы в российских и международных коллективах по решению научных, исследовательских и практических задач	Самостоятельно владеет технологиями оценки результатов коллективной деятельности по решению практических задач
ОК-9 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за	знает (пороговый уровень)	Теоретические шаги по преодолению кризисных ситуаций в бизнесе, политических ситуациях и иных явлениях	Знает особенности организационной деятельности, способы, методы и технологии измерения и оценки затрат и результатов	Способность охарактеризовать структуру и основные шаги антикризисной кампании

принятые решения			деятельности организации, способы и формы представления результатов научной деятельности в устной и письменной форме при работе в российских и международных исследовательских коллективах	
	умеет (продвинутый)	Анализировать и оценивать последствия принятого решения	Умеет осуществлять личностный выбор в процессе работы в российских международных организациях, и нести за него ответственность перед собой, коллегами и обществом;	Самостоятельный анализ основных мировоззренческих методологических и практических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.
	владеет (высокий)	Технологиями оценки результатов коллективной деятельности по решению научных, исследовательских и практических задач	Коммуникационные задачи при осуществлении работы в российских и международных коллективах по решению научных, исследовательских и практических целей и задач	Осуществляет различными типами коммуникаций при осуществлении работы в российских и международных коллективах

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью»**

Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных

мероприятий (работа на практических (семинарских) занятиях – дискуссия, сдача проектов, тестирование) по оцениванию фактических знаний.

**Промежуточная аттестация студентов.** Проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Предусматривает устный опрос в форме ответов на вопросы экзаменационных билетов. В качестве оценочного средства используются экзаменационные билеты.

### **Зачетные материалы**

При оценке знаний студентов итоговым контролем учитывается объем знаний, качество их усвоения, понимание логики учебной дисциплины, место каждой темы в курсе. Оцениваются умение свободно, грамотно, логически стройно излагать изученное, способность аргументировано защищать собственную точку зрения.

### **Перечень контрольных вопросов к зачёту**

1. Профессиональный консалтинг в современном бизнесе и обществе.
2. Структура, особенности, этапы, тенденции развития российского рынка консалтинговых услуг.
3. Основные виды консалтинговых услуг.
4. Модели консультирования.
5. Ценообразование на рынке консалтинговых услуг.
6. Стадии консалтингового процесса.
7. Методики работы консультанта.
8. Преодоление сопротивления сотрудников.
9. Тренинг в консалтинге.
10. Система маркетинга в консалтинге.
11. Отчетность и контроль результатов в консалтинге.
12. Структура консалтинговой фирмы.
13. Финансовое и юридическое обеспечение консалтинговой фирмы.
14. Консалтинг в управлении финансами.
15. Консалтинг в области маркетинга и сбыта.



16. Консалтинг в управлении производством.
17. Консалтинг в управлении кадрами.
18. Консалтинг в малом бизнесе.
19. Консалтинг в государственном секторе.

## Критерии выставления оценки студенту на зачёте/экзамене по

### дисциплине «Информационные технологии в транспортной отрасли»

Баллы (рейтингово й оценки)	Оценка зачёта/ экзамена	Требования к сформированным компетенциям
100-86	<i>«отлично» зачтено</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, 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 монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по методологии научных исследований.
85-76	<i>«хорошо» зачтено</i>	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.
71-61	<i>«удовлетворительно» зачтено</i>	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
60-50	<i>«не удовлетворительно» не зачтено</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## Критерии оценки проекта, в том числе выполненных в форме презентаций

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85 баллов	отлично	магистр выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно
85-76 баллов	хорошо	работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы. Однако допускается одна - две неточности
75-61 балл	удовлетво- рительно	магистр проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
60-50 баллов	не удовлет- ворительно	работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы

## Критерии оценки (устный ответ)

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85 баллов	отлично	если магистр показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области
85-76 баллов	хорошо	ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе
75-61 балл	удовлетворительно	оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области
60-50 баллов	неудовлетворительно	ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области



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

ШКОЛА ИСКУССТВ И  
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

---

**ООП 42.04.01** Реклама и связи с общественностью

Дисциплина «Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью»

Форма обучения очная

Семестр обучения осенний

Реализующий Департамент коммуникаций и медиа

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Профессиональный консалтинг в современном бизнесе и обществе.
2. Отчетность и контроль результатов в консалтинге.
3. Консалтинг в малом бизнесе.

Директор департамента коммуникаций и медиа, к.п.н., доцент В.А. Казакова