

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель

Сав /Н.С. Сафронов/

Зав.кафедрой дизайна и

культуры и искусства

Е.Л.Силантьева (по доверенности

№ 218/08 от 29.01.2024г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4 - очная форма обучения; 4 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Андреева Юлия Витальевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат психологических наук

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

освоение теоретических знаний и получение практических навыков, касающихся консультативного коммуникационного поля и консультационного продукта, особенностей устройства консалтинговой сферы оказания услуг в области рекламы и ПР, а также особенностей деятельности консалтингового агентства (фирмы) и консультантов в рекламной и ПР-отрасли

Задачи освоения дисциплины:

1. Освоить навык нахождения релевантных текущей бизнес-ситуации организационно-управленческих решений;
2. Изучить модели реализации консалтинговых услуг и типы консалтинговой информации, соответствующей жизни современной организации;
3. Рассмотреть накопленный в общемировой практике опыт методического и технического сопровождения процесса оказания консультационных услуг;
4. Сформировать актуальные знания навыки и умения применения консалтинговых моделей в рекламной отрасли и PR-сфере.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью» относится к числу дисциплин блока Б1.В, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: УК-1, ПК-1, ПК-5.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Основы теории и практики связей с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью, Основы теории и практики рекламы, Профессионально-творческая практика, Инфографика и визуализация коммуникационного продукта, Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов, Преддипломная практика, Современная пресс-служба, Социальные институты и процессы, Планирование антикризисных коммуникаций, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Коммуникационный менеджмент, Организация рекламных и ПР-мероприятий, Внутрифирменные коммуникации, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Поведение потребителей, Научно-исследовательская работа, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Исследования визуальных коммуникаций в масс-медиа, Социология массовых коммуникаций, Основы брендинга, Психология массовых коммуникаций, Философия, Профессионально-ознакомительная практика, Проектная деятельность.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>знать: основные концепции и направления современных клиент-ориентированных систем, анализировать во взаимосвязи экономические явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности</p> <p>уметь: отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности, учитывая все аспекты функционирования современных коммуникаций и их технологии, методы управления, реализации маркетинговых исследований, основы проектной деятельности и нормы права</p> <p>владеть: навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>
<p>ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p>знать: основы организации и оперативного планирования профессиональной деятельности для эффективной коммуникационной инфраструктуры организации и обеспечения внутренней и внешней коммуникации;</p> <p>уметь: управлять внешними и внутренними коммуникациями организации, в том числе и в кризисных ситуациях, уметь применять результаты социологических исследований во внутренней и внешней коммуникационной политике организации;</p> <p>владеть: навыками планирования, контроля и оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации.</p>
<p>ПК-5 Способен владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>	<p>знать: основы создания, структуру и принципы редактирования содержания аналитических справок, обзоров и прогнозов для решения непосредственных профессиональных задач;</p> <p>уметь: генерировать, планировать, презентовать, размещать соответствующий контент аналитических справок, обзоров и прогнозов, в том числе в социальных медиа; привлекать релевантную информацию из актуальных медийных источников для подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>владеть: технологией создания текстов с учётом их тематической, содержательной, структурно-композиционной специфики; владеть навыками по выбору методов редактирования текстов для наиболее оптимального решения конкретных профессиональных задач.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 3 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 108 часов

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		7
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54
Аудиторные занятия:	54	54
Лекции	18	18
Семинары и практические занятия	36	36
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	54	54
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачёт	Зачёт
Всего часов по дисциплине	108	108

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		9
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	10	10
Аудиторные занятия:	10	10
Лекции	4	4
Семинары и практические занятия	6	6
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	94	94

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		9
1	2	3
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет
Всего часов по дисциплине	108	108

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга							
Тема 1.1. Введение в рекламный и PR-консалтинг	12	2	4	0	2	6	Тестирование
Тема 1.2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности	12	2	4	0	2	6	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.3. Консалтинг по объекту рекламного информиро	12	2	4	0	2	6	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
вания и институциональному субъекту.							
Тема 1.4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности	12	2	4	0	2	6	Тестирование
Тема 1.5. Саморегулирование в рекламном и ПР-консалтинге	12	2	4	0	2	6	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и ПР							
Тема 2.1. Модель процессуального консалтинга	12	2	4	0	2	6	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.2. Экспертная модель консалтинга	12	2	4	0	2	6	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.3. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство	12	2	4	0	0	6	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 2.4. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и ПР-деятельности	12	2	4	0	0	6	Тестирование
Итого подлежит изучению	108	18	36	0	14	54	

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга							
Тема 1.1. Введение в рекламный и ПР-консалтинг	14	2	0	0	2	12	Тестирование
Тема 1.2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности	12	0	2	0	0	10	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.3. Консалтинг	12	2	0	0	0	10	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7	8	
по объекту рекламного информирования и институциональному субъекту.								
Тема 1.4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности	10	0	0	0	0	10	Тестирование	
Тема 1.5. Саморегулирование в рекламном и ПР-консалтинге	10	0	0	0	0	10	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и ПР								
Тема 2.1. Модель процессуального консалтинга	14	0	2	0	2	12	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Тема 2.2. Экспертная модель консалтинга	12	0	2	0	2	10	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)	
Тема 2.3. Экспертный консалтинг в сфере затрат на	10	0	0	0	0	10	Тестирование	

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
рекламное производство							
Тема 2.4. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и ПР-деятельности	10	0	0	0	0	10	Тестирование
Итого подлежит изучению	104	4	6	0	6	94	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга

Тема 1.1. Введение в рекламный и ПР-консалтинг

Основные понятия консалтинга: базовая и вспомогательные дефиниции термина «консалтинг» функции консалтинга. История становления и развития консалтинга как формы предоставления услуги. Основы рекламной консалтинговой деятельности: классификация, место в рекламном процессе, его принципиальная схема, участники, составляющие. Специфика рекламного консалтингового продукта

Тема 1.2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности

Коммуникативная деятельность рыночного субъекта. Консалтинг в маркетинговых коммуникациях и его роль в рекламной коммуникации. Консалтинг субъектов рекламной коммуникации: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламной информации. Предназначение, формальные атрибутивные признаки, принципы анализа и оценки эффективности

Тема 1.3. Консалтинг по объекту рекламного информирования и институциональному субъекту.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Консалтинг в сфере коммерческой, политической, социальной и имиджевой рекламы. Особенности консультирования по объекту каждого вида рекламы (товар / услуга, политическая идея, социальная ценность; имидж субъекта рекламы). Институциональный субъект каждого вида рекламы (товаро- / услугопроизводитель, политический субъект в условиях выборов, НКО и государство). Консалтинг в области имиджевой проекционной стратегии.

Тема 1.4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности

Государственный контроль в сфере рекламы и система саморегулирования. Функции антимонопольных органов (федерального и территориальных). Функции Экспертного совета по применению законодательства о рекламе. Законодательство в области рекламы. Цели законов, регулирование рекламы отдельных видов товаров.

Тема 1.5. Саморегулирование в рекламном и ПР-консалтинге

Саморегулирование в рекламе: международный и национальный уровень. Мировая практика саморегулирования в рекламе. Основные саморегулируемые организации в России, их цели и задачи (РСР, АКАР, РО IAA, САМИ, КонфОП и др.). Российская академия рекламы. Общественная комиссия по этике и добросовестности в рекламе. Этические рекламные кодексы: «Международный кодекс рекламной практики» (МКРП), «Голубая книга» («Реклама и саморегулирование»); «Российский рекламный кодекс». Этические ПР-кодексы. Субъекты большого бизнеса и их роль в развитии рынка рекламных услуг (Ассоциация рекламодателей, РусБренд).

Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и ПР

Тема 2.1. Модель процессуального консалтинга

Определение проблемных областей консультирования. Особенности взаимодействия с рекламодателем как основным потребителем консультационных услуг. Методы получения информации для организации процесса консультирования. Диагностические процедуры консультирования в области рекламы. Структура диагностики организационно- управленческих проблем в области оказания консалтинговых услуг. Формулировка технического задания. Соотношение реальных/формальных проблем в области рекламного консультирования. Типовые ситуации в рекламной деятельности организации. Причинный анализ. Консультационное резюме

Тема 2.2. Экспертная модель консалтинга

Определение задач экспертного консалтинга. Назначение экспертизы в рекламной практике. Виды экспертизы рекламы. Цели экспертной оценки. Экспертный консалтинг в сфере продвижения продукта. Работа с/над стратегическим маркетинговым планом. Трактовки взаимоотношений создателя товара и потребителя. Прогнозируемое поведение потребителя. Задачи консультанта в сфере рекламы. Консалтинг в сфере PR, планирование PR деятельности компании.

Тема 2.3. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство

Пересчет затрат на рекламное производство в рекламных фирмах. Переоценка прибыли и других

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

элементов чистого дохода по норме прибыли. Дополнительный товарооборот по воздействию рекламы. Эффект проведенного рекламного мероприятия и его сопоставление с затратами на осуществление. Эффективность воздействия рекламных средств. Методики оценки эффективности наружной, ТВ, печатной рекламы. Недостатки рекламы

Тема 2.4. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и ПР- деятельности

Цели и задачи обучающего консалтинга. Возможности реализации модели обучающего консалтинга в области рекламной практики. Требования к персоналу рекламного агентства. «Жизненный цикл» персонала. Виды и характеристики групп персонала в рекламной фирме. Области запроса обучающего консалтинга в сфере рекламы. Формы активизации творческих, креативных ресурсов персонала рекламных фирм. Активные методы обучения. Методы групповой работы. Тренинг – как форма отработки практических навыков профессиональной рекламной деятельности. Виды тренингов и основные требования к его реализации. Мастер-класс - особенность наглядной демонстрации. Кейс- Метод – форма глубинного погружения в ситуацию, требующую вмешательства извне. Коучинг – форма персонального консалтинга.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга

Тема 1.1. Введение в рекламный и ПР-консалтинг

Вопросы к теме:

Очная форма

Введение в рекламный и ПР-консалтинг.

Вопросы:

- История развития консалтинговых услуг зарубежом?
- Становление и развитие консалтинговой отрасли в России: этапы?
- Место рекламного консалтинга в консалтинговой отрасли?
- Виды консалтингового продукта: советvsответственность за решение?

Тема 1.2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности

Вопросы к теме:

Очная форма

Специфика рекламного консалтинга и ПР-консалтинга как вида коммуникативной деятельности.

Вопросы:

- Консалтинг в маркетинговых коммуникациях и его роль в рекламной коммуникации.
- Консалтинг субъектов рекламной коммуникации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

- Характеристики рынков сбыта: переделы рынков
 - Отличие консалтинга от клиринговых операций
 Практическая работа 1. «Мониторинг российских консалтинговых агентств в сфере маркетинга, рекламы и PR».

Сделать обзор консалтинговых компаний России, предлагающих услуги в области маркетинга, PR и рекламы. Работу подготовить в виде аналитического отчёта.

Заочная форма

Вопросы:

- Консалтинг в маркетинговых коммуникациях и его роль в рекламной коммуникации.
- Консалтинг субъектов рекламной коммуникации.
- Характеристики рынков сбыта: переделы рынков
- Отличие консалтинга от клиринговых операций

Практическая работа 1. «Мониторинг российских консалтинговых агентств в сфере маркетинга, рекламы и PR».

Сделать обзор консалтинговых компаний России, предлагающих услуги в области маркетинга, PR и рекламы. Работу подготовить в виде аналитического отчёта

Тема 1.3. Консалтинг по объекту рекламного информирования и институциональному субъекту.

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы:

- Консалтинг в сфере коммерческой рекламы
- Политический консалтинг
- Консалтинг в области социально-психологической оценки события
- Имидж-консалтинг

Тема 1.4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности

Вопросы к теме:

Очная форма

Консалтинг в системе регулирования рекламной и ПР-деятельности. Вопросы:

- В чем заключается функция антимонопольных органов
- Экспертный совет как субъект консалтинга
- Принципы и формы регулирования отдельных видов товаров

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Тема 1.5. Саморегулирование в рекламном и ПР-консалтинге

Вопросы к теме:

Очная форма

5.1. Вопросы:

- Мировая практика саморегулирования в рекламе.
- Основные саморегулируемые организации в России
- Общественная комиссия по этике и добросовестности в рекламе.
- Этические рекламные кодексы
- Ассоциации рекламодателей

5.2. Практическая работа 2. «Региональный рынок консалтинговых услуг».

На основе местных материалов СМИ и личного опроса консультационных фирм выясните: какие, виды консультационных услуг являются приоритетными в Ульяновске, в Ульяновской области. Работу подготовить в виде аналитического отчёта.

Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и ПР

Тема 2.1. Модель процессуального консалтинга

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы:

- Определение проблемных областей консультирования.
- Особенности взаимодействия с рекламодателем как основным потребителем консультационных услуг.
- Методы получения информации для организации процесса консультирования.
- Диагностические процедуры консультирования в области рекламы.
- Структура диагностики организационно-управленческих проблем в области оказания консалтинговых услуг.
- Формулировка технического задания.
- Соотношение реальных/формальных проблем в области рекламного консультирования.

Типовые ситуации в рекламной деятельности организации.

- Причинный анализ.
- Консультационное резюме.

Практическая работа 3. «Консалтинг коммуникативной политики организации» Провести анализ коммуникативной активности выбранной компании (методы – анализ документов, анализ медиаполя, анализ социальных сетей и сайта компании).

Выявить:

- основные проблемы компании;
- целевые группы общественности;
- стейкхолдеров;
- основные каналы взаимодействия;

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

- основные инструменты PR;
 - оценить эффективность технологий и инструментария.

Работу подготовить в виде аналитического отчёта

Заочная форма

Вопросы:

- Определение проблемных областей консультирования.
- Особенности взаимодействия с рекламодателем как основным потребителем консультационных услуг.
 - Методы получения информации для организации процесса консультирования.
 - Диагностические процедуры консультирования в области рекламы.
 - Структура диагностики организационно-управленческих проблем в области оказания консалтинговых услуг.
 - Формулировка технического задания.
 - Соотношение реальных/формальных проблем в области рекламного консультирования.

Типовые ситуации в рекламной деятельности организации.

- Причинный анализ.
- Консультационное резюме.

Практическая работа 3. «Консалтинг коммуникативной политики организации» Провести анализ коммуникативной активности выбранной компании (методы – анализ документов, анализ медиаполя, анализ социальных сетей и сайта компании).

Выявить:

- основные проблемы компании;
- целевые группы общественности;
- стейкхолдеров;
- основные каналы взаимодействия;
- основные инструменты PR;
- оценить эффективность технологий и инструментария.

Работу подготовить в виде аналитического отчёта.

Тема 2.2. Экспертная модель консалтинга

Вопросы к теме:

Очная форма

Экспертная модель консалтинга

Вопросы:

- Определение задач экспертного консалтинга.
- Назначение экспертизы в рекламной практике.
- Виды экспертизы рекламы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

- Цели экспертной оценки.
 - Экспертный консалтинг в сфере продвижения продукта.
 - Работа с/над стратегическим маркетинговым планом.
 - Трактовки взаимоотношений создателя товара и потребителя.
 - Прогнозируемое поведение потребителя.
 - Задачи консультанта в сфере рекламы.
 - Консалтинг в сфере предпринимательства.
 - Особенность функций торговых посредников.
 - Рекомендации для рекламного агента.
 - Планирование рекламной и PR – деятельности предприятия.
 - Цели проведения специальных рекламных кампаний.
 - Последовательность планирования и взаимодействие с разными группами общественности.

Практическая работа 4. «Исследовательские технологии в консалтинге»: выполнить анализ коммуникативной политики конкурентов выбранного предприятия.

Провести анализ коммуникативной активности одного-двух конкурентов компании (методы – анализ документов, анализ медиаполя, анализ социальных сетей и сайта компании).

Выявить:

- основные проблемы компании;
- целевые группы общественности;
- стейкхолдеров;
- основные каналы взаимодействия;
- основные инструменты PR;
- оценить эффективность технологий и инструментария.

Провести сравнительный анализ выбранной компании и её конкурентов. Проект оформить в виде аналитического отчёта.

Результаты практических заданий 3 и 4 представить в виде PR презентации

Заочная форма

Вопросы:

- Определение задач экспертного консалтинга.
- Назначение экспертизы в рекламной практике.
- Виды экспертизы рекламы.
- Цели экспертной оценки.
- Экспертный консалтинг в сфере продвижения продукта.
- Работа с/над стратегическим маркетинговым планом.
- Трактовки взаимоотношений создателя товара и потребителя.
- Прогнозируемое поведение потребителя.
- Задачи консультанта в сфере рекламы.
- Консалтинг в сфере предпринимательства.
- Особенность функций торговых посредников.
- Рекомендации для рекламного агента.
- Планирование рекламной и PR – деятельности предприятия.
- Цели проведения специальных рекламных кампаний.
- Последовательность планирования и взаимодействие с разными группами общественности.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Практическая работа 4. «Исследовательские технологии в консалтинге»: выполнить анализ коммуникативной политики конкурентов выбранного предприятия.

Провести анализ коммуникативной активности одного-двух конкурентов компании (методы – анализ документов, анализ медиаполя, анализ социальных сетей и сайта компании).

Выявить:

- основные проблемы компании;
- целевые группы общественности;
- стейкхолдеров;
- основные каналы взаимодействия;
- основные инструменты PR;
- оценить эффективность технологий и инструментария.

Провести сравнительный анализ выбранной компании и её конкурентов. Проект оформить в виде аналитического отчёта.

Результаты практических заданий 3 и 4 представить в виде PR презентации

Тема 2.3. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы:

- Пересчет затрат на рекламное производство в рекламных фирмах.
- Переоценка прибыли и других элементов чистого дохода по норме прибыли. Дополнительный товарооборот по воздействию рекламы.
 - Эффект проведенного рекламного мероприятия и его сопоставление с затратами на осуществление.
 - Эффективность воздействия рекламных средств.
 - Методики оценки эффективности наружной, ТВ, печатной рекламы.

Тема 2.4. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и PR- деятельности

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы:

- Цели и задачи обучающего консалтинга.
- Возможности реализации модели обучающего консалтинга в области рекламной практики.
- Требования к персоналу рекламного агентства.
- «Жизненный цикл» персонала.
- Виды и характеристики групп персонала в рекламной фирме.
- Области запроса обучающего консалтинга в сфере рекламы.
- Формы активизации творческих, креативных ресурсов персонала рекламных фирм. Активные

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

методы обучения.

- Методы групповой работы.
- Тренинг – как форма отработки практических навыков профессиональной рекламной деятельности.
- Виды тренингов и основные требования к его реализации.
- Мастер-класс - особенность наглядной демонстрации.
- Кейс-Метод – форма глубинного погружения в ситуацию, требующую вмешательства извне.
- Коучинг – форма персонального консалтинга

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. История развития консалтинговых услуг в Европе и Северной Америке.
2. Подходы к определению и пониманию специфики консультационного продукта.
3. Становление и развитие консалтинговой отрасли в России: этапы.
4. Место рекламного консалтинга и консалтинга в сфере связей с общественностью в консалтинговой отрасли.
5. Виды консалтингового продукта: совет vs ответственность за решение.
6. Консалтинг в маркетинговых коммуникациях и его роль в рекламной коммуникации.
7. Консалтинг субъектов рекламной коммуникации.
8. Характеристики рынков сбыта: переделы рынков
9. Отличие консалтинга от клиринговых операций
10. Консалтинг в сфере коммерческой рекламы
11. Политический консалтинг

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

12. Консалтинг в области социально-психологической оценки события
13. Имидж-консалтинг
14. Экспертный совет как субъект консалтинга и функции антимонопольных органов
15. Принципы и формы регулирования отдельных видов товаров
16. Мировая практика саморегулирования в рекламе.
17. Основные саморегулируемые организации в России
18. Общественная комиссия по этике и добросовестности в рекламе.
19. Этические рекламные и ПР-кодексы
20. Ассоциации рекламодателей и специалистов в сфере ПР
21. Модель процессуального консалтинга: определение проблемных областей консультирования.
22. Особенности взаимодействия с рекламодателем как основным потребителем консультационных услуг.
23. Диагностические процедуры консультирования в области рекламы.
24. Методы получения информации для организации процесса консультирования.
25. Консультационное резюме: презентации, формы отчетных документов.
26. Причинный анализ.
27. Типовые ситуации в рекламной деятельности организации.
28. Формулировка технического задания; заключение договора на оказание услуг.
29. Структура диагностики организационно-управленческих проблем в области оказания консалтинговых услуг.
30. Соотношение реальных/формальных проблем в области рекламного консультирования.
31. Экспертная модель рекламного консалтинга: определение задач экспертного консалтинга и назначение экспертизы
32. Виды экспертизы рекламы.
33. Алгоритмы экспертной оценки в зависимости от цели.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

34. Экспертный консалтинг в сфере продвижения продукта. Работа с/над стратегическим маркетинговым планом.

35. Задачи консультанта в сфере рекламы. Трактовки взаимоотношений создателя товара и потребителя.

36. Прогнозируемое поведение потребителя.

37. Консалтинг в сфере предпринимательства.

38. Особенность функций торговых посредников. Рекомендации для рекламного агента.

39. Консалтинг в сфере PR.

40. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной деятельности.

41. Методы групповой работы.

42. Тренинг – как форма отработки практических навыков профессиональной рекламной деятельности.

43. Мастер-класс - особенность наглядной демонстрации.

44. Коучинг – форма персонального консалтинга.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

Форма обучения: очная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Общетеоретические подходы в изучении консалтинга			
Тема 1.1. Введение в рекламный и ПР-консалтинг	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.3. Консалтинг по объекту рекламного информирования и институциональному субъекту.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.5. Саморегулирование в рекламном и ПР-консалтинге	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и ПР			
Тема 2.1. Модель процессуального консалтинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 2.2. Экспертная модель консалтинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 2.3. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 2.4. Обучающая модель реализации консалтинга в	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-	6	Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
рекламной и ПР- деятельности	методического и информационного обеспечения дисциплины.		

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Общеоретические подходы в изучении консалтинга			
Тема 1.1. Введение в рекламный и ПР-консалтинг	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Тестирование
Тема 1.2. Специфика консалтинга как вида коммуникативной деятельности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
Тема 1.3. Консалтинг по объекту рекламного информирования и институциональному субъекту.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
Тема 1.4. Консалтинг в системе регулирования рекламной деятельности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
Тема 1.5. Саморегулирование в рекламном и ПР-консалтинге	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
Раздел 2. Реализация консалтинговых услуг в сфере рекламы и ПР			
Тема 2.1. Модель процессуального консалтинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Тестирование

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 2.2. Экспертная модель консалтинга	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
Тема 2.3. Экспертный консалтинг в сфере затрат на рекламное производство	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование
Тема 2.4. Обучающая модель реализации консалтинга в рекламной и ПР- деятельности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	10	Тестирование

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Забродин В. Ю. Управленческий консалтинг. Социологический подход : учебное пособие / В. Ю. Забродин. - Москва : Юрайт, 2024. - 130 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/539020> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-10127-0 : 439.00. / .— ISBN 0_522036

2. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : Учебное пособие / Ф.И. Шарков ; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 4. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 406 с. - ВО - Бакалавриат. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=431461>. - <https://znanium.com/cover/2082/2082721.jpg>. - Режим доступа: ЭБС «Znanium.com»; по подписке. - ISBN 978-5-394-05308-5. / .— ISBN 0_518749

3. Калянов Г.Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе : учебник / Г.Н. Калянов ; Калянов Г.Н. - Москва : Горячая линия - Телеком, 2016. - 210 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785991201742.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9912-0174-2. / .— ISBN 0_250855

дополнительная

1. Консультирование и коучинг персонала в организации : учебник и практикум / Н. В. Антонова, А.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

В. Климова, Д. А. Подольский [и др.]. - Москва : Юрайт, 2024. - 370 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/536058> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9916-8176-6 : 1209.00. / .— ISBN 0_528149

2. Блюмин Аркадий Михайлович. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования : Учебник / А.М. Блюмин ; МАИ ООО. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 362 с. - ВО - Бакалавриат. - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=431476>. - <https://znanium.com/cover/2082/2082693.jpg>. - Режим доступа: ЭБС «Znanium.com»; по подписке. - ISBN 978-5-394-05109-8. / .— ISBN 0_518795

3. Блинов Андрей Олегович. Управленческое консультирование : Учебник / А.О. Блинов, В.А. Дресвянников ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 210 с. - ВО - Магистратура. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-394-03525-8. / .— ISBN 0_455716

4. Расиел И. Метод McKinsey: Использование техник ведущих стратегических консультантов для решения личных и деловых задач : монография / И. Расиел ; Расиел И. - Москва : Альпина Паблишер, 2012. - 192 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961418668.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-1866-8. / .— ISBN 0_238886

5. Володенков, С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С. В. Володенков ; С. В. Володенков. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2015. - 320 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 07.07.2025 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/97478.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-19-010946-7. / .— ISBN 0_154997

6. Киреева О.Ф. Коммуникационный консалтинг как средство обеспечения информационной безопасности в современном обществе : монография / О.Ф. Киреева ; Киреева О.Ф. - Москва : Дашков и К, 2018. - 138 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394029936.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-394-02993-6. / .— ISBN 0_251998

учебно-методическая

1. Андреева Ю. В. Консалтинг в рекламе и связях с общественностью : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 413 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41678.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com**: электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс[Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Разработчик	Доцент Кандидат психологических наук	Андреева Юлия Витальевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО