

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Консалтинг в связях с общественностью

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 Консалтинг в связях с общественностью относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-12: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>ПК-12.1: Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>ПК-12.2: При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.</p>	<p>ПК-12.1:</p> <p>Знать специфику продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;</p> <p>Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p> <p>ПК-12.2:</p> <p>Знать принципы открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь при подготовке текстов рекламы и связей с</p>	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

		<p>общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опираться на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности;</p> <p>Владеть практическими навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности в деятельности в области рекламы и связей с общественностью</p>		
<p>ПК-4: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-4.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p>ПК-4.2: Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;</p> <p>ПК-4.3: Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>ПК-4.4: Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде</p>	<p>ПК-4.1:</p> <p>Знать основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p> <p>ПК-4.2:</p> <p>Знать специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности знания о специфике</p>	<p>Практическое задание</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> <p>Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни</p> <p>ПК-4.3: Знать технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Уметь создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Владеть практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>ПК-4.4: Знать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Уметь использовать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>		
--	--	--	--	--

		Владеть практическими навыками участия в деятельности по формированию положительного имиджа организации, публичности, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	2	2
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	0	0
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	8
- КСР	1	1
самостоятельная работа	39	59
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	4 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
Тема №1. Организация события. Событийный маркетинг.	10	7			4	1	4	1	6	6
Тема №2. Психология события.	10	9			4	1	4	1	6	8
Тема 3. Целевая аудитория события.	10	9			4	1	4	1	6	8

Тема № 4. Направления event.	10	9			4	1	4	1	6	8
Тема №5. Виды событий	10	7			4	1	4	1	6	6
Тема №6. Форма и содержание событий. Место и время. Команда проекта	8	9			4	1	4	1	4	8
Тема №7. Направления событий по формату проведения и участникам	7	9			4	1	4	1	3	8
Тема №8. Спонсоринг событий	6	8			4	1	4	1	2	7
Аттестация	0	4								
КСР	1	1						1	1	
Итого	72	72	0	0	32	8	33	9	39	59

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема №1. Организация события. Событийный маркетинг.

Организация события: планирование и проведение. Основные этапы подготовки мероприятий.

Событийный маркетинг как инструмент продвижения. Влияние мероприятий на имидж и репутацию компании. Примеры успешных событийных кампаний.

Тема №2. Психология события

Психология восприятия события участниками. Эмоциональное воздействие и создание атмосферы.

Влияние психологических факторов на успешность мероприятия. Техники управления вниманием и вовлеченностью аудитории. Значение опыта и впечатлений.

Тема 3. Целевая аудитория события

Определение и анализ целевой аудитории. Методы сегментации и изучения аудитории. Потребности и ожидания участников. Адаптация содержания и формата события под целевую аудиторию. Оценка эффективности взаимодействия с аудиторией.

Тема №4. Направления event

Основные направления и типы событий. Корпоративные мероприятия, PR-акции, культурные и спортивные события. Роль каждого направления в коммуникационной стратегии компании. Примеры реализации различных направлений.

Тема №5. Виды событий

Классификация событий по видам. Внутренние и внешние мероприятия. Официальные и неформальные события. Массовые и узкоцелевые мероприятия. Особенности организации и проведения различных видов событий.

Тема №6. Форма и содержание событий. Место и время. Команда проекта.

Форма и содержание событий: ключевые элементы. Влияние выбора места и времени на успешность мероприятия. Организация команды проекта: роли и обязанности участников. Координация и взаимодействие в команде. Примеры успешного управления проектной командой.

Тема №7. Направления событий по формату проведения и участникам

Форматы проведения мероприятий: онлайн и офлайн. Гибридные события. Влияние формата на взаимодействие с участниками. Специфика работы с различными категориями участников. Примеры успешных форматов событий.

Тема №8. Спонсоринг событий

Роль спонсоринга в организации мероприятий. Поиск и привлечение спонсоров. Взаимовыгодное сотрудничество с партнерами. Формы и методы спонсорской поддержки. Оценка эффективности спонсорских вложений. Примеры успешного спонсоринга.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 16 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

-

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-12:

Типовое задание по теме 3 «Целевая аудитория события».

Письменная работа – составление портрета целевой аудитории консалтинговых услуг в различных сферах (по выбору студента).

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

Типовое задание по теме 9 «Событийный маркетинг и связи с общественностью».

Практическое задание – подготовка консалтингового проекта.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Высокий уровень знаний, что позволяет решать поставленные задачи и выполнять соответствующие задания максимально продуктивно и эффективно
не зачтено	Уровень знаний недостаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, специальная работа по развитию способностей

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы

		знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-12

1. Консалтинг в связях с общественностью: сущность, структура, функции. Предмет и основные понятия PR-консалтинга.
2. Консалтинг в исторической ретроспективе. Основные этапы развития консалтинга в связях с общественностью. Выделение консалтинга в связях с общественностью в самостоятельную сферу профессиональной деятельности.
3. Место и роль консалтинга в системе связей с общественностью. Консалтинг и другие компоненты деятельности по связям с общественностью.
4. Современное состояние консалтинга в связях с общественностью. Консалтинг в странах современной Европы, юго-восточной Азии, Австралии и США.
5. Профессиональные и этические кодексы консультантов по связям с общественностью.
6. Тенденции развития консалтинга в связях с общественностью в современной России.
7. Модели постановки и решения системных задач в консалтинге по связям с общественностью.
8. Диагностика ситуации в консалтинге по связям с общественностью. Методы диагностики.

Прикладной диагностический инструментарий. Основные диагностические процедуры.

9. Планирование и разработка программ в консалтинге по связям с общественностью. Подходы к планированию.

10. PR- консалтинг и управление коммуникациями. Качественные уровни PR-коммуникаций.

11. Целевая аудитория в PR-консалтинге.

12. Стратегия и тактика в PR-консалтинге, основные этапы консультирования клиента.

13. PR-консалтинг и имиджмейкинг.

14. PR-консалтинг в ситуации кризиса.

15. Консалтинг и "разноцветный" PR: "черный", "серый", "желтый", "красный" PR и его особенности.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-4

16. Этические аспекты и социальная ответственность консультанта по связям с общественностью.

17. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью.

18. Интегрированный консалтинг.

19. Цели и основные задачи консалтинга в связях с общественностью.

20. Формы и методы PR-консалтинга. Способы взаимодействия с клиентом в консалтинге по связям с общественностью.

21. Виды и разновидности PR-консалтинга.

22. Политический консалтинг и политические технологии.

23. Место и роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и исследовании политической структуры общества.

24. Политический консалтинг и диагностика политической ситуации и политических ожиданий общества.

25. Мониторинг социально-политических процессов и политических предпочтений.

26. Политический консалтинг и управленческие решения в политической сфере.

27. Политический консалтинг в системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов. Фазы политического консультирования.

28. Стратегия и тактика избирательной кампании. Консалтинг и медиапланирование.

29. Современный рынок консалтинговых услуг в сфере культуры и шоу-бизнеса. Рейтинг самых известных PR-консультантов.

30. Карьера в консалтинге в связях с общественностью.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, ответы без ошибок
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки в ответе

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Володина Л. В. Консалтинг в связях с общественностью : учебное пособие / Володина Л. В. - Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. - 67 с. - Книга из коллекции СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-89160-226-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=829898&idb=0>.
2. Коммуникология / Шарков Ф.И. - Москва : Дашков и К, 2013., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=642646&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Коммуникология: коммуникационный консалтинг / Шарков Ф.И. - Москва : Дашков и К, 2010., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=635923&idb=0>.
2. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология : Энциклопедический словарь-справочник; Справочная литература / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - 6. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 766 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-05309-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875212&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. <http://mediaprofi.org/> информационно-аналитический журнал медиа отрасли России и ближнего зарубежья;
2. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова;
3. <http://www.tns-global.ru/> международная исследовательская группа;
4. <http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии;
5. <http://www.advertology.ru/> информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности;
6. <http://adindustry.ru/> информационный портал о рекламе;
7. <http://mediahubble.ru/> онлайн-платформа для работников медиаиндустрии;
8. <http://www.mediaprofi-online.ru/tema.php?page=1> журнал «Медиа Профи»;
9. <http://outdoormedia.ru/anonce.htm> журнал «Реклама. OUTDOOR Media»;
10. <http://wciom.ru/index.php?id=57#> всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ);
11. <http://www.comnews.ru/lastnews/> ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ»;
12. <http://www.integrum.ru/> мониторинг СМИ.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Болдина Ксения Александровна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.