

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.05 Аналитика и консалтинг в рекламе и PR

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

42.03.01.31 Рекламный маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2020

Красноярск 2023

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

канд. филос. наук, доцент, зав. кафедрой, Ноздренко Елена Анатольевна

должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Изучение проектных технологий, обеспечивающих эффективность рекламных и PR-коммуникаций; формирование у обучающихся представления о современных научных знаниях в области теории и практики коммуникационного консалтинга с целью их применения в сфере рекламы и PR

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины связаны с задачами профессиональной деятельности в сфере рекламы и PR:

- 1) сформировать необходимый уровень знаний современного Project Management применительно к рекламной и PR деятельности;
- 2) сформировать у обучающихся умения и навыки проектирования в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации;
- 3) раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления коммуникационными проектами;
- 4) раскрыть универсальный алгоритм создания оптимальных моделей решения нестандартных задач бизнес-структур;
- 5) усвоить связь консалтинга с развитием коммуникационного менеджмента;
- 6) осмысление значения и роли коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг, определение его места и функций в структуре современного научного знания и практической деятельности

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-1: Способен организовывать маркетинговые исследования с использованием современных информационно-коммуникационных технологий</b>	
ПК-1.1: Знать методы применения информативно-убеждающих технологий	
ПК-1.10: Владеть технологиями и процедурами решения коммуникационных задач и создания коммуникационных стратегий в современных организациях; методами разработки и реализации социальных проектов в сфере рекламы и PR	
ПК-1.2: Планировать и организовывать рекламную и PR деятельность	

ПК-1.3: Владеть способами планирования и организации взаимоотношений участников рекламного процесса	
ПК-1.4: Владеть методами оценки экономической и психологической эффективности коммуникационных мероприятий	
ПК-1.5: Осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	
ПК-1.6: Осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	
ПК-1.7: Оформлять документацию для проведения маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	
ПК-1.8: Знать научные требования к разработке и реализации проектов в сфере рекламы и PR; технологии и процедуры решения коммуникационных задач в современных организациях	
ПК-1.9: Разрабатывать и реализовывать проекты в области рекламы и PR; организовывать и проводить предпроектное социологическое исследование	

#### 1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Сем естр	
		1	2
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>2,78 (100)</b>		
занятия лекционного типа	1,39 (50)		
практические занятия	1,39 (50)		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>6,22 (224)</b>		
курсовое проектирование (КП)	Нет		
курсовая работа (КР)	Нет		
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>		

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1. Проектирование и аналитика маркетинговых коммуникаций</b>									
	1. Проектирование как социальная технология Особенности проектирования Генезис и этапы развития маркетингового проектирования	4							
	2. Теоретические основы маркетингового проектирования Структура проектной деятельности; принципы маркетингового проектирования; виды маркетингового проектирования этапы проектирования	4							
	3. Проект как форма и модель маркетинговой коммуникации Параметры маркетингового проекта; предмет маркетинговой коммуникации как средство изменения ситуации; виды маркетинговых коммуникаций; текст как посредник маркетинговой коммуникации	6							

4. Проектные технологии проектирования Технология анализа ситуации; технологии выявления, характеристики и формирования аудитории проекта; позиционирование как технология маркетингового проектирования; референтация как технология маркетингового	6							
5. Виды маркетингового проектирования Технология проектирования рекламной кампании; проектирование имиджевых кампаний организации; проектное обоснование акции; проектное обоснование PR–кампаний; технология проектирования бизнес– структур	6							
6. Социально–культурные проекты в системе маркетинговых коммуникаций Социальное проектирование: маркетинговый потенциал, технология; маркетинговый потенциал культурных программ; праздник как культурный проект и маркетинговая акция	4							
7. Проектирование как социальная технология Генезис и этапы развития маркетингового проектирования			4					
8. Теоретические основы маркетингового проектирования Специфика маркетингового проектирования			4					
9. Проект как форма и модель маркетинговой коммуникации Маркетинговая коммуникация как средство изменения ситуации. Кейс по созданию текста как посредника маркетинговой коммуникации			4					



10. Проектные технологии проектирования Позиционирование и референтация как актуальные технологии маркетингового проектирования			6					
11. Виды маркетингового проектирования Технологии проектирования коммуникационных кампаний (рекламной, PR, имиджевой). Кейс по технологии проектирования бизнес– структур			6					
12. Социально–культурные проекты в системе маркетинговых коммуникаций Маркетинговый потенциал культурных проектов; Кейс по организации праздника как культурного проекта и маркетинговой акции			6					
13. Изучение теоретического курса							84	
14. Итоговая творческая работа							36	
15.								
<b>2. Коммуникационный консалтинг</b>								
1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности Основные понятия теории и практики консультирования. Сущность, цель, задачи, области применения и возможности консультирования. Диапазон оказываемых консалтинговых услуг. Основные типы консалтинговых организаций. Модели взаимоотношений с клиентами. Условия формирования отношений сотрудничества с клиентами. Поведенческие роли консультанта. Информационные и мотивационные задачи в консалтинге. Взаимосвязь консультирования и инноваций в организациях. Управление инновационным процессом в ходе консультирования.	2							

<p>2. Место консалтинга в системе связей с общественностью  Консалтинг в связях с общественностью: сущность, структура, функции.  Предмет и основные понятия PR-консалтинга.  Консалтинг в исторической ретроспективе. Основные этапы развития консалтинга в связях с общественностью. Выделение консалтинга в PR в самостоятельную сферу профессиональной деятельности. Первые профессиональные консультанты по PR - Айви Ледбеттер Ли, Джордж Крил, Элмер Дэвис, Эдвард Л.Бернейз и Дорис Флейшман и др.  Место и роль консалтинга в системе связей с общественностью. Консалтинг и другие компоненты деятельности по PR: консалтинг и исследование общественного мнения (Research), консалтинг и работа со СМИ (Media Relations), консалтинг и паблисити (Publisity), консалтинг и взаимоотношения с сообществом (Community Relations), консалтинг и взаимодействие с общественностью (Public Affairs), консалтинг и работа с правительственными организациями (Government Affairs) и т.д.</p>	4							
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--

<p>3. Исследовательская работа и планирование программ консалтинга в связях с общественностью Техники исследовательской работы. Диагностика ситуации в PR-консалтинге. Методы диагностики. Прикладной диагностический инструментарий. Основные диагностические процедуры.</p> <p>Измерения и оценки в PR-консалтинге. Обратная связь в PR-консалтинге. Планирование и разработка программ в PR-консалтинге. Подходы к планированию.</p> <p>Управление по целям. Элементы плана программы (ситуация, задачи, аудитория, стратегия, тактика, календарь, бюджет, оценка результативности).</p>	2							
<p>4. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью Модели PR-консалтинга. Экспертный консалтинг. Процессный консалтинг. Интенсивный консалтинг. Обучающий консалтинг. Интерактивный консалтинг. Креативный консалтинг. Интегрированный консалтинг.</p> <p>Цели PR-консалтинга. Формы и методы PR-консалтинга. Способы взаимодействия с клиентом в консалтинге по связям с общественностью.</p>	2							

<p>5. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью  Позиционирование объекта в PR-консалтинге. Целевая аудитория в PR-консалтинге. Управление репутацией в PR-консалтинге.  Стратегия и тактика в PR-консалтинге, основные этапы консультирования клиента. Консалтинг, связи с общественностью и реклама. PR-консалтинг и имиджмейкинг.  Коммуникационные аспекты консалтинга в связях с общественностью. Информационный повод.  Информационный голод.  PR-консалтинг в ситуации кризиса.</p>	2							
<p>6. Технология PR-консультирования  Подготовительный этап: описание проблемы клиента, разработка плана-задания, подписание контракта на консультирование.  Основной этап: изучение проблемы, поиск и изучение фактических данных, разработка концептуальной основы консалтинговой деятельности. Планирование процедуры консультирования. Разработка и оценка альтернативных предложений, согласование их с клиентом. Внедрение инновационных предложений.  Завершающий этап консультативных услуг: оценка проводимой консультационной работы со стороны клиента, ее корректировка. Итоговый отчет о проделанной работе</p>	4							

<p>7. Консалтинг в сфере культуры и арт-коммуникаций PR-консалтинг в сфере культуры и арт-коммуникаций: специфика, функции, цели. PR-консалтинг и арт-менеджмент. PR-консалтинг в разработке и реализации арт-проекта. Цена успеха и стоимость услуг успешного PR-консультанта (PR-агенства). Современный рынок консалтинговых услуг в сфере культуры и шоу-бизнеса. Рейтинг самых известных PR-консультантов. Личность PR-консультанта: личные качества, ключевые способности, знания, интеллект, эрудиция, креативность и др. Актуальность профессии консультанта по связям с общественностью в современном мире.</p>	4							
<p>8. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности Модели постановки и решения системных задач в консалтинге. Этические вопросы консультирования. Пути повышения профессионализма консультантов</p>			2					
<p>9. Место консалтинга в системе связей с общественностью Консалтинг в странах современной Европы, юго-восточной Азии, Австралии и США. Консалтинговые фирмы и корпорации. Независимые PR-консультанты и ассоциации. Профессиональные и этические кодексы консультантов по связям с общественностью. Тенденции развития консалтинга в связях с общественностью в современной России.</p>			2					

10. Исследовательская работа и планирование программ консалтинга в связях с общественностью PR-конс и управление коммуникациями. Качественные уровни PR-коммуникаций. Типичные стереотипы и способы их выявления. Связи с общественностью и феномен доминанты. Способы коррекции нежелательных доминант. PR-консалтинг и коммуникационные риски.			4					
11. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью Виды PR-консалтинга. Корпоративный консалтинг. Международный консалтинг. Благотворительный консалтинг. Рекреативный PR-консалтинг. PR-консалтинг в спорте и сфере туризма. Политический консалтинг.			2					
12. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью Консалтинг и "разноцветный" PR: "черный", "серый", "желтый", "красный" PR и его особенности. Компромат и информационные войны. Эффект бумеранга. "Нейтральное" информирование. Слухи и сплетни. Умышленная путаница. Спин-мастер и технологии связей с общественностью. Этические аспекты и социальная ответственность консультанта по связям с общественностью.			4					
13. Технология PR-консультирования Разработка проекта по PR консультированию в различных отраслях			4					

14. Консалтинг в сфере культуры и арт-коммуникаций Современное мифотворчество в PR-консалтинге. Мифы и легенды мировых знаменитостей. "Черный PR" в карьере звезд и методы его нейтрализации.			2					
15. Изучение теоретического курса							68	
16. Итоговая творческая работа							36	
17.								
Всего	50		50				224	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учеб. пособие для студ. вузов по напр. подг. (спец.) "Связи с общественностью"(Москва: "Дашков и К").
3. Кузнецов П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие(Москва: "Дашков и К").
4. Кошечкина И.П., Канке А.А. Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие(Москва: Издательский Дом "ФОРУМ").

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Windows 7
2. Winrar или Winzip
3. Ms.Office 7
4. Adobe Photoshop CS3
5. Corel Draw 4
6. Statistica 10
7. Adobe Flash 3

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:
2. • GallupMedia в России — Режим доступа: <http://www.gallup.ru> - официальный сайт исследовательской компании.
3. • ВЦИОМ — Режим доступа: <http://wciom.ru>
4. • Исследовательское агентство «Комкон-2» — Режим доступа: <http://www.comcon2.com>
5. • Левада-Центр — Режим доступа: <http://www.levada.ru>
6. • Сайт известного в России мониторингового агентства — Режим доступа: <http://www.monitoring.ru>
7. • Эффективная и функциональная бесплатная система сбора статистических данных для владельцев сайтов по более чем 600 параметрам — Режим доступа: <http://www.spylog.ru>



## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Университет располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа университет располагает демонстрационным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующим рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотеке СФУ. Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с требованиями ФГОС ВО. В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, учебники и учебные пособия, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Имеется стопроцентный доступ к электронной библиотечной системе. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда СФУ обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

В распоряжении обучающихся имеются учебные аудитории, оборудованные стационарными мультимедийным оборудованием, электронными досками; компьютерный класс на 20 мест, объединенных в локальную сеть, подключенный к Internet. Обучающиеся имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами, а также, используя электронную систему электронных образовательных ресурсов СФУ на базе Moodle, обучаться в удаленном режиме. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями обеспечены возможности равного доступа к материально-технической базе университета.