

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 17:26:51  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:  
Брызгалова Е.Н.



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)  
**Консалтинг в рекламной деятельности и связях с  
общественностью**

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: д.ф.н., проф. Бушев А. Б.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Бушев А. Б.', is written on a light-colored rectangular background.

Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины является изучение консалтинговой деятельности и ее технологий в разных сферах консалтинга.

Задачами освоения дисциплины являются усвоение закономерностей функционирования консалтингового рынка и освоение отечественного и зарубежного опыта в области изучения консалтингового рынка

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Учебная дисциплина «Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью» относится к вариативной части учебного плана «Рекламы и связи с общественностью».

Курс «Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью» базируется на таких дисциплинах, как «Социология», «Психология» и др. Является основой для изучения дисциплин «Политическое консультирование» (мастер-класс), «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования», «Реклама и СО в деятельности государственных структур» (мастер-класс), связанных с профессиональной деятельностью, в процессе которых изучается и осваивается процесс подготовки и принятия решений по различным аспектам рекламной, производственной и коммуникационной деятельности организации; формирования системы экономических, социально-политических, идейно-нравственных отношений в обществе; требований к подготовке и проведению изучения общественного мнения.

**Уровень начальной подготовки** обучающегося для успешного освоения дисциплины «Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью»:

- знать дисциплины, изучающие информационные ресурсы и рынки, основы бизнеса, основы менеджмента, основы психологии и социологии;

- уметь дать определения основным понятиям в сфере управленческого консультирования; относить различные ситуации, с которыми сталкиваются консультанты, к соответствующим видам задач;
- выявлять основные проблемы предмета и метода управленческого консультирования; анализировать и искать пути решения этих проблем; формулировать основные принципы поведения с клиентом;
- различать внешних и внутренних консультантов; определять правильную стратегию поведения консультанта,
- классифицировать консультационные услуги; анализировать различные роли консультанта, выбирать консультационную фирму или консультанта;
- соотносить фазы консультирования с соответствующими этапами и стадиями; оценивать результат консультирования

### 3. Объем дисциплины:

3 зачетных единиц, 108 академических часов, **в том числе**

**контактная работа:** лекции 22 часа, практические занятия 11 часов,  
**самостоятельная работа: 75 часов.**

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 7 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Учебная программа - наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самост. работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) занятия	
<b>Модуль 1. Теоретические основы консалтинга</b>				
1. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности	11	2	1	8
2. Место консалтинга в системе связей с общественностью	11	2	1	8
3. Исследовательская работа и планирование программ консалтинга в связях с общественностью	9	2	1	6
<b>Модуль 2. Типология консалтинга.</b>				
4. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью	9	2	1	6
5. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью	9	2	1	6

6. Технология PR-консультирования	9	2	1	6
7. Политический консалтинг и политические технологии	9	2	1	6
8. Консалтинг в сфере культуры и арт-коммуникаций	9	2	1	6
9. Имидж-консультирование: основные направления и техники	9	2	1	6
10. Консультирование по вопросам формирования корпоративного имиджа	10	2	1	7
<b>Модуль 3. Индивидуальный проект</b>				
11. Планирование и реализация индивидуальных имидж-проектов	13	2	1	10
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>22</b>	<b>11</b>	<b>75</b>

### III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
<b>Модуль 1. «Теоретические основы консалтинга»</b>		
<i>Тема 1.</i>	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 2.</i>	Лекция, практическое занятие	Дискуссия, Мозговой штурм

<i>Тема 3.</i>	Лекция	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации)
<b>Модуль 2. «Типология консалтинга»</b>		
<i>Тема 4</i>	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия Работа с редкими книгами
<i>Тема 5.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 6.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 7.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 8.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия

<i>Тема 9.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 10.</i>	Лекция, практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<b>Модуль 3. «Индивидуальный проект»</b>		
<i>Тема 11.</i>	Лекция, практическое занятие	Проектный метод, защита проекта

#### **IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации**

##### **Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 1**

ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами

<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>	<b>Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)</b>	<b>Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания</b>
ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Напишите поздравление руководителя ассоциации строительных фирм в связи с корпоративным праздником – Днем строителя.</li> <li>2. Напишите приглашение на юбилей учебного заведения.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах грамотно описаны все основные идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован</li> </ul>

	<p>3. Создайте проект письма с просьбой о спонсорской поддержке издательского проекта.</p> <p>4. Предложите варианты листовок, буклетов научной конференции ТвГУ по рекламе.</p>	<p>собственный взгляд на проблему – 3 балла</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в базовых знаниях – 2 балла</li> <li>• В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи, допущены ошибки в ключевых базовых знаниях – 1 балл</li> </ul> <p>Практическая работа не выполнена – 0 баллов</p>
--	--	---

### Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 2

ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и	1. Напишите поздравление руководителя ассоциации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах грамотно описаны все основные идеи,</li> </ul>



<p>мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>рекламных компаний в связи с корпоративным праздником – Днем рекламиста .</p> <p>2. Напишите приглашение на юбилей НИИ.</p> <p>3. Создайте проект письма с просьбой о спонсорской поддержке конкурса балета.</p> <p>4. Предложите варианты листовок, буклетов научной конференции ТвГУ по рекламе.</p> <p>5. Создайте сценарий рекламного полуминутного ролика этнического ресторана и дайте советы по фирменному стилю и интегрированным маркетинговым коммуникациям такого ресторана.</p>	<p>корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован собственный взгляд на проблему – 3 балла</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в базовых знаниях – 2 балла</li> <li>• В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи, допущены ошибки в ключевых базовых знаниях – 1 балл</li> </ul> <p>Практическая работа не выполнена – 0 баллов</p>
	<p>Продемонстрировать умение представить исследовательский проект в форме электронной презентации.</p>	<p>-Соответствие заголовка содержанию; приоритет визуальных средств (фото, графики, схемы, диаграммы); фон, не мешающий восприятию текста -3 балла</p> <p>-</p> <p>Композиционная</p>

		СВЯЗНОСТЬ, ЛОГИЧНОСТЬ изложения, соответствие ответа поставленной проблеме, полнота исполнения – 5 баллов
--	--	---

**Оценочные материалы для проверки сформированности компетенций**

**Компетенция ПК-1**

**Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами**

*Задания закрытого типа*

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	<b>На какой фазе проектирования производится подготовка и обучение персонала?</b> а) предварительный анализ; б) инвестиционная фаза; в) внедрение проекта	<b>в) внедрение проекта</b>	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).  <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

*Задания открытого типа*

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	Реализация комплекса спланированных рекламных мероприятий, рассчитанных на определенный период времени, район действий, рынок, круг лиц называется _____.	<b>рекламной кампанией</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.  <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).

**Компетенция ПК-2**

**Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий**

*Задания закрытого типа*

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	<b>Понятие «имидж» было введено в научный оборот психологом Гюставом Ле Боном и Уолтером Липпманом. Верно ли утверждение: «Обычно в самом общем смысле под имиджем понимается образ того или иного</b>	<b>а) да</b>	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).  <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

	товар, торговой марки, фирмы, организации». а) да; б) нет		
--	---	--	--

*Задания открытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	Впишите термин (по Ф.И. Шаркову) _____ - это деятельность специализированных компаний, заключающаяся в консультировании производителей, покупателей, политических деятелей, работников социальной сферы по широкому кругу вопросов экономической, финансовой, хозяйственной, политической, социальной, культурной и другой деятельности».	<b>консалтинг</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.  <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).

**Планы семинарских занятий. Самостоятельная работа.**

**Перечень примерных контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы**

1. Раскройте предмет и основные понятия консалтинга в рекламе и связях с общественностью? Какова его структура и основные функции?
2. Назовите основные этапы развития консалтинга в рекламе и связях с общественностью? Как происходил процесс его выделения в самостоятельную сферу профессиональной деятельности? Знаете ли Вы первых профессиональных консультантов по связям с общественностью?
3. Определите место и роль консалтинга в системе рекламы и связей с общественностью?
4. Каковы взаимоотношения консалтинга с другими компонентами деятельности по рекламе и связям с общественностью?
5. Раскройте современное состояние консалтинга в рекламе и связях с общественностью? Какую роль играет консалтинг в странах современной Европы, юго-восточной Азии, Австралии и США?

6. Какую роль в современном обществе играют консалтинговые фирмы и корпорации, независимые консультанты и их ассоциации? Зачем создаются профессиональные и этические кодексы консультантов по связям с общественностью?
7. Каковы тенденции развития консалтинга в рекламе и связях с общественностью в современной России?
8. Какую роль играют теоретические и прикладные исследования в консалтинге по рекламе и связям с общественностью?
9. Какие модели постановки и решения системных задач в консалтинге по рекламе и связям с общественностью Вам известны?
10. Что значит диагностика ситуации в консалтинге? Охарактеризуйте методы диагностики, прикладной диагностический инструментарий, основные диагностические процедуры?
11. Что Вам известно о технологиях планирования и разработки программ в консалтинге по рекламе и связям с общественностью? Какие Вы знаете подходы к планированию? Что собой представляют элементы плана программы (ситуация, задачи, аудитория, стратегия, тактика, календарь, бюджет, оценка результативности)?
12. Что означает управление по целям?
13. Назовите типичные стереотипы и способы их выявления?
14. Что такое феномен доминанты? Каковы способы коррекции нежелательных доминант?
15. Какую роль в консалтинге играют измерения и оценки?
16. Как происходит позиционирование объекта в консалтинге по рекламе и связям с общественностью?
17. Что собой представляет целевая аудитория в консалтинге по рекламе и связям с общественностью?
18. Какова роль консалтинга в управлении репутацией и что собой представляют репутационные риски?
19. Какова роль консалтинга в условиях кризиса?

20. Что такое спин-мастер и какую роль он играет в кризисной ситуации? 21. Почему так много говорят об этических аспектах и социальной ответственности консультанта по рекламе и связям с общественностью? Что Вы можете рассказать о практике работы известных PR-технологов?
22. Какие модели консалтинга Вам известны?
23. Чем отличаются друг от друга экспертный консалтинг, процессный консалтинг, интенсивный консалтинг, обучающий консалтинг, интерактивный консалтинг, креативный консалтинг, интегрированный консалтинг и что в них общего?
24. Раскройте формы и методы рекламного и PR-консалтинга?
25. Каковы способы взаимодействия с клиентом в консалтинге по рекламе и связям с общественностью?
26. Назовите основные виды консалтинга в рекламе и связях с общественностью и сферы их предметного приложения?
27. Чем занимается корпоративный, международный благотворительный, рекреативный, политический консалтинг?
28. Каковы место и роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и исследовании политической культуры общества?
29. Политический консалтинг и диагностика политической ситуации и политических ожиданий общества? Каково их практическое значение?
30. Что собой представляет мониторинг социально-политических процессов и политических предпочтений?
31. Подискутируйте на тему: "Политический консалтинг и управленческие решения в политической сфере. Планирование и прогнозирование политических изменений".
32. Расскажите о стратегии и тактике избирательной кампании. Какова роль политического консультирования в этом процессе?
33. Как осуществляется планирование и проведение целевых политических PR-акций с участием известных деятелей культуры? Покажите это на

- конкретных примерах. 34. Что собой представляет консалтинг в сфере культуры и арт-коммуникаций, каковы его специфика, функции, цели?
35. Как соотносятся и взаимодействуют PR-консалтинг и арт-менеджмент? Какую роль играет PR-консалтинг в разработке и реализации арт-проекта?
36. Современное мифотворчество в консалтинге. Мифы и легенды мировых знаменитостей: кто из консультантов их придумал?
37. Что характерно для рынка современных консалтинговых услуг в сфере культуры и арт-бизнеса? Сколько стоят услуги успешного PR-консультанта(PR-агенства)?
38. Каков рейтинг самых известных PR-консультантов в сфере культуры и арт-коммуникаций? Какие технологии они успешно применяют?
39. Как сегодня сделать успешную карьеру в рекламном и PR-консалтинге?
40. Что собой представляет личность консультанта: личные качества, ключевые способности, знания, интеллект, эрудиция, креативность и др.?
41. Обсудите тему: "Актуальность профессии консультанта по рекламе и связям с общественностью в современном мире".

### **Тематика рефератов**

1. Российский консалтинговый рынок: генезис и специфика.
2. Специфические черты развития консалтингового рынка в регионах РФ.
3. Перспективы консалтинга в России.
4. Перспективы консалтинга в мире.
5. Фазы процесса консультирования.
6. Экспертный консалтинг и практика его применения.
7. Процессный и обучающий консалтинг.
8. Продукт консалтинга: сложность и неопределенность
9. Ответственность консультанта и «кодекс консультанта»
10. Консалтинговый рынок региона
11. Роль международных консалтинговых фирм для развития консалтингового рынка в России.

12. Причины отсталости Российского консалтингового рынка.
13. Преимущества и недостатки российских консультантов.
14. Причины возникновения и сущность консалтинга.
15. Слияния и поглощения в консалтинге: причины, последствия.
16. Место мелких консалтинговых компаний и индивидуалов на рынке.
17. Особенности консалтингового рынка Урала.
18. Особенности консалтингового рынка в России.
19. Роль «большой четверки» консалтинговых компаний.
20. Специфика аудита как разновидности аутсорсинга.
21. Реинжиниринг: сущность и специфика.
22. Место управленческого консалтинга.
23. Тренинг в системе деловых услуг.
24. Тенденции современного менеджмента (глобализация, регионализация, аутсорсинг)
25. Состояние и развитие рынка профессиональных услуг
26. Виды деловых услуг и место консалтинга среди них.
27. Классификации консалтинговых услуг
28. Задачи консультантов (на исправление, на совершенствование, на создание)
29. Внутренние и внешние консультанты: сравнительный анализ.
30. Группы внешних консультантов, представленные на рынке РФ.
31. Стоимость консалтинговых услуг: размер, методика определения, форма оплаты, проблемы и способы их разрешения.
32. Генезис консалтинга.
33. Консалтинговый рынок в мире, его состояние.

### **Письменные контрольные работы**

1. Напишите поздравление руководителя ассоциации строительных фирм в связи с корпоративным праздником – Днем строителя.
2. Напишите приглашение на юбилей учебного заведения.

3. Создайте проект письма с просьбой о спонсорской поддержке издательского проекта.
4. Предложите варианты листовок, буклетов научной конференции ТвГУ по рекламе.
5. Создайте сценарий рекламного полуминутного ролика этнического ресторана и дайте советы по фирменному стилю и интегрированным маркетинговым коммуникациям такого ресторана.
6. Создайте пресс-релиз о выставке Государственной Третьяковской Галереи, Государственного музея изобразительных искусств имени Пушкина.

### **Темы практических занятий**

*Тема 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. Внешние и внутренние консультанты. 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. Модели постановки и решения системных задач в консалтинге. Этические вопросы консультирования. Пути повышения профессионализма консультантов.

*Тема 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 связях с общественностью в самостоятельную сферу профессиональной деятельности.



Первые профессиональные консультанты по связям с общественностью - 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 связям с общественностью: консалтинг и исследование общественного мнения (Research), консалтинг и работа со СМИ (Media Relations), консалтинг и публицити (Publicity), 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.

Современное состояние консалтинга в связях с общественностью. Консалтинг в странах современной Европы, юго-восточной Азии, Австралии. 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.

*Тема 3. Исследовательская работа и планирование программ консалтинга в связях с общественностью*

Техники исследовательской работы. Использование в PR-консалтинге онлайн-баз данных и ресурсов Интернета. по связям с общественностью.

Диагностика ситуации в PR-консалтинге. Методы диагностики. Прикладной диагностический инструментарий. Основные диагностические процедуры.

Измерения и оценки в PR-консалтинге. Обратная связь в PR-консалтинге.

Планирование и разработка программ в PR-консалтинге. Подходы к планированию. Управление по целям. Элементы плана программы (ситуация, задачи, аудитория, стратегия, тактика, календарь, бюджет, оценка результативности).

PR-консалтинг 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.

*Тема 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.

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

Виды PR-консалтинга. Корпоративный консалтинг. Международный консалтинг. Благотворительный консалтинг. Рекреативный PR-консалтинг. PR-консалтинг в спорте и сфере туризма. Политический консалтинг.

*Тема 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.

Связи с общественностью как маркетинговая коммуникация. Консалтинг, связи с общественностью и реклама. PR-консалтинг и имиджмейкинг.

Коммуникационные аспекты консалтинга в связях с общественностью. Позитивный контекст и позиционирование. Создание имиджа. Выделение из множества.

Акцентирование внимания. Информационный повод. Информационный голод. Формирование повестки дня. "Раскрутка" темы. "Перекручивание" темы. "Удушение" темы. Психологические аспекты работы со СМИ. "Джинса" или скрытая реклама.

PR-консалтинг в ситуации кризиса. 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.

#### *Тема 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. Обучение персонала заказчика инновационным технологиям. Завершающий этап консультативных услуг: оценка проводимой консультационной работы со стороны клиента, ее корректировка. Итоговый отчет о проделанной работе.

#### *Тема 7. Политический консалтинг и политические технологии.*

Место и роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и исследовании политической культуры общества. Политический консалтинг и диагностика политической ситуации и политических ожиданий общества. Мониторинг социально-политических процессов и политических предпочтений.

Политический консалтинг и управленческие решения в политической сфере. Политический консалтинг и культурная политика. Планирование и прогнозирование политических изменений.

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

Стратегия и тактика избирательной кампании. Место и роль социокультурных проектов в политических программах кандидатов различного уровня. Консалтинг, культурная политика и национальные проекты.

Планирование и проведение целевых политических PR-акций. Культурные факторы в политической сфере. Технологии успешных PR-кампаний с участием известных деятелей культуры.

#### *Тема 8. 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. PR-технологии вывода на "орбиту" звезд разной величины. Мега-звезды и технология их создания.

Современное мифотворчество в PR-консалтинге. Мифы и легенды мировых знаменитостей: кто из консультантов их придумал? "Черный PR" в карьере звезд и методы его нейтрализации. Техники завоевания и удержания успеха.

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.

Как сделать карьеру в PR-консалтинге? Личность PR-консультанта: личные качества, ключевые способности, знания, интеллект, эрудиция, креативность и др.

Актуальность профессии консультанта по связям с общественностью в современном мире.

#### *Тема 9. Имидж-консультирование: основные направления и техники*

Особенности имидж-консультирования. Основные направления имидж-консультирования: повышение конкурентоспособности фирмы с помощью корпоративного имиджа; создание и корректировка фирменного стиля; разработка индивидуального имиджа, обучение приемам индивидуального подбора средств самовыражения и навыкам самопрезентации; развитие умений проектирования и коррекции профессионального имиджа.

#### *Тема 10. Консультирование по вопросам формирования корпоративного имиджа*

Возможности, современные взгляды, базовые понятия и составляющие корпоративного имиджа. Техники, повышающие престиж фирмы. Методы

создания и корректировки фирменного стиля. Значимость и роль названия фирмы. Критерии успешности названия фирмы. Визуальная атрибутика фирменного стиля. Логика создания рекламного образа.

Критерии успешности рекламного сообщения. PR-мероприятия на рынке как часть фирменного стиля.

#### *Тема 11. Планирование и реализация индивидуальных имидж-проектов*

Персонал фирмы как компонент корпоративного имиджа. Отражение значимых профессиональных качеств во внешнем облике. Эскиз профессионального имиджа. Разработка индивидуального проекта: определение замысла, задач, процедуры работы. Планирование и выполнение индивидуальных проектов. Планирование, подготовка и проведение индивидуальных презентаций.

### **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### 1) Рекомендуемая литература

##### **Основная литература:**

##### **Основная литература:**

Токмакова Н. О. Менеджмент-консалтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Токмакова Н.О., Андриянова М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2009.— 271 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10780>.— ЭБС «IPRbooks»

##### **Дополнительная литература:**

Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 407 с. : табл. - Библиогр.: с. 375-379. - ISBN 978-5-394-01969-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453046](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453046)

#### 2) Программное обеспечение

##### а) Лицензионное программное обеспечение

KasperskyEndpointSecurity 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.

MicrosoftOffice профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

MicrosoftWindows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

б) Свободно распространяемое программное обеспечение

AdobeAcrobatReader DC – бесплатно

GIMP 2.6.12-2 – бесплатно

GlassFishServerOpenSourceEdition 4.1.1 – бесплатно

GoogleChrome – бесплатно

NetBeans IDE – бесплатно

SmartGit – бесплатно

WinDjView 2.0.2 - бесплатно

3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «ZNANIUM.COM» - [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
2. ЭБС «ЮРАИТ» - [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
4. ЭБС IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>
5. ЭБС «Лань» - <http://e.lanbook.com>
6. ЭБС BOOK.ru - <https://www.book.ru/>
7. ЭБС ТвГУ - <http://megapro.tversu.ru/megapro/Web>
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp?](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?)
9. Репозиторий ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru>
10. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
11. Журналы издательства Taylor&Francis - <http://tandfonline.com/>
12. Патентная база компании QUESTEL- ORBIT - <https://www.orbit.com/>

13. INSPEC EBSCO Publishing -  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/basic?sid=e7fb50ae1091-42b7-9d26-43e3a1eb4f4d%40sessionmgr102&vid=0&hid=107>
14. БД Scopus - <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>
15. БД Web of Science -  
[http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=)
16. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда -  
<http://lib.myilibrary.com/Browse.aspx>
17. Архивы журналов издательства Oxford University Press -  
<http://archive.neicon.ru/xmlui/>
18. Архивы журналов издательства Sage Publication - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
19. Архивы журналов издательства Annual Reviews - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
20. Polpred.com Обзор СМИ - <http://www.polpred.com/>
21. СПС Консультант Плюс - (в сети ТвГУ)
22. ИПС «Законодательство России» - <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>
23. Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС -  
<http://arbicon.ru/>
24. Сводные каталоги фондов российских библиотек КОРБИС -  
<http://corbis.tverlib.ru/catalog/>.

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникативных агентств России АКАР
2. <http://www.advertology.ru/> - портал об отрасли
3. <http://www.socreklama.ru/> - соцреклама
4. <http://www.sovetnik.ru/> - PR

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Вопросы для подготовки к зачету**

1. Консалтинг в рекламе и связях с общественностью: сущность, структура, функции. Предмет и основные понятия консалтинга.
2. Консалтинг в исторической ретроспективе. Основные этапы развития консалтинга в рекламе и связях с общественностью. Выделение консалтинга в связях с общественностью в самостоятельную сферу профессиональной деятельности.
3. Место и роль консалтинга в системе связей с общественностью и рекламе.
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 рекламе и связям с общественностью.
6. Тенденции развития консалтинга в рекламе и связях с общественностью в современной России.
7. Теоретические и прикладные исследования в консалтинге по рекламе и связям с общественностью и их значение.
8. Использование в консалтинге онлайн-баз данных и ресурсов Интернета.
9. Модели постановки и решения системных задач в консалтинге по связям с общественностью и рекламе.
10. Диагностика ситуации в консалтинге. Методы диагностики. Прикладной диагностический инструментарий. Основные диагностические процедуры.
11. Планирование и разработка программ в консалтинге. Подходы к планированию.
12. Рекламный и PR- консалтинг и управление коммуникациями. Качественные уровни рекламных и PR- коммуникаций.
13. Типичные стереотипы и способы их выявления.
14. Рекламный и PR-консалтинг и коммуникационные риски.



15. Измерения и оценки в консалтинге. Обратная связь в консалтинге.
16. Стратегии, технологии и техники профессионального консультирования в рекламе и связях с общественностью.
17. Позиционирование объекта в рекламном и PR-консалтинге.
18. Целевая аудитория в рекламном и PR-консалтинге.
19. Управление репутацией в консалтинге.
20. Стратегия и тактика в консалтинге, основные этапы консультирования клиента.
21. Реклама и связи с общественностью как маркетинговые коммуникации.
22. Коммуникационные аспекты консалтинга в связях с общественностью и рекламе.
23. Позитивный контекст и позиционирование. Выделение из множества.
24. Акцентирование внимания. Информационный повод.
25. "Раскрутка" темы.
26. Рекламный и PR-консалтинг в ситуации кризиса.
27. Консалтинг и "разноцветный" PR.
28. Компромат и информационные войны.
29. Эффект бумеранга. "Нейтральное" информирование.
30. Этические аспекты и социальная ответственность консультанта по рекламе и связям с общественностью.
31. Модели и виды консалтинга в рекламе и связях с общественностью.
32. Цели и основные задачи консалтинга в рекламе и связях с общественностью.
33. Формы и методы консалтинга. Способы взаимодействия с клиентом в консалтинге по рекламе и связям с общественностью.
34. Корпоративный консалтинг.
35. Международный консалтинг.
36. Благотворительный консалтинг. Рекреативный консалтинг.
37. Политический консалтинг и политические технологии.

38. Место и роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и исследовании политической структуры общества.
39. Политический консалтинг и управленческие решения в политической сфере. Планирование и прогнозирование политической деятельности.
40. Консалтинг и медиапланирование.
41. Рекламный и PR-консалтинг в сфере культуры и арт-коммуникаций: специфика, функции, цели.
42. Современное мифотворчество в PR- и рекламном консалтинге.
43. Современный рынок консалтинговых услуг в сфере культуры и шоу-бизнеса. Рейтинг самых известных PR-консультантов.
44. Личность PR-консультанта: личные качества, ключевые способности, знания, интеллект, эрудиция, креативность и др.
45. Карьера в консалтинге в рекламе и связях с общественностью.
46. Актуальность профессии консультанта по рекламе и связям с общественностью в современном мире.

### **.Принципы и критерии оценки на семинарах**

Преподаватель оценивает не только усвоение материала лекций, но и работу студентов на лекциях и семинарских занятиях. Учитывается:

- Активность студента – его участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем.
- Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии.
- Успешность действий студента при освоении им практики составления поисковых запросов для различных систем
- Усвоение материала предыдущей лекции или семинара оценивается от 1 до 3 баллов. Активное участие студента в аудиторной работе на каждом из занятий оценивается также 1-3 баллами. Таким образом, суммарная

максимально возможная оценка за аудиторную работу для каждого из занятий составляет 3 балл.

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов:

- Активность в выполнении домашнего задания (использование возможности двух консультаций с преподавателем, предоставление промежуточных результатов работы на ознакомление). Общее количество выполненных домашних заданий.
- Правильность выполнения домашнего творческого задания.

Тема задания и его конкретные характеристики задаются преподавателем.

Творческое задание обязательно связано с практикой поиска информации о истории и современном состоянии рекламной и её анализа.

Для выполнения заданий студенту оказываются индивидуальные консультации.

Все задания выполняются студентами последовательно (по мере прохождения обучения) и также последовательно проверяются и разбираются преподавателем на семинарах или в индивидуальном порядке.

В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать:

- усвоение предложенных на лекциях и семинарах знаний;
- умение использовать новые знания на практике.

Оценки для каждой из работ домашнего задания выставляются по следующей схеме:

- Выполнение творческих заданий – от 0 до 8 баллов (политомическая оценка) в зависимости от качества выполнения.
- Контрольная исследовательская работа – от 0 до 5 баллов.

Итоговая суммарная оценка работы осуществляется три раза. Первый раз – перед последним плановым семинаром 1-го модуля (для информирования учащихся об их промежуточных успехах). Второй и третий раз – в период последних двух недель модулей.

Студенты получают домашние задания на общую почту учебной группы, оговариваются сроки выполнения работы.

Выполненное задание отсылается каждым студентом индивидуально (с личного электронного адреса) на адрес преподавателя или сдаётся в напечатанном виде.

Критерии оценки исследовательской работы:

- репрезентативность эмпирического материала (студенту необходимо осуществить как можно более полный охват материала изучаемой сферы);
- полнота анализа;
- наличие выводов о наблюдаемых тенденциях, субъективной оценки изученных материалов.

Высокая оценка исследовательской работы ставится в случае полного соответствия критериям (допускаются незначительные погрешности). Низкая оценка ставится в случае частичного соответствия работы критериям. Исследовательская работа не считается зачтенной в случае несоответствия критериям.

### **Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям**

**Семинарское занятие** по дисциплине – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов учебной дисциплины. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

**При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:**

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и позволяет продемонстрировать глубину знаний;
- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;
- при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**При работе с литературой рекомендуется:**

- в первую очередь вычленять информацию, относящуюся к конкретным изучаемым темам (по отдельным проблемам или вопросам);
- использовать предметные и именные указатели, содержащиеся во многих учебных и академических изданиях – это существенно сокращает время поисков конкретной информации;

При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;
- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к экзамену.

### **Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов**

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

### **Методические указания при подготовке доклада с презентацией**

Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно готовит сообщение на заданную тему и далее на занятии выступает с этим сообщением. Целью докладов является более глубокое изучение дисциплины. Доклад должен быть построен таким образом, чтобы наиболее ярко охарактеризовать выбранную тему и сформировать интерес к её дальнейшему изучению. Обязательным требование является толерантное и корректное

изложение материала Доклад является элементом промежуточной аттестации и оценивается.

При подготовке к докладам необходимо:

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения, изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;
- вопросы к аудитории, позволяющие оценить степень усвоения материала;
- выделение основных мыслей, так чтобы остальные студенты могли конспектировать сообщение в процессе изложения.

Презентация должна быть лаконичной и соответствовать теме доклада. В приоритете должны быть визуальные средства (фото, графики, схемы, диаграммы).

### **Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям**

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки.

Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой.

Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.



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

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. **Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы»)** являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); изучение законодательных норм, выполнение заданий для самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме.

**Аудиторная самостоятельная работа** включает в себя: выполнение заданий для самостоятельной работы для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

**Использование консультаций при самостоятельной работе.** Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала, возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удаётся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Введение в профессию», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Сформированность компетенций проверяется посредством следующих

видов контроля: текущий контроль – опросы, представление докладов, работа на семинарах, оценка выполнения заданий для самостоятельной работы; рейтинговый контроль – создание эссе, выполнение проектной /аттестационной работы; формы промежуточного контроля – экзамен.

**Текущий контроль знаний** используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы в начале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для итоговой аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала. Итоговой формой контроля сформированности компетенций у студентов по дисциплине является экзамен.

### **Требования к рейтинг-контролю:**

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» имеет одну точку промежуточного контроля – экзамен. Максимальное количество баллов, которое может получить студент за весь период изучения дисциплины - 60 баллов.

Если студент за весь период изучения дисциплины набирает 40-54 баллов, то получает оценку «удовлетворительно»;

Если студент набирает 55-60 баллов, при подведении итогов семестра в графе экзаменационной ведомости «Премияльные баллы» может быть добавлено 15 баллов и выставлена экзаменационная оценка «хорошо».

Студент, набравший до 39 баллов включительно, сдает экзамен.

Ответ студента на экзамене оценивается суммой до 40 рейтинговых баллов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных за семестр и суммы баллов, полученных на экзамене. Студенту, который сдает экзамен, премияльные баллы не начисляются.

В университете действует следующая шкала перерасчета рейтинговых баллов для дисциплин, оканчивающихся экзаменом:

От 40 до 69 – «удовлетворительно»;

От 70 до 84 – «хорошо»;

От 85 до 100 – «отлично».

Бальная структура оценки:

Работа на семинарах – от 1 до 3 баллов за ответ (от 18 до 54 баллов)

Творческое задание – до 8 баллов

Проектная деятельность – до 10 баллов.

Самостоятельная внеаудиторная работа — по шкале оценки от 1 до 3 баллов\*  
2 работы (от 2 до 6 баллов)

Аттестационная итоговая работа – до 5 баллов

Всего – от 40 до 100 баллов (итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных студентом в течение семестра за все виды и формы отчётных работ).

## **VII. Материально-техническое обеспечение**

Имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для проведения занятий лекционного типа, обеспечивающих тематические иллюстрации.

<b>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная аудитория № 38 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)	Столы, стулья, переносной ноутбук, переносной мультимедийный проектор, доска аудиторная	AdobeAcrobatReader DC – бесплатно GIMP 2.6.12-2 – бесплатно GlassFishServerOpenSourceEdition 4.1.1 – бесплатно GoogleChrome – бесплатно KasperskyEndpointSecurity 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. MicrosoftOffice профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 MicrosoftWindows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21

		июля 2017 NetBeans IDE – бесплатно SmartGit – бесплатно WinDjView 2.0.2 - бесплатно
--	--	--

### **VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

<b>№п.п.</b>	<b>Обновленный раздел рабочей программы дисциплины</b>	<b>Описание внесенных изменений</b>	<b>Реквизиты документа, утвердившего изменения</b>
1.			
2.			