Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.11.2023 18:21:14
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

/МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ/

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета Экономики и управления

_____ /А.В. Назаренко/

«30» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Коммуникационный консалтинг»

Направление подготовки
42.03.01«Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»**

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2022 г.

Разработчик(и):

Профессор кафедры «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»
д.филос.н., профессор  /В.А. Чвякин/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,
к.э.н., доцент  /Ю.О. Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине ... 3
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ... 4
3. Структура и содержание дисциплины ... 4
   - 3.1. Виды учебной работы и трудоемкость ... 4
   - 3.2. Тематический план изучения дисциплины ... 6
   - 3.3. Содержание дисциплины ... 8
   - 3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ... 10
   - 3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) ... 12
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ... 12
   - 4.1. Нормативные документы и ГОСТы ... 12
   - 4.2. Основная литература ... 12
   - 4.3. Дополнительная литература ... 13
   - 4.4. Электронные образовательные ресурсы ... 13
   - 4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение ... 13
   - 4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ... 14
5. Материально-техническое обеспечение ... 14
6. Методические рекомендации ... 14
   - 6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ... 14
   - 6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ... 15
7. Фонд оценочных средств ... 16
   - 7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения ... 16
   - 7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения ... 16
   - 7.3. Оценочные средства ... 19

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями освоения дисциплин «Коммуникационный консалтинг» являются:

усвоение теоретических, методологических, методических и прикладных аспектов коммуникационного консалтинга в их единстве,

усвоение междисциплинарного характера этой дисциплины, современную проблематику и технологию решения задач в сфере коммуникационной деятельности,

овладение способами организации и проведения консалтинговых исследований и разработок;

формирование способности находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий,

обеспечение нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления.

К числу основных задач изучения дисциплины относятся:

-изучение истории становления и развития коммуникационного консалтинга в Западной Европе, США и России;

-осмысление значения и роли коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг, определение его места и функций в структуре современного научного знания и практической деятельности;

-сравнительный анализ моделей коммуникационного консалтинга;

понимание этапов и характеристик консалтингового исследования, его организации и проведения;

-изучение методов и способов взаимоотношений с клиентскими организациями;

анализ конкретных коммуникационных ситуаций и методы их решения;

-технология и процедуры решения коммуникационных задач в современных организациях.

Обучение по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации ИУК-2.3. Выбирает оптимальные способы планирования, распределения зон ответственности, решения задач, анализа результатов с учетом действующих правовых норм, имеющихся условий, ресурсов и ограничений, возможностей использования

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.2. Формулирует требования к коммуникационным кампаниям, проектам и мероприятиям

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникационный консалтинг» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах и прохождении практик:

–Психология
–Психология массовых коммуникаций
–Социология в рекламе и связях с общественностью
–Основы медиалогии
–Управление рекламными процессами
–Основы теории коммуникации
–Теория и практика массовой информации
–Основы рекламы
–Основы связей с общественностью
–Основы интегрированных коммуникаций
–Контент в цифровых медиа
–Основы визуальных коммуникаций
–Профессионально-ознакомительная практика

Формируемые данной учебной дисциплиной знания, умения и навыки, являются условием эффективного освоения следующих дисциплин учебного плана:

Основы копирайтинга
Управление репутацией бренда
Управление контентом в социальных сетях
Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет
Профессионально-творческая практика
Научно-исследовательская работа

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

	Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
			7	8
1	**Аудиторные занятия (всего)**	**72**	**36**	**36**
	В том числе:	-		-
1.1	Лекции	36	18	18
1.2	Семинарские/практические занятия	36	18	18
1.3	Лабораторные занятия	-		-
2	**Самостоятельная работа (всего)**	**108**	**36**	**72**

	В том числе:	-		-
2.1	Курсовой проект (работа)	-		-
	Расчетно-графические работы	-		-
	Реферат	20	10	10
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	68	16	52
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию	20	10	10
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		зачет	экзамен
	Итого	**180**	**72**	**108**

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**Семестры**	
			7	**8**
1	**Аудиторные занятия**	72	36	36
	В том числе:			
1.1	Лекции	24	12	12
1.2	Семинарские/практические занятия	48	24	24
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**108**	36	72
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	20	10	10
2.3	Подготовка рефератов	68	16	52
2.4	Подготовка к тестированию	20	10	10
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		зачет	экзамен
	Итого	**180**	72	108

3.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**Семестры**	
			8	**8**
1	**Аудиторные занятия**	**34**	**16**	**18**
	В том числе:			
1.1	Лекции	10	4	6
1.2	Семинарские/практические занятия	24	12	12
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**146**	**56**	**90**
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	20	10	10
2.3	Подготовка рефератов	68	36	70
2.4	Подготовка к тестированию	20	10	10

3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		зачет	экзамен
	Итого	**180**	**72**	**108**

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.	Теоретические и концептуальные основы консультирования в сфере коммуникаций.	20	4	4			12
2.	Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности	20	4	4			12
3.	Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга	20	4	4			12
4.	Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	20	4	4			12
5.	Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций	20	4	4			12
6.	Консультирование в области государственной коммуникации	20	4	4			12
7.	Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации	20	4	4			12
8.	Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента	20	4	4			12
9.	Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии	20	4	4			12
	Итого	**180**	**36**	**36**			**108**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.	Теоретические и концептуальные основы консультирования в сфере коммуникаций.	18	2	4			12
2.	Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности	18	2	4			12
3.	Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга	18	2	4			12
4.	Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	20	2	6			12
5.	Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций	20	2	6			12
6.	Консультирование в области государственной коммуникации	20	2	6			12
7.	Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации	22	4	6			12
8.	Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента	22	4	6			12
9.	Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии	22	4	6			12
Итого		**180**	**24**	**48**			**108**

3.2.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.	Теоретические и концептуальные основы консультирования в сфере коммуникаций.	20	1	2			18
2.	Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности	20	1	2			16
3.	Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга	20	1	2			16
4.	Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	20	1	2			16
5.	Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций	20	1	2			16
6.	Консультирование в области государственной коммуникации	20	1	2			16
7.	Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации	20	1	4			16
8.	Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента	20	1	4			16
9.	Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии	20	2	4			16
	Итого	**180**	**10**	**24**			**146**

3.3 Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические и концептуальные основы консультирования в сфере коммуникаций.

Управленческое консультирование как метасистема организации коммуникации. Смысл и сущность управленческого консультирования. История управленческого консультирования. Предпосылки феномена консультирования. Становление рынка

консультирования в России. Принципы консультационной деятельности в сфере коммуникаций.

Раздел 2. Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности.

Консалтинг (консультирование) как источник знаний руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности. Каналы организационных коммуникаций. Сущность консультативной деятельности специалиста по связям с общественностью.

Раздел 3. Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга.

Исследования информационного поля. Разработка системы сообщений и позиционирования. Разработка коммуникационных стратегий. Создание брендов. Нейминг/разработка названий. Разработка программ корпоративной социальной ответственности (КСО) с учетом миссий и стратегий компаний; целей устойчивого развития и комплексного развития территорий присутствия. Поиск оптимальных маркетинговых решений, интернет коммуникации, связей с общественностью, комплектование event-команды.

Раздел 4. Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций.

Работа со СМИ. Медиарилейшенз. Рекомендации по созданию информационных поводов и планированию коммуникационной активности. Работа пресс-службы. Создание и распространение PR-материалов в виде печатного, фото и видео контента. Организация пресс-конференций, пресстуров, брифингов. Медиапланирование. Оценка эффективности реализации PR-кампании. Работа корпоративных СМИ.

Раздел 5. Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций.

Основные элементы процесса коммуникации. Функции коммуникации: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная. Типы коммуникации: массовая, внутриорганизационная, внешняя, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная. Способы установления и поддержания контакта в системе государственной власти: непосредственные (прямые), опосредованные (дистанционные). Формы коммуникации (диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам).

Понятие информации. Информация и ее производство, мультипликация, распространение, восприятие, оценка, использование. Характеристики государственной информации: достоверность, полнота, точность, секретность, степень доверия.

Раздел 6. Консультирование в области государственной коммуникации. Коммуникации внутри государства и за его пределами. Субъекты международных коммуникаций. Три способа политической коммуникации: через неформальные контакты, общественно-политические организации, через СМИ. Типы сообщений: побудительные (приказ, указ, распоряжение), информационные (передача сведений), фактические (установление контакта). Информационный обмен между государственными и общественными структурами. Каналы коммуникации государства и народа. Коммуникативные способы влияния общества на государственные структуры и на принятие решений. Многообразие идеологий, ценностей, символов, норм в содержании государственной коммуникации. Внутренние коммуникации в государственной власти. Средства, каналы и цели внутренней коммуникации в органах власти.

Информационная политика государства. Понятие эффективности государственной коммуникации. Обратная связь. Барьеры государственной коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на

эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности государственной коммуникации.

Раздел 7. Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации.

Современные теории массовых коммуникаций. Теория двуступенчатой коммуникации Лазарсфельда, теория социального научения Альберта Бандуры, теория культивирования Георга Гербнера, теория социализации Мейеровица-Поустмена, теория использования и удовлетворения Блумера-Кац. Влияние СМИ на политику государства. Лидеры мнений. СМИ как четвертая власть.

Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию СМИ на общественность. Основные виды и функции СМИ. Деловая и политическая пресса. Желтая пресса. Использование жанров публицистики в организации коммуникативного процесса. Государственные и коммерческие СМИ. Мониторинг средств массовой коммуникации и информации. Работа пресс-службы со СМИ. Организация взаимодействия со СМИ.

Нормативно-правовая регуляция деятельности СМИ. Закон о СМИ. Закон о государственной тайне. ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ».

Раздел 8. Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента.

Основные подходы к определению понятия «Коммуникационный консалтинг». Объем понятия «Коммуникационный консалтинг». Коммуникационный консалтинг и коммуникационный менеджмент: общее и особенное. Виды и типы коммуникационного консалтинга. Предметная классификация. Классификатор коммуникационных индустрий. Классификация по критерию вовлеченности клиента. Классификация по способам организации работы консультанта. Другие классификации.

Раздел 9. Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии.

Факторы, влияющие на выбор модели стратегии коммуникационного менеджмента. Интегрированный подход к реализации моделей стратегии коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.

...

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

коммуникаций.

Управленческое консультирование как метасистема организации коммуникации. Смысл и сущность управленческого консультирования. История управленческого консультирования. Предпосылки феномена консультирования. Становление рынка консультирования в России. Принципы консультационной деятельности в сфере коммуникаций.

Тема 2. Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности.

Консалтинг (консультирование) как источник знаний руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности. Каналы организационных

коммуникаций. Сущность консультативной деятельности специалиста по связям с общественностью.

Тема 3. Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга.

Исследования информационного поля. Разработка системы сообщений и позиционирования. Разработка коммуникационных стратегий. Создание брендов. Нейминг/разработка названий. Разработка программ корпоративной социальной ответственности (КСО) с учетом миссий и стратегий компаний; целей устойчивого развития и комплексного развития территорий присутствия. Поиск оптимальных маркетинговых решений, интернет коммуникации, связей с общественностью, комплектование event-команды.

Тема 4. Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций.

Работа со СМИ. Медиарилейшенз. Рекомендации по созданию информационных поводов и планированию коммуникационной активности. Работа пресс-службы. Создание и распространение PR-материалов в виде печатного, фото и видео контента. Организация пресс-конференций, пресстуров, брифингов. Медиапланирование. Оценка эффективности реализации PR-кампании. Работа корпоративных СМИ.

Тема 5. Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций.

Основные элементы процесса коммуникации. Функции коммуникации: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная. Типы коммуникации: массовая, внутриорганизационная, внешняя, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная. Способы установления и поддержания контакта в системе государственной власти: непосредственные (прямые), опосредованные (дистанционные). Формы коммуникации (диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам).

Понятие информации. Информация и ее производство, мультипликация, распространение, восприятие, оценка, использование. Характеристики государственной информации: достоверность, полнота, точность, секретность, степень доверия.

Тема 6. Консультирование в области государственной коммуникации. Коммуникации внутри государства и за его пределами. Субъекты международных коммуникаций. Три способа политической коммуникации: через неформальные контакты, общественно-политические организации, через СМИ. Типы сообщений: побудительные (приказ, указ, распоряжение), информационные (передача сведений), фактические (установление контакта). Информационный обмен между государственными и общественными структурами. Каналы коммуникации государства и народа. Коммуникативные способы влияния общества на государственные структуры и на принятие решений. Многообразие идеологий, ценностей, символов, норм в содержании государственной коммуникации. Внутренние коммуникации в государственной власти. Средства, каналы и цели внутренней коммуникации в органах власти.

Информационная политика государства. Понятие эффективности государственной коммуникации. Обратная связь. Барьеры государственной коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности государственной коммуникации.

Тема 7. Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации.

Современные теории массовых коммуникаций. Теория двуступенчатой коммуникации Лазарсфельда, теория социального научения Альберта Бандуры, теория культивирования Георга Гербнера, теория социализации Мейеровица-Поустмена, теория использования и

удовлетворения Блумера-Кац. Влияние СМИ на политику государства. Лидеры мнений. СМИ как четвертая власть.

Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию СМИ на общественность. Основные виды и функции СМИ. Деловая и политическая пресса. Желтая пресса. Использование жанров публицистики в организации коммуникативного процесса. Государственные и коммерческие СМИ. Мониторинг средств массовой коммуникации и информации. Работа пресс-службы со СМИ. Организация взаимодействия со СМИ.

Нормативно-правовая регуляция деятельности СМИ. Закон о СМИ. Закон о государственной тайне. ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ».

Тема 8. Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента.

Основные подходы к определению понятия «Коммуникационный консалтинг». Объем понятия «Коммуникационный консалтинг». Коммуникационный консалтинг и коммуникационный менеджмент: общее и особенное. Виды и типы коммуникационного консалтинга. Предметная классификация. Классификатор коммуникационных индустрий. Классификация по критерию вовлеченности клиента. Классификация по способам организации работы консультанта. Другие классификации.

Тема 9. Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии.

Факторы, влияющие на выбор модели стратегии коммуникационного менеджмента. Интегрированный подход к реализации моделей стратегии коммуникационного менеджмента. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1.
2.
…

4.2 Основная литература

1. Макарова, М.В. Управленческий консалтинг в сфере образования: учебное пособие для вузов/М.В. Макарова. – М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 79 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14654-7.

https://urait.ru/viewer/upravlencheskiy-konsalting-v-sfere-obrazovaniya-520129

2. Карпова, С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для вузов/ С.В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2023. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16873-0.

https://urait.ru/viewer/reklamnoe-delo-531939#page/1

3. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов/В.А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. — М.: Изд-во Юрайт, 2023. — 163 с. ISBN 978-5-534-07448-2.

https://urait.ru/viewer/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-516613#page/1

4. Суворова, Г.М. Адаптивные информационные и коммуникационные технологии в управлении средой обитания: учебное пособие для среднего профессионального образования/ Г.М. Суворова.— 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2023. — 210 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15192-3.

https://urait.ru/viewer/adaptivnye-informacionnye-i-kommunikacionnye-tehnologii-v-upravlenii-sredoy-obitaniya-520366#page/1

4.3 Дополнительная литература

5. Семенова, Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для вузов/ Л.М. Семенова. — М: Изд-во Юрайт, 2023. — 141 с.

https://urait.ru/viewer/imidzhmeyking-517753#page/1

6. Кузнецов, Ю.В. Теория организации: учебник и практикум для вузов/ Ю.В. Кузнецов, Е.В. Мелякова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2023. — 351 с.

https://urait.ru/viewer/teoriya-organizacii-510680#page/1

7. Дзялошинский, И.М. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник для бакалавров/И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. — М.: Изд-во Юрайт, 2022. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3.

https://urait.ru/viewer/delovye-kommunikacii-teoriya-i-praktika-497799#page/1

8. Таратухина, Ю.В. Деловые и межкультурные коммуникации: учебник и практикум для вузов/ Ю.В. Таратухина, З.К. Авдеева. — М.: Изд-во Юрайт, 2023. — 324 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02346-6.

https://urait.ru/viewer/delovye-i-mezhkulturnye-kommunikacii-511159#page/1

9. Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении: учебное пособие для вузов/ А.С. Никитина, Н.Г. Чевтаева, С.А. Ваторопин, А.С. Ваторопин. — М.: Изд-во Юрайт, 2023. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13964-8.

https://urait.ru/viewer/delovye-kommunikacii-v-gosudarstvennom-i-municipalnom-upravlenii-519784#page/1

10. Чвякин В.А., Фролова Н.Н., Фомичева Л.М. Учебное пособие. Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2020. – 113 с.: рис., табл. ISBN 978-5-907230-83-5

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Курс «Коммуникационный консалтинг»
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=11314

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007
3. KaspserskyAnti-Virus

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Исследовательские и мониторинговые агентства:

1. http://www.monitoring.ru сайт известного в России мониторингового агентства.2. http://www.spylog.ru эффективная и функциональная бесплатная система сбора статистических данных для владельцев сайтов по более чем 600 параметрам.

3. http.y/www.comcon-2.com– сайт исследовательского агентства «Комкон-2».

4. http://www.gallup.ru официальный сайт исследовательской компании GallupMedia в России.

5. Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» (http://e.lanbook.com/)

6. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» (www.biblio-online.ru)

7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (http://elibrary.ru)

8. Электронная библиотечная система ИД «ТРОИЦКИЙ МОСТ» (http://www.trmost.ru/lib-main.shtml?pwd)

9. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» издательства «КноРус медиа» (https://www.book.ru/)

10. Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» http://www.consultant.ru, «Гарант» http://www.garant.ru

11. Официальный интернет-портал правовой информации http://pravo.gov.ru.

12. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru

13. БС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php

14. Электронная библиотека http://books.atheism.ru/philosophy/

15. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал http://window.edu.ru

16. Российская государственная библиотека http://www.rsl.ru

5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.

2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.

3. Актовый зал. Аудитория для лиц с ОВЗ.

4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Учебная дисциплина «Коммуникационный консалтинг» относится к обязательной части цикла Б1. В. 06. 02 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Коммуникационный консалтинг».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и рабочего учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Коммуникационный консалтинг» рассматривается в п.4.2 и 4.3 рабочей программы.

Структура и последовательность проведения лекционных занятий по дисциплине в полекционном разрезе излагаемого теоретического материала представлена в п.4.2 настоящей рабочей программы.

Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в п.4.3 рабочей программы. Проведение практических занятий ориентировано на использование заданий для практических занятий по дисциплине «Коммуникационный консалтинг».

Примерные варианты заданий для промежуточного/ итогового контроля и перечень вопросов к зачету по дисциплине представлены в составе ФОС по дисциплине.

Базовая тематика рефератов по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» в 7 и 8 семестрах обучения представлена в составе ФОС по дисциплине. Утверждение темы реферата производится преподавателем, проводящим практические занятия по дисциплине. Допустимо утверждение тем рефератов, предложенных студентом самостоятельно, при условии их соответствия целям и задачам дисциплины «Коммуникационный консалтинг», актуальности и возможности адекватного раскрытия с учетом уровня текущей компетентности студента в рамках ОП.

Содержание рефератов по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» в 7 и 8 семестрах обучения и порядок выбора индивидуального варианта представлены в ФОС рабочей программы. Преподавателю следует ориентировать студентов на использование собственной информации для выполнения реферата. При отсутствии у студента такой возможности допустимо использование материалов из кафедрального фонда с обязательной фиксацией преподавателем названия организации и отчетного периода в момент передачи отчетности студенту.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Коммуникационный консалтинг», приведен в рабочей программе. Преподавателю следует ориентировать студентов на использование при подготовке к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине, написании реферата, доклада на студенческую конференцию оригинальной версии нормативных документов, действующих в настоящее время. Предпочтение работы с текстом нормативного документа чтению адаптированного изложения данного документа в специализированной литературе формирует у студента навыки самостоятельной критической интерпретации положений нормативных документов и правового анализа.

Фонды оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося приведен во второй части рабочей программы дисциплины «Коммуникационный консалтинг» (п. 8).

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ коммуникационного консалтинга. Посещение лекционных занятий является обязательным. Пропуск лекционных занятий без уважительных причин и согласования с руководством факультета экономики и управления в объеме более 40% от общего количества предусмотренных учебным планом на семестр лекций влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» по итогам семестра.

Допускается конспектирование лекционного материала письменным и компьютерным способом.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к промежуточным и итоговым формам аттестации по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине.

Проведение практических занятий по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» осуществляется в следующих формах:

– опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;

– анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Коммуникационный консалтинг». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» проходит в форме зачета (7-й семестр) и экзамена (8-й семестр). Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» и критерии оценки ответа обучающегося на зачете для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

По изучаемым темам проводится:
Промежуточный контроль: опрос на практических занятиях; реферат, тестирование

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

«Зачтено» выставляется при условии, если студент:

показывает хорошие знания изученного учебного материала

самостоятельно, логично, последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса;

полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса;

показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» выставляется:

при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала;

в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы;

при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Критерии оценки ответа на экзамене

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (хорошо): обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент

Критерии оценки реферата

«5» (отлично): тема реферата актуальна и раскрыта полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый без использования опорного конспекта.

«4» (хорошо): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«3» (удовлетворительно): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения реферата не в полной мере соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в целом реферат выполнен самостоятельно, однако очевидно наличие заимствований без ссылок на источники; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

«2» (неудовлетворительно): тема реферата актуальна, но не раскрыта; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения реферата не соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в реферате очевидно наличие значительных объемов заимствований без ссылок на источники; доклад не подготовлен.

Критерии оценки тестирования

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставляемой балльной оценке:

«отлично» свыше 85% правильных ответов;

«хорошо» от 70,1% до 85% правильных ответов;

«удовлетворительно» от 55,1% до 70% правильных ответов;

от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

Тесты по темам дисциплины размещаются в системе lms, обработка данных по ответам в которой происходит автоматически.

Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

1. Уровень сформированности компетенции	2. Оценка	3. Пояснение
Высокий	«5» (отлично)	1. теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; 2. все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; 3. компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	4. теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; 5. все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; 6. компетенции в целом сформированы
Удовлетвори-тельный	«3» (удовлетворительно)	7. теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; 8. большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; 9. компетенции сформированы частично
Неудовлетвори-тельный	«2» (неудовлетворительно)	10. теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; 11. большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; 12. дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; 13. компетенции не сформированы

Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Текущий контроль (работа на практических занятиях)

Вопросы к темам

Тема 1.

1. Теоретические и концептуальные основы консультирования в сфере коммуникаций.
2. Управленческое консультирование как метасистема организации коммуникации.
3. Смысл и сущность управленческого консультирования. Предпосылки феномена консультирования. Становление рынка консультирования в России.
4. Принципы консультационной деятельности в сфере коммуникаций.

Тема 2.

1. Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности.

2. Консалтинг (консультирование) как источник знаний руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности.

3. Каналы организационных коммуникаций.

4. Сущность консультативной деятельности специалиста по связям с общественностью.

Тема 3.

1. Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга.

2. Исследования информационного поля.

3. Разработка системы сообщений и позиционирования.

4. Разработка коммуникационных стратегий.

5. Разработка программ корпоративной социальной ответственности (КСО) с учетом миссий и стратегий компаний; целей устойчивого развития и комплексного развития территорий присутствия.

6. Поиск оптимальных маркетинговых решений, интернет коммуникации, связей с общественностью, комплектование event-команды.

Тема 4.

1. Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций.

2. Работа со СМИ.

3. Рекомендации по созданию информационных поводов и планированию коммуникационной активности.

4. Работа пресс-службы. Создание и распространение PR-материалов в виде печатного, фото и видео контента.

5. Организация пресс-конференций, пресстуров, брифингов.

6. Оценка эффективности реализации PR-кампании.

7. Работа корпоративных СМИ.

Тема 5.

1. Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций.

2. Основные элементы процесса коммуникации.

3. Функции коммуникации: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная.

4. Типы коммуникации: массовая, внутриорганизационная, внешняя, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная.

5. Способы установления и поддержания контакта в системе государственной власти: непосредственные (прямые), опосредованные (дистанционные).

6. Формы коммуникации (диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам).

Тема 6.

1. Консультирование в области государственной коммуникации.

2. Коммуникации внутри государства и за его пределами.

3. Субъекты международных коммуникаций.

4. Три способа политической коммуникации: через неформальные контакты, общественно-политические организации, через СМИ.

5. Типы сообщений: побудительные (приказ, указ, распоряжение), информационные (передача сведений), фактические (установление контакта).

6. Информационный обмен между государственными и общественными структурами. Каналы коммуникации государства и народа.

7. Коммуникативные способы влияния общества на государственные структуры и на принятие решений.

8. Информационная политика государства.

Тема 7.

1. Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации.

2. Современные теории массовых коммуникаций. Влияние СМИ на политику государства.

3. Лидеры мнений. СМИ как четвертая власть.

4. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию СМИ на общественность.

5. Основные виды и функции СМИ.

6. Государственные и коммерческие СМИ. М

7. Мониторинг средств массовой коммуникации и информации. Работа пресс-службы со СМИ.

8. Нормативно-правовая регуляция деятельности СМИ.

Тема 8.

1. Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента.

2. Основные подходы к определению понятия «Коммуникационный консалтинг».

3. Коммуникационный консалтинг и коммуникационный менеджмент: общее и особенное.

4. Виды и типы коммуникационного консалтинга. Предметная классификация.

5. Классификатор коммуникационных индустрий.

6. Классификация по критерию вовлеченности клиента.

7. Классификация по способам организации работы консультанта. Другие классификации.

Тема 9.

1. Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии.

2. Факторы, влияющие на выбор модели стратегии коммуникационного менеджмента.

3. Интегрированный подход к реализации моделей стратегии коммуникационного менеджмента.

4. Коммуникационный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.

Текущий контроль (подготовка реферата)

Примерные темы рефератов

1. Теоретические и концептуальные основы консультирования в сфере коммуникаций.

2. Смысл и сущность управленческого консультирования.

3. Предпосылки феномена консультирования. Становление рынка консультирования в России.

4. Принципы консультационной деятельности в сфере коммуникаций.

5. Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности.

6. Консалтинг (консультирование) как источник знаний руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности.

7. Сущность консультативной деятельности специалиста по связям с общественностью.

8. Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга.

9. Исследования информационного поля.

10. Разработка системы сообщений и позиционирования.

11. Разработка коммуникационных стратегий.

12. Разработка программ корпоративной социальной ответственности (КСО) с учетом миссий и стратегий компаний; целей устойчивого развития и комплексного развития территорий присутствия.

13. Поиск оптимальных маркетинговых решений, интернет коммуникации, связей с общественностью, комплектование event-команды.

14. Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций.

15. Работа со СМИ. Медиарилейшенз.

16. Рекомендации по созданию информационных поводов и планированию коммуникационной активности.

17. Работа пресс-службы.

18. Создание и распространение PR-материалов в виде печатного, фото и видео контента.

19. Организация пресс-конференций, пресстуров, брифингов.

20. Оценка эффективности реализации PR-кампании.

21. Работа корпоративных СМИ.

22. Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций.

23. Основные элементы процесса коммуникации.

24. Функции коммуникации: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная.

25. Типы коммуникации: массовая, внутриорганизационная, внешняя, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная.

26. Способы установления и поддержания контакта в системе государственной власти: непосредственные (прямые), опосредованные (дистанционные).

27. Формы коммуникации (диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам).

28. Характеристики государственной информации: достоверность, полнота, точность, секретность, степень доверия.

29. Консультирование в области государственной коммуникации.

30. Коммуникации внутри государства и за его пределами.

31. Субъекты международных коммуникаций.

32. Три способа политической коммуникации: через неформальные контакты, общественно-политические организации, через СМИ.

33. Типы сообщений: побудительные (приказ, указ, распоряжение), информационные (передача сведений), фактические (установление контакта).

34. Информационный обмен между государственными и общественными структурами.

35. Каналы коммуникации государства и народа.

36. Коммуникативные способы влияния общества на государственные структуры и на принятие решений.

37. Многообразие идеологий, ценностей, символов, норм в содержании государственной коммуникации.

38. Внутренние коммуникации в государственной власти. Средства, каналы и цели внутренней коммуникации в органах власти.

39. Информационная политика государства.

40. Обратная связь. Барьеры государственной коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

41. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности государственной коммуникации.

42. Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации.

43. Современные теории массовых коммуникаций.

44. Влияние СМИ на политику государства.

45. СМИ как четвертая власть.

46. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию СМИ на общественность.

47. Основные виды и функции СМИ.

48. Использование жанров публицистики в организации коммуникативного процесса.

49. Государственные и коммерческие СМИ.

50. Работа пресс-службы со СМИ. Организация взаимодействия со СМИ.

51. Нормативно-правовая регуляция деятельности СМИ.

52. Закон о СМИ.

53. ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ».

54. Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента.

55. Коммуникационный консалтинг и коммуникационный менеджмент: общее и особенное. Виды и типы коммуникационного консалтинга.

56. Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии.

57. Факторы, влияющие на выбор модели стратегии коммуникационного менеджмента.

58. Интегрированный подход к реализации моделей стратегии коммуникационного менеджмента.

Примерные темы рефератов (8-й семестр)

1. Консультирование участников корпоративных коммуникаций.

2. Основные уровни стратегического планирования.

3. Анализ эффективности корпоративных коммуникаций.

4. Эффективность корпоративных коммуникаций, (факторы эффективности коммуникаций, способы подсчета эффективности коммуникаций.

5. Методы графического представления результатов анализа коммуникационной активности.

6. Коммуникационное консультирование на этапе планирования информационной кампании.

7. Причины разработки, организации и проведения кампаний по связям с общественностью: потребности компании в (создании имиджа; проникновении на новые рынки; создании брэнда; преодолении кризиса; конкурентной борьбы; в осуществлении приватизации; проблема изменения торгового имени.

8. Основные характеристики информационных кампаний.

9. Проблемная ориентированность; целенаправленность; системность информационной кампании.

10. Информационная кампания должна представлять собой согласованную систему PR-операций и обеспечивающих их мероприятий; планомерность; дискретность, ограниченные временные рамки.

11. Информационная кампания как социально-коммуникативная технология решения конкретной проблемы организации.

12. Критерии оптимальности информационной кампании: дискретность, конечность и технологичность (структура, номенклатура и последовательность процедур и операций); оптимизация и обратная связь.

13. Коммуникационное консультирование о коммуникационных стратегиях социальных институтов.

14. Смысловые образы понятия «стратегия». Типы коммуникационных целей.

15. Воздействие как стратегическая цель. Факторы эффективности воздействия.

16. Технологии коммуникационного воздействия (информационные технологии, логико-диалогические технологии, манипулятивные технологии, суггестивные технологии).

17. Новые коммуникационные практики – новые модели коммуникации.

18. Консультирование о коммуникации в сфере социальной ответственности бизнеса.

19. Коммуникационный потенциал связей с общественностью корпорации.

20. Международные стандарты КСО.

21. Роль корпоративных коммуникаций в защиты репутации в периоды глобальной рецессии.

22. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций.

23. Социальный маркетинг.

24. Стейкхолдеры и оценка их деловой репутации.

25. Административный и репутационный капитал Российского союза промышленников и предпринимателей.

26. Коммуникационное консультирование в области социальной ответственности, социального партнерства, корпоративного гражданства.

27. Этапы становления социально-ответственной активности компании.

28. Основные тенденции развития социальных программ.

29. Развитие корпоративной социальной ответственности в России. Исторические и географические особенности.

30. Особенности, связанные с менталитетом населения и традициями корпоративного управления.

31. Корпоративные общественные (социальные) инвестиции.

32. Социальное партнерство.

33. Приоритеты корпоративной социальной ответственности.

34. Консультации в сфере управления коммуникациями в кризисных ситуациях.

35. Стандартные, экстремальные и кризисные ситуации в деятельности организаций.

36. Психологические аспекты экстремальных и кризисных ситуаций.

37. Разработка антикризисной стратегии.

38. Реализация антикризисной стратегии: технологии и инструменты.

39. Коммуникативные техники в экстремальных условиях.

40. Информационные атаки: как их распознать и от них защититься.

41. Конфликтность персонала как объект организационного консультирования корпоративными коммуникациями.

42. Конфликтологическая компетентность консультанта.

43. Конфликтные стили управления персоналом.

44. Прогнозирование развития конфликтов и его последствий.

45. Научение персонала поведению в конфликтных ситуациях. Барьеры в эффективной коммуникации.

46. Улучшение коммуникации в организации.

47. Межкультурные коммуникации как объект консультирования.

48. Проблемы межкультурного общения.
49. Личность как субъект коммуникации.
50. Культурная компетенция и культурная адекватность. Факторы коммуникативного поведения в межкультурном общении.
51. Этнокультурные стереотипы и предрассудки как коммуникативные барьеры. Виды стереотипов и их функции.
52. Пути преодоления конфликтов в межкультурной коммуникации.
53. Толерантность и её виды. Толерантность и интолерантность. Понятие толерантной личности.
54. Межкультурное обучение, его цели и задачи.
55. Методы обучения межкультурной коммуникации: дидактические и эмпирические.
56. Проблема освоения чужой культуры.
57. Система межкультурного образования в современном мире.
58. Взаимоотношения между консультантом и клиентом: организационные и психологические аспекты.
59. Основные модели взаимоотношений между клиентом и консультантом.
60. Этические принципы консультирования.

Текущий контроль (тестирование)

Вариант теста по теме 1.

1. Характерная черта управленческого консультирования
1. независимость
2. эффективность
3. неопределенность

2. Консультирование с позиций функционального подхода – это …
1. приход консультанта на объект консультирования
2. вид деятельности, направленный на оказание помощи клиенту с учетом его интересов
3. любая форма оказания помощи клиенту

3. Основная задача консультирования
1. управление клиентом
2. оказание профессиональной помощи и дача советов по вопросам экономики и управления
3. спасение клиента от банкротства
4. обучение клиента

4. Основная цель обращения к консультантам государственных предприятий
1. решение инновационных задач в системе управления государственными структурами
2. необходимость в советах и помощи
3. реформирование государственной структуры
4. перенесение опыта управления частными фирмами в государственный сектор

5. Предмет консультирования
1. управление
2. экономика
3. экономика и управление

4. методы внедрения экономических и управленческих знаний в практику хозяйственных структур

6. К определению понятия «консультирование» существует … подход(а)
1. один
2. два
3. три
4. четыре

7. Управленческое консультирование — это понятие …
1. нестабильно развивающейся экономики
2. рыночной экономики
3. плановой экономики
4. экономики переходного периода

8. В современной рыночного экономике консультирование представляет собой …
1. отрасль инфраструктуры
2. сферу действий
3. направление развития
4. область деятельности

9. Назначение консультирования состоит в …
1. оказании клиенту помощи в решении управленческих и экономических задач
2. собеседовании с клиентом по различным вопросам
3. разрешении неблагоприятных управленческих ситуаций
4. принятии за клиента управленческих решений

10. Консультирование с позиций профессионального подхода – это …
1. фирма, работающая в сфере услуг
2. союз профессионалов-консультантов
3. консультативная служба, работающая по договору на оказание консультационных услуг
4. общество независимых экспертов

11. Под «смежными» по отношению к услугам по управленческому консультированию понимают услуги …
1. граница между которыми и услугами по управленческому консультированию размыта и нельзя точно установить, относятся эти услуги к управленческим или нет
2. по сопровождению деятельности компании-клиента после оказания услуг по управленческому консультированию
3. оказываемые перед началом реализации консультационного проекта
4. предоставляемые фирмами-конкурентами, отличные от услуг данной консультационной компании

12. К консалтингу следует относиться как к …
1. помощи, оказываемой профессионалами
2. ремеслу
3. искусству
4. науке

13. Профессиональные ассоциации консультантов, существующие в России
1. ФЕАКО, СБТ, ЮНИКОН

2. АКЭУ, АКУОР, НГПК
3. ЕВРОКОНСАЛТ, НТТМ, АКЭУ

14. Формы оказания консультационных услуг
1. разовые консультации, отчеты, обзоры
2. справки, проекты, программы
3. разовые консультации, проекты, обзоры
4. отчеты, репрезентации, проекты

15. «Смежные» услуги по отношению к услугам по управленческому консультированию
1. транспортные услуги, рекрутментские услуги, PR-услуги
2. туристические услуги, финансовые услуги, банковские услуги
3. юридические услуги, рекламные услуги, налоговые услуги
4. юридические услуги, рекрутментские услуги, аудиторские услуги

16. Компании привлекают консультантов по управлению для …
1. проведения налоговой проверки
2. проведения аудиторской проверки
3. уменьшения или ликвидации неопределенности на разных стадиях процесса подготовки принятия и реализации управленческих решений
4. повышения квалификации персонала компании

17. Этические стандарты консультирования …
1. определяются регламентом организации
2. определяются только внутренним воспитанием, нормами поведения, этикой консультанта
3. регламентированы этическими установками кодексов профессионального поведения консультантов

18. Управленческое консультирование предполагает …
1. управление клиентом
2. аудит деятельности клиента
3. постоянное сотрудничество с клиентом
4. оказание интенсивной профессиональной помощи на временной основе

19. Консультанты или другие сотрудники консультационной компании могут приобретать акции компаний, которые являлись их клиентами
1. да
2. нет

20. Виды профессиональных услуг, с которыми связано управленческое консультирование
1. торговля, рекрутмент, логистика
2. юридические услуги, аудит, реинжиниринг
3. обеспечение информационными технологиями, издательское дело, реклама

21. Внутренние консультанты работают в …
1. научно-исследовательском институте
2. ассоциации консультантов
3. консультирующей организации
4. организации-клиенте

22. Внешние консультанты не могут работать в …

1. научно-исследовательском институте
2. ассоциации консультантов
3. организации-клиенте
4. консультирующей организации

23. Основной недостаток внутреннего консультирования

1. соподчинение внутренних консультантов внешним
2. наличие слишком большого объема информации о внутренних процессах организации
3. нежелание перенимать опыт
4. консультанты не имеют опыта работы в других отраслях

24. Отношение друг к другу внешних и внутренних консультантов

1. соподчинения
2. сотрудничества
3. ни в каком

25. Соответствие консультанта и его обязанностей

1. получает постоянную заработную плату в компании —
2. внешний консультант
3. составляет «штабную» подсистему компании —
4. внешний консультант
5. оказывает консультационные услуги —
6. внешний консультант и внутренний консультант
7. оказывает услуги на основании договора —
8. внутренний консультант
9. гонорар выплачивается за конкретный проект —
10. внутренний консультант

26. Внешние консультанты – это …

1. специалисты по экономике и управлению, занятые в штате той или иной организации
2. сотрудники внешних учреждений
3. независимые консультационные фирмы или индивидуальные консультанты, оказывающие услуги клиентам на основе соответствующего договора

27. Контроль клиента за работой консультанта необходим и способствует эффективности сотрудничества.

1. да
2. нет

28. Основное преимущество внешнего консультирования

1. владение большим количеством информации для проведения аналитических работ в определенной области
2. консультант всегда «под рукой» у руководителя
3. использование стандартных, унифицированных схем и методик консультирования
4. знание внешней среды

29. Вид деятельности по консультированию, в котором обязательно участвует клиент

1. сбор данных и приведение их в форму, удобную для консультанта
2. подготовка консультационного отчета
3. обучение консультанта в процессе консультирования

30. Экспертное, процессное и обучающее консультирование представляют собой …
1. предмет консультирования
2. объекты консультирования
3. виды консультирования

31. Процесс консультирования это
1. совместная деятельность консультанта и клиента с целью решения определенной задачи и осуществления желаемых изменений в организации
2. процесс ведения переговоров консультанта и клиента о необходимом сотрудничестве
3. совместная деятельность трех партнеров: консультанта, дилера, клиента
4. вид профессиональной деятельности людей по организации процессов достижения системы целей, принимаемых и реализуемых с использованием научных подходов, концепции управления и человеческого фактора

32. Условие оказания консультационной помощи
1. желание консультанта
2. желание клиента
3. директивное предписание
4. взаимная договоренность консультанта и клиента на коммерческих началах

33. Эффективный консультант должен …
1. выполнять все требования руководителя компании-клиента, подчиняться им
2. владеть педагогикой и риторикой
3. обладать навыками системного подхода к решению проблем
4. жестко критиковать своих конкурентов с целью завоевания клиента

34. Кто не является субъектом консультирования?
1. западные консультанты
2. внутренние консультанты
3. внешние консультанты
4. клиенты

35. Логика процесса консультирования состоит в последовательности осуществления …
1. процедуры, стадии, этапа
2. фазы, стадии, процедуры
3. стадии, этапа, процедуры
4. этапа, фазы, стадии

36. Отличительная черта консультанта от менеджера
1. умение принимать решения
2. широкий кругозор
3. ораторские навыки
4. независимый взгляд на компанию со стороны

37. Основной фактор производства консультационных услуг
1. гибкость и легкая адаптивность

2. интеллектуальный капитал
3. ораторское искусство
4. знание иностранных языков

38. Одиночный консультант – это …
1. консультант без образования юридического лица
2. индивидуалист
3. консультант штата консультационной компании, всегда работающий над проектами в одиночку
4. одинокий человек

39. Объектами консультирования могут являться …
1. частные и государственные предприятия
2. зарубежная консультационная организация
3. ассоциация консультантов
4. отечественная консультационная организация

40. Экспертное консультирование – это …
1. приглашение эксперта
2. сбор консультантом информации о клиенте
3. экспертиза состояния клиента, выдача ему результативных рекомендаций и их внедрение

41. Процессное консультирование исходит из преимуществ работы …
1. в одиночку без вмешательства со стороны клиента
2. в результате которой компания-клиент получает сиюминутный результат
3. в команде на основе доверительных отношений

42. В этап процесса консультирования «Подготовка» входит …
1. конечный отчет
2. контракт на консультирование
3. обнаружение фактов
4. выработка решений

43. В этап процесса консультирования «Диагноз» входит …
1. первый контакт с клиентом
2. детальное изучение проблемы
3. обучение клиента
4. выработка решения

44. В этап процесса консультирования «Завершение» входит …
1. первый контакт с клиентом
2. планирование задания
3. конечный отчет
4. анализ и синтез фактов

45. Знания, опыт, информация, независимость, объективность – это …
1. свойства консультационного процесса
2. признаки объектов консультирования
3. признаки субъектов консультирования
4. составные части консультационной помощи

46. Эффективность консультационных услуг определяется …

1. выявлением реальных положительных изменений в компании-клиенте
2. желанием консультанта
3. рассчитываемым экономическим эффектом, полученным в результате внедрения рекомендаций консультанта в компании-клиенте
4. объемом затрачиваемых средств в процессе консультирования

47. В этап процесса консультирования «Внедрение» входит …

1. оценка альтернативных вариантов
2. обучение клиента
3. планирование задания

48. В этап процесса консультирования «Планирование действий» не входит …

Варианты ответа:

1. предложения клиенту относительно задания
2. оценка альтернативных вариантов
3. выработка решений
4. корректировка предложений

49. По отношению к процессу консультирования планирование действий консультанта является …

1. процедурой процесса консультирования
2. стадией процесса консультирования
3. фазой процесса консультирования
4. этапом процесса консультирования

50. Улучшения конкурентоспособности российских консультационных компаний можно достичь за счет …

1. изменения нормативно-законодательной базы
2. налаживания обширных международных связей
3. повышения качества работы
4. «копирования» шаблонов, методов работы зарубежных компаний

51. Контроль выполнения консультационного проекта осуществляется …

1. клиентом
2. и клиентом, и консультантом
3. не осуществляется вообще
4. консультантом

52. Характеристика, которая относится к процессному консультированию

1. честный и открытый обмен мнениями
2. профессионализм
3. единство консультанта и клиента в понимании сущности и причин возникшей проблемы
4. независимость

53. Процессное консультирование – это …

1. взаимодействие консультанта с клиентом в процессе решения экономических и управленческих задач
2. самостоятельная работа клиента
3. процесс написания консультантом итогового отчета

4. самостоятельная работа консультанта

54. В процессе консультирования … этапов.
1. 3
2. 4
3. 5
4. 2

55. Вероятность успеха выполнения консультационного проекта увеличивается в случае …
1. сдачи консультантом множества формальных текущих и заключительных отчетов клиенту
2. вовлечения клиента в процесс решения проблем и общения консультанта с ним
3. отстранения клиента от участия в процессе консультирования с целью исключения возможных проблем, мешающих в работе

Промежуточный контроль (вопросы к зачету)

1. Комплекс услуг в области коммуникационного консалтинга.
2. Исследования информационного поля.
3. Разработка системы сообщений и позиционирования.
4. Разработка коммуникационных стратегий.
5. Разработка программ корпоративной социальной ответственности (КСО) с учетом миссий и стратегий компаний; целей устойчивого развития и комплексного развития территорий присутствия.
6. Поиск оптимальных маркетинговых решений, интернет коммуникации, связей с общественностью, комплектование event-команды.
7. Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций.
8. Работа со СМИ. Медиарилейшенз.
9. Рекомендации по созданию информационных поводов и планированию коммуникационной активности.
10. Работа пресс-службы.
11. Создание и распространение PR-материалов в виде печатного, фото и видео контента.
12. Организация пресс-конференций, пресстуров, брифингов.
13. Оценка эффективности реализации PR-кампании.
14. Работа корпоративных СМИ.
15. Теоретические и концептуальные основы консультирования в сфере коммуникаций.
16. Смысл и сущность управленческого консультирования.
17. Предпосылки феномена консультирования. Становление рынка консультирования в России.
18. Принципы консультационной деятельности в сфере коммуникаций.
19. Коммуникационный консалтинг: понятие, цели, задачи. Сущность консалтинговой деятельности.
20. Консалтинг (консультирование) как источник знаний руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности.
21. Сущность консультативной деятельности специалиста по связям с общественностью.

22. Коммуникационное консультирование о месте и роли СМИ в формировании государственной коммуникации.

23. Современные теории массовых коммуникаций.

24. Влияние СМИ на политику государства.

25. СМИ как четвертая власть.

26. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию СМИ на общественность.

27. Основные виды и функции СМИ.

28. Использование жанров публицистики в организации коммуникативного процесса.

29. Государственные и коммерческие СМИ.

30. Работа пресс-службы со СМИ. Организация взаимодействия со СМИ.

31. Нормативно-правовая регуляция деятельности СМИ.

32. Закон о СМИ.

33. ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ».

34. Коммуникационный консалтинг как объект управления, менеджмента.

35. Коммуникационный консалтинг и коммуникационный менеджмент: общее и особенное. Виды и типы коммуникационного консалтинга.

36. Коммуникационное консультирование при разработке и принятии коммуникационной стратегии.

37. Факторы, влияющие на выбор модели стратегии коммуникационного менеджмента.

38. Интегрированный подход к реализации моделей стратегии коммуникационного менеджмента.

39. Коммуникационное консультирование в системе государственной власти и общественных организаций.

40. Основные элементы процесса коммуникации.

41. Функции коммуникации: информационная, социальная, экспрессивная, прагматическая, интерпретативная.

42. Типы коммуникации: массовая, внутриорганизационная, внешняя, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная.

43. Способы установления и поддержания контакта в системе государственной власти: непосредственные (прямые), опосредованные (дистанционные).

44. Формы коммуникации (диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам).

45. Характеристики государственной информации: достоверность, полнота, точность, секретность, степень доверия.

46. Консультирование в области государственной коммуникации.

47. Коммуникации внутри государства и за его пределами.

48. Субъекты международных коммуникаций.

49. Три способа политической коммуникации: через неформальные контакты, общественно-политические организации, через СМИ.

50. Типы сообщений: побудительные (приказ, указ, распоряжение), информационные (передача сведений), фактические (установление контакта).

51. Информационный обмен между государственными и общественными структурами.

52. Каналы коммуникации государства и народа.

53. Коммуникативные способы влияния общества на государственные структуры и на принятие решений.

54. Многообразие идеологий, ценностей, символов, норм в содержании государственной коммуникации.

55. Внутренние коммуникации в государственной власти. Средства, каналы и цели внутренней коммуникации в органах власти.

56. Информационная политика государства.

57. Обратная связь. Барьеры государственной коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

58. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности государственной коммуникации.

Вопросы к экзамену

1. Улучшение коммуникации в организации.
2. Межкультурные коммуникации как объект консультирования.
3. Проблемы межкультурного общения.
4. Личность как субъект коммуникации.
5. Культурная компетенция и культурная адекватность. Факторы коммуникативного поведения в межкультурном общении.
6. Этнокультурные стереотипы и предрассудки как коммуникативные барьеры. Виды стереотипов и их функции.
7. Пути преодоления конфликтов в межкультурной коммуникации.
8. Толерантность и её виды. Толерантность и интолерантность. Понятие толерантной личности.
9. Межкультурное обучение, его цели и задачи.
10. Методы обучения межкультурной коммуникации: дидактические и эмпирические.
11. Проблема освоения чужой культуры.
12. Система межкультурного образования в современном мире.
13. Взаимоотношения между консультантом и клиентом: организационные и психологические аспекты.
14. Основные модели взаимоотношений между клиентом и консультантом. Этические принципы консультирования.
15. Консультирование участников корпоративных коммуникаций.
16. Основные уровни стратегического планирования.
17. Анализ эффективности корпоративных коммуникаций.
18. Эффективность корпоративных коммуникаций, (факторы эффективности коммуникаций, способы подсчета эффективности коммуникаций.
19. Методы графического представления результатов анализа коммуникационной активности.
20. Коммуникационное консультирование на этапе планирования информационной кампании.
21. Причины разработки, организации и проведения кампаний по связям с общественностью: потребности компании в (создании имиджа; проникновении на новые рынки; создании брэнда; преодолении кризиса; конкурентной борьбы; в осуществлении приватизации; проблема изменения торгового имени.
22. Основные характеристики информационных кампаний.
23. Проблемная ориентированность; целенаправленность; системность информационной кампании.
24. Информационная кампания должна представлять собой согласованную систему PR-операций и обеспечивающих их мероприятий; планомерность; дискретность, ограниченные временные рамки.
25. Информационная кампания как социально-коммуникативная технология решения конкретной проблемы организации.

26. Критерии оптимальности информационной кампании: дискретность, конечность и технологичность (структура, номенклатура и последовательность процедур и операций); оптимизация и обратная связь.

27. Коммуникационное консультирование о коммуникационных стратегиях социальных институтов.

28. Смысловые образы понятия «стратегия». Типы коммуникационных целей.

29. Воздействие как стратегическая цель. Факторы эффективности воздействия.

30. Технологии коммуникационного воздействия (информационные технологии, логико-диалогические технологии, манипулятивные технологии, суггестивные технологии).

31. Новые коммуникационные практики – новые модели коммуникации.

32. Консультирование о коммуникации в сфере социальной ответственности бизнеса.

33. Коммуникационный потенциал связей с общественностью корпорации.

34. Международные стандарты КСО.

35. Роль корпоративных коммуникаций в защиты репутации в периоды глобальной рецессии.

36. Социальная ответственность бизнеса в системе корпоративных коммуникаций.

37. Социальный маркетинг.

38. Стейкхолдеры и оценка их деловой репутации.

39. Административный и репутационный капитал Российского союза промышленников и предпринимателей.

40. Коммуникационное консультирование в области социальной ответственности, социального партнерства, корпоративного гражданства.

41. Этапы становления социально-ответственной активности компании.

42. Основные тенденции развития социальных программ.

43. Развитие корпоративной социальной ответственности в России. Исторические и географические особенности.

44. Особенности, связанные с менталитетом населения и традициями корпоративного управления.

45. Конфликтность персонала как объект организационного консультирования корпоративными коммуникациями.

46. Конфликтологическая компетентность консультанта.

47. Конфликтные стили управления персоналом.

48. Прогнозирование развития конфликтов и его последствий.

49. Научение персонала поведению в конфликтных ситуациях. Барьеры в эффективной коммуникации.

50. Корпоративные общественные (социальные) инвестиции.

51. Социальное партнерство.

52. Приоритеты корпоративной социальной ответственности.

53. Консультации в сфере управления коммуникациями в кризисных ситуациях.

54. Стандартные, экстремальные и кризисные ситуации в деятельности организаций.

55. Психологические аспекты экстремальных и кризисных ситуаций.

56. Разработка антикризисной стратегии.

57. Реализация антикризисной стратегии: технологии и инструменты.

58. Коммуникативные техники в экстремальных условиях.

59. Информационные атаки: как их распознать и от них защититься.

60. Информационная политика государства.