

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

О.И. Чуприс

«04» декабря 2019 г.

Регистрационный № УД 7589 /уч.

КОММУНИКАЦИОННЫЙ КОНСАЛТИНГ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 11 Коммуникации

2019 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 80 11-2019 и учебного плана (Е 23-008/ уч. от 11.04.2019) Белорусского государственного университета по специальности II ступени высшего образования (магистратуры) 1-23 80 11 Коммуникации

СОСТАВИТЕЛЬ:

В.В. Елистратов, преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики Белорусского государственного университета

РЕЦЕНЗЕНТ:

Р. Н. Костицын, Председатель Совета Ассоциации компаний коммуникационных консультантов, старший партнер компании «АРС Коммюникейшнз»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики Белорусского государственного университета
(протокол №7 от 20.11.2019);

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол №2 от 03.12.2019)

Заведующая кафедрой _____

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

«Коммуникационный консалтинг» – новая учебная дисциплина направления подготовки специалистов в области рекламных, PR- и медиакоммуникаций. В учебной программе представлен взгляд на коммуникационный консалтинг как на междисциплинарный феномен в контексте управленческого консультирования, коммуникационного менеджмента, управления репутацией, теории PR и рекламы.

Цель учебной дисциплины – развитие профессиональных компетенций и формирование объективного представления о современных знаниях в области теории и практики консалтинга в целом и коммуникационного консалтинга в частности.

Задачи учебной дисциплины:

1. сформировать представления о сущности и специфике понятия «коммуникационный консалтинг» в контексте управленческого консультирования с учетом теории современной коммуникативистики;
2. развить компетенции, необходимые для успешного управления коммуникационными процессами в области построения и управления сообществами в рамках PR-деятельности;
3. сформировать понимание сущности, роли и функций коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг и управленческой деятельности;
4. дать представление о современных концепциях и базовых приемах консультирования;
5. рассмотреть этапы и характеристики консалтингового исследования, его организации и проведения.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (магистра). Учебная дисциплина относится к компоненту учреждения образования, профилю «Корпоративные стратегические коммуникации», модулю «Корпоративное коммуникационное взаимодействие».

Связи с другими учебными дисциплинами, включая учебные дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины специализации и др.

Учебная программа учебной дисциплины учитывает принцип профессиональной направленности, т. е. наряду с изучением теоретических вопросов рассматриваются и специальные, непосредственно связанные с целями и задачами специалиста по коммуникациям. Учебная дисциплина «Коммуникационный консалтинг» связана с читаемой в 1 семестре дисциплиной «Менеджмент стратегических коммуникаций» и изучается параллельно с другими связанными учебными дисциплинами – «Событийный менеджмент» и «Корпоративное взаимодействие в городском пространстве».

Учебная дисциплина носит прикладной характер и предполагает активное участие магистрантов в анализе, подготовке и презентации коммуникационного проекта формирования и управления лояльным сообществом.

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Коммуникационный консалтинг» должно обеспечить формирование следующих специализированных компетенций

специализированные компетенции:

Магистрант должен:

СК-9 Владеть основными принципами консалтинговой деятельности в сфере корпоративных стратегических коммуникаций.

В результате освоения учебной дисциплины магистрант должен:

знать о современных концепциях и базовых приемах и технологиях консультирования в сфере коммуникаций;

уметь сегментировать консалтинг как отрасль, классифицировать консультационные услуги по методам, видам, субъекту, формам консультирования и иным признакам, применять технологии коммуникационного консалтинга на практике;

владеть методами решения коммуникационных задач и создания коммуникационных стратегий на практике.

Структура учебной дисциплины

Структура содержания учебной дисциплины включает такие дидактические единицы, как темы (разделы), в соответствии с которыми разрабатываются и реализуются соответствующие лекционные и практические занятия. Примерная тематика практических занятий приведена в информационно-методической части.

Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, трудоемкость, форма аттестации

Курс	1
Семестр	2
Всего часов по дисциплине	90
Всего аудиторных часов по дисциплине	36
Лекции	12 (8 + 4 ДО)
Практические занятия	20 (14 + 6 ДО)
УСР (внеаудит./ДО)	4 (2 + 2 ДО)
Трудоемкость учебной дисциплины	3 з.е.
Форма итоговой аттестации	экзамен

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Коммуникационный консалтинг как профессиональная область знаний

Тема 1.1 Введение в коммуникационный консалтинг

Описание предметной области коммуникационного консалтинга, его функций, цели и основных задач.

Тема 1.2 Место коммуникационного консалтинга в системе управленческого консалтинга

Понятие и система управленческого консалтинга, виды консалтинговых услуг на примере ЕС, США и Республики Беларусь. Роль коммуникационных услуг. Место коммуникационного консалтинга в системе управленческого консалтинга.

Тема 1.3 Направления деятельности в коммуникационном консалтинге

Внешний и внутренний коммуникационный консалтинг. Задачи каждого направления. Репутационные активы и пассивы компании. Современные концепции консалтинга.

Раздел 2. Разработка и оптимизация коммуникационной политики и стратегии компании

Тема 2.1 Разработка коммуникационной политики для компании

Определение коммуникационной политики предприятия. Формирование единого подхода. Содержание коммуникационной политики предприятия. Виды документов, которые ее регулируют в компании

Тема 2.2 Организация процесса профессионального консультирования

Подходы в консультировании. Стадии, этапы, фазы процесса консультирования.

Тема 2.3 Коммуникационный аудит. Методы и инструменты

Методы стратегического анализа: SWOT-анализ организации PESTEL-анализ внешних условий, продуктовая матрица Ансоффа. Методы коммуникационного аудита: глубинные интервью, социологические опросы, психологическое тестирование, мониторинг информационного поля, контент-анализ

Тема 2.4 Ведение проектов в сфере коммуникационного консалтинга

Презентация решения, ведение переговоров, внедрение проекта (контроль внедрения). Взаимоотношения между консультантом и клиентом: организационные и психологические аспекты. Поведенческие роли консультанта

Тема 2.5 Анализ результатов (оценка эффективности) и послепроектное сопровождение

Модели оценки эффективности. Модель Катлипа, Сентера и Брума. Макромодель Джима Макнамары. Модель измерительной линейки Уолтэра Линденманна. Оценки эффективности PR-проектов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов внеаудит. УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практич. занятия	Семинар. занятия	Аудиторная УСР		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Коммуникационный консалтинг как профессиональная область знаний						
1.1	Введение в коммуникационный консалтинг	2					Обсуждение, групповая дискуссия
1.2	Место коммуникационного консалтинга в системе управленческого консалтинга	2					
1.3	Направления деятельности в коммуникационном консалтинге	2	2+2 (ДО)				Реферат (ДО)
2	Разработка и оптимизация коммуникационной политики и стратегии компании						
2.1	Разработка коммуникационной политики для компании		2			2 2 (ДО)	Реферат (ДО)
2.2	Организация процесса профессионального консультирования		4				Обсуждение, групповая дискуссия
2.3	Коммуникационный аудит. Методы и инструменты		4				Обсуждение, групповая дискуссия
2.4	Ведение проектов в сфере коммуникационного консалтинга		2 + 2 (ДО)				Проект (ДО)
2.5	Анализ результатов (оценка эффективности) и послепроектное сопровождение	2 + 4 (ДО)	2				
	Всего	12 (8+4 ДО)	20 (16+4 ДО)			4 (2+2 ДО)	экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Шарков, Ф. И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг. Учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и Ко, Издательство Шаркова, 2016. – 408 с
2. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования / А.М. Блюмин. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 364 с.
3. Васильев, Г. А., Управленческое консультирование/Г.А. Васильев. – СПб.: Питер, 2017. – 178 с.
4. Кузнецова, Н. В. Методы принятия управленческих решений: учебное пособие/Н.В. Кузнецова – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 222 с.
5. Литвак, Б. Г. Управленческие решения. Практикум: учеб. пособие / Б. Г. Литвак. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2018. – 371с.
6. Пригожин, А.И. Что такое глубокое консультирование? //Консультант по управлению. – 2017. №1. – С. 10-21.
7. Исмаилов, В.А. Управление консультационным бизнесом. Цикл тренингов для консультантов «Развивайте свой бизнес» . – 2015.
8. Погосян, М. Основы управленческого консалтинга. Цикл тренингов для консультантов «Развивайте свой бизнес». – 2015.

Перечень дополнительной литературы

1. Ширшов, А. Занимательная история тренинга и консалтинга / Алексей Ширшов. – Москва: Высшая школа, 2018. – 224 с.
2. Киреева, О.Ф. Коммуникационный консалтинг как средство обеспечения информационной безопасности в современном обществе / Киреева, О. Ф. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 193 с.
3. Межов, И. С. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение / Межов И.С. – Новосиб.: НГТУ, 2017. – 703 с.
4. Остервальдер А., Пинье, И. Разработка ценностных предложений Альпина Паблишер, 2018. – 288 с.
5. Браун, Пол, Сьюэлл, Карл, Клиенты на всю жизнь / Пол Браун, Карл Сьюэлл Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 232 с.
6. Бахрах, Эстанислао Гибкий ум. Как видеть вещи иначе и думать нестандартно / Эстанислао Бахрах. – Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 240 с.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Подготовка реферата

Оценка:

– самобытность (оригинальность) созданного образовательного продукта – 20%;

- исследование изучаемого феномена с разных сторон, интегрирование знаний из различных областей – 60 %;
- личностная значимость достигнутых результатов – 20 %.

Открытое эвристическое задание организационно-деятельностного типа (индивидуальный или групповой проект)

Оценка:

- обоснованность и логичность – 50%;
- систематичность работы над проектом – 30 %;
- наличие критериев эффективности – 20 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Коммуникационный консалтинг» учебным планом предусмотрен экзамен.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на практических занятиях, участие в дискуссии, решение ситуационных задач – 15 %;
- подготовка первого реферата – 15 %;
- подготовка второго реферата – 20 %;
- индивидуальный проект или проект в малых группах – 50%.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы магистрантов

Тема 2.1. Разработка коммуникационной политики для компании (2 ч. – ДО, 2 ч. – внеаудит.)

Примерные темы для реферата

- 1) Коммуникационная политика предприятия в сфере услуг.
- 2) Коммуникационная политика производственного предприятия.
- 3) Коммуникационная программа IT-компании.
- 4) Разработка и использование policy paper в компании

Форма контроля – на форуме образовательного портала.

Примерный перечень заданий для практических занятий (ДО)

Тема 1.3 Направления деятельности в коммуникационном консалтинге (2 ч. – ДО)

Примерные темы для реферата:

- 1) Внешний коммуникационный консалтинг.
- 2) Внутренний коммуникационный консалтинг.
- 3) Репутация в бизнесе.
- 4) Современный концепции консалтинга.
- 5) Кризисные коммуникации

Форма контроля – на форуме образовательного портала.

Тема 2.4 Введение проектов в сфере коммуникационного консалтинга (2 ч. – ДО)

Примерный план индивидуального или группового проекта

- 1) Разработка брифа для Заказчика. Проведение брифинга/дебрифинга
 - 2) Аудит текущей коммуникационной деятельности компании.
 - 3) Характеристика текущей и потенциальной комьюнити-стратегии.
 - 4) Разработка предложения с учетом целей и задач клиента и результатов аудита.
 - 5) Планирование коммуникационных активностей.
 - 6) Оценка возможных коммуникационных рисков. Антикризисная программа действий. Предложение альтернативной стратегии управления.
 - 7) Анализ результатов. Оценка KPI.
- Форма контроля – на форуме образовательного портала.

Примерная тематика аудиторных практических занятий

Раздел 2. Разработка и оптимизация коммуникационной политики и стратегии компании

Практическое 2.1 Разработка коммуникационной политики для компании

Обсуждение содержания коммуникационной политики предприятия. Обсуждение примеров реальных документов, которые ее регулируют в компании

Практическое 2.2 Организация процесса профессионального консультирования

Обсуждение подходов в консультировании. Анализ стадий и этапов организационного процесса. Формулировка рекомендаций по организации процесса консультирования в зависимости от вида деятельности компании.

Практическое 2.3 Коммуникационный аудит. Методы и инструменты

Обсуждение методов стратегического анализа и коммуникационного анализа. Применение знаний на практике. Обсуждение реальных кейсов.

Практическое 2.4 Введение проектов в сфере коммуникационного консалтинга

Обсуждение и дискуссия на тему: «Взаимоотношения между консультантом и клиентом: организационные и психологические аспекты. Поведенческие роли консультанта». Моделирование ситуаций. Применение знаний на практике. Обсуждение реальных кейсов.

Тема 2.5 Анализ результатов (оценка эффективности) и послепроектное сопровождение

Обсуждение моделей оценки эффективности. Оценка эффективности PR-проектов. Обсуждение реальных кейсов.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса *используется метод проектного обучения*, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;

- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

Метод учебной дискуссии, который предполагает участие магистрантов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

Методы и приемы развития критического мышления, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимании информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Текущая самостоятельная работа магистрантов (СРМ) направлена на углубление и закрепление знаний магистранта, развитие практических умений.

Самостоятельная работа разделена на три уровня: уровень узнавания; уровень воспроизведения и уровень применения полученных знаний.

Задания первого уровня – анализ теоретического материала. Выполнение тестового задания через учебный портал.

Задания второго уровня – применяются проблемные задачи, нетиповые и научно-исследовательские.

Задания третьего уровня направлены на применение полученных знаний при решении практических задач.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Предмет и объект коммуникационного консалтинга, его функции, цели и основные задачи.

2. Место коммуникационного консалтинга в системе управленческого консалтинга
3. Система управленческого консалтинга, виды консалтинговых услуг.
4. Направления деятельности в коммуникационном консалтинге.
5. Внешний и внутренний консалтинг. Задачи каждого направления.
6. Репутационные активы и пассивы компании.
7. Современные концепции консалтинга.
8. Требования к консультанту. Экспертиза и деловая этика
9. Разработка коммуникационной политики компании. Этапы, содержание
10. Подходы в консультировании. Стадии, этапы, фазы процесса консультирования
11. Коммуникационный аудит. Методы и инструменты.
12. Методы стратегического анализа.
13. Презентация предложения. Ведение переговоров.
14. Взаимоотношения между консультантом и клиентом: организационные и психологические аспекты.
15. Поведенческие роли консультанта
16. Ведение проектов в сфере коммуникационного консалтинга: презентация предложения
17. Внедрение проекта (контроль внедрения)
18. Подготовка отчетной документации. Принципы и стандарты оформления
19. Модели оценки эффективности проекта
20. Оценки эффективности PR-проектов.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Корпоративное взаимодействие в городском пространстве	Технологий коммуникации и связей с общественностью	Изменений не требуется	Замечаний нет прот. №7 от 20.11.2019
Событийный менеджмент	Технологий коммуникации и связей с общественностью	Изменений не требуется	Замечаний нет прот. №7 от 20.11.2019