

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 15.05.2024 12:52:34

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«29» июня 2023 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДЭ.03.01 СОБЫТИЙНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(элективная дисциплина)

#### Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

#### Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный; авторский

#### Направленность (профиль):

«Цифровые коммуникации»

#### Формы обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Разработчик (и): Федоров Александр Викторович, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» июня 2023 г.



(подпись)

/А.В. Федоров /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

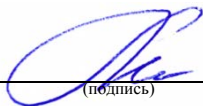
Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД



(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня 2023 г.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** познакомить обучающихся с основными аспектами планирования, организации и коммуникации на событиях, а также развить навыки эффективного взаимодействия с участниками и управления событийными проектами.

**Задачи:**

- способствовать формированию у обучающихся широкого представления об ивент-менеджменте;
- раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления событиями;
- продемонстрировать на практических примерах решение ряда практических задач, встречающихся при управлении событийными коммуникациями;
- содействовать самостоятельной работе обучающихся в области управления событиями, которая позволит им отработать практические навыки планирования и управления проектами.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Часть, формируемая участниками образовательных отношений, элективные дисциплины.

**Осваивается:** 3 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2** – способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ПК-2</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>ПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	<b>Знает:</b> основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Умеет:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Владеет:</b> навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Событийные коммуникации» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная/Заочная
<b>Аудиторные занятия</b>	54	36/10
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	18/4
Практические занятия	36	18/6
Лабораторные работы	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	18	36/89
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>		
Вид	Экзамен – 3 семестр	
Трудоемкость (час.)	36	36/9
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	3 з.е. / 108 час.	

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*по очной форме обучения*

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Организация событий	5	10	-	4
3	Коммуникация на событиях	5	10	-	4
4	Управление событийными проектами	4	10	-	5
Итого (часов)		18	36	-	18
<b>Форма контроля:</b>		<i>экзамен</i>			36
<b>Всего по дисциплине:</b>		108/ 3 з.е.			

*по очно-заочной форме обучения*

Темы дисциплины		Количество часов
№	Наименование	

		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Введение в событийные коммуникации	4	3	-	9
2	Организация событий	5	5	-	9
3	Коммуникация на событиях	5	5	-	9
4	Управление событийными проектами	4	5	-	9
Итого (часов)		18	18	-	36
<b>Форма контроля:</b>		экзамен			36
<b>Всего по дисциплине:</b>		108/ 3 з.е.			

*по заочной форме обучения*

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Организация событий	1	2	-	22
3	Коммуникация на событиях	1	2	-	22
4	Управление событийными проектами	1	1	-	23
Итого (часов)		4	6	-	89
<b>Форма контроля:</b>		экзамен			9
<b>Всего по дисциплине:</b>		108/ 3 з.е.			

## СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### ***Тема 1. Введение в событийные коммуникации***

Знакомство с понятием событийных коммуникаций. Роль и значение событийных коммуникаций в современном мире. Типы событий и их особенности. Основные этапы планирования событий. Анализ целевой аудитории и ее ожидания. Определение ключевых сообщений и целей события.

### ***Тема 2. Организация событий***

Выбор места проведения события и его логистика. Бюджетирование и финансовое планирование события. Работа с поставщиками и партнерами. Планирование и координация программы события. Управление рисками и чрезвычайными ситуациями.

### ***Тема 3. Коммуникация на событиях***

Разработка маркетинговой стратегии события. Продвижение и реклама события. Использование цифровых инструментов в коммуникациях. Организация пресс-конференций и медиа-коммуникаций. Взаимодействие с участниками и управление отзывами.

#### **Тема 4. Управление событийными проектами**

Построение команды и делегирование ответственности. Планирование времени и ресурсов в рамках проекта. Контроль и оценка результатов события. Инструменты для управления проектами. Развитие карьеры в событийном менеджменте.

### **7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

Курсовая работа не предусмотрена

**8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:** Приложение 1.

### **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

#### **9.1. Рекомендуемая литература:**

1. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие : [16+] / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 128 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=573190](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573190)
2. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=684879](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684879)
3. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=621637](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=621637)
4. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=621637](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=621637)
5. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR) : учебное пособие / А. Г. Милюкова ; Алтайский государственный университет. – Барнаул : Алтайский государственный университет, 2020. – 196 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=610849](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=610849)
6. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синаев ; под ред. И. М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 505 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=685454](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=685454)

#### **9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

### **9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://eventum-premo.ru/> - база данных крупнейших Event-агентств в мире
10. <https://eventmarket.ru/> - портал, посвященный организации специальных мероприятий (special Events) и событийному маркетингу (Event marketing)
11. <http://eventros.ru/> - Национальная Ассоциация Организаторов Мероприятий (НАОМ)
12. <https://event.ru/> - журнал Event.ru (новости индустрии, развивающие кругозор события, актуальные интервью, истории успешных event-компаний, профессиональные обзоры, детали, из которых складываются мероприятия, опыт экспертов, фото-репортажи событий, а также многое другое, что полезно знать и интересно изучать каждому, кто связан со сферой организации мероприятий)
13. <https://www.marketing.spb.ru/> - интернет-проект «Энциклопедия маркетинга»

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.
5. Учебно-наглядное оборудование.

#### № 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

#### № 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

## 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень



вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

– **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

– **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

– **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

– **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

– **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

### ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.ДЭ.03.01 СОБЫТИЙНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**  
(элективная дисциплина)

**Для направления подготовки:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**  
*маркетинговый; организационный; авторский*

**Направленность (профиль):**  
«Цифровые коммуникации»

**Формы обучения:**  
очная, очно-заочная, заочная

### *Результаты обучения по дисциплине*

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ПК-2</b> Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<b>ПК-2.3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	<b>Знает:</b> основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Умеет:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Владеет:</b> навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

### *Показатели оценивания результатов обучения*

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>Не знает:</b> основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Не умеет:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Не владеет:</b> навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	<b>В целом знает:</b> основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но допускает грубые ошибки <b>В целом умеет:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но часто испытывает затруднения <b>В целом владеет:</b> навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но часто испытывает затруднения	<b>Знает:</b> основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но иногда допускает ошибки <b>Умеет:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но иногда испытывает затруднения <b>Владеет:</b> навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но иногда испытывает затруднения	<b>Знает:</b> основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Умеет:</b> создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании <b>Владеет:</b> навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

### *Оценочные средства*

#### Задания для текущего контроля

#### **Пример тем для рефератов:**

1. Событийные коммуникации в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Соотношение понятий: событийный маркетинг, событийный менеджмент, ивент-менеджмент, событийный PR.
3. Организация специальных мероприятий как инструмент связей с

- общественностью.
4. Социокультурные функции событийных коммуникаций.
  5. Основные черты и характеристики специальных событий.
  6. Общие принципы и правила подготовки и организации специальных событий.
  7. Понятие события и мероприятия в событийном маркетинге.
  8. Виды специальных событий и социальных мероприятий.
  9. Проектирование «специальных событий». Процесс подготовки специального мероприятия.
  10. Этапы и принципы организации специального события.
  11. Менеджмент деятельности по организации специальных событий.
  12. Оценка эффективности специального мероприятия.

Оценка рефератов производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

### **Промежуточная аттестация**

#### **Примерные вопросы к экзамену:**

1. Специальное событие как PR-объект.
2. Многообразие рекламных и PR-событий: история и современность.
3. Качественные критерии выбора события.
4. Количественные критерии выбора события.
5. Типы организации событий.
6. Планирование события.
7. Разработка организационной структуры проекта события.
8. Сетевое планирование.
9. Различие между проектными и организационными структурами.
10. Виды специальных событий.
11. Коммуникационная система ивент-менеджмента.
12. Бюджет как инструмент управления проектом события.
13. Виды затрат на реализацию события.
14. Методы оценки бюджета проекта «сверху вниз» и «снизу вверх».
15. Важность учета и контроля хода реализации проекта.
16. Метод допустимых границ.
17. Учет методом S-образной кривой.
18. Отчеты о результатах проверок.
19. Планирование учета проекта. Поэтапный учет результатов.
20. Проблема недостатка информации при принятии решений.
21. Метод целевой группы.
22. Метод анализа сил.
23. Парето-анализ.
24. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта.
25. Завершение рекламного или PR-проекта

#### **Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации**

<b>4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)</b>	<b>Двух- балльная шкала (зачет)</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
Отлично	зачтено	1. Полнота	глубокое знание теоретической

		ответов на вопросы и выполнения задания.	части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Федоров Александр Викторович, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 10 от 22.06.2023 г.).