

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 16.01.2023 15:12:23

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«14» апреля 2022 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».

«01» марта 2022 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:

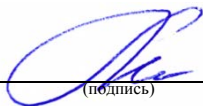
Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД



(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г..

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** обеспечить базовую подготовку обучающихся в области управления event-коммуникациями в сфере рекламы и PR, научить применять полученные теоретические знания и практические навыки в области событийных коммуникаций в своей профессиональной деятельности.

### 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 ОБУЧАЮЩИМСЯ

| Код и наименование компетенции  | Индикаторы достижения компетенции  | Результаты обучения   |
|---|--|---|
| <b>ПК-2</b><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | <b>ПК-2.3.</b><br>Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | <b>Знает:</b><br>основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Умеет:</b><br>создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Владеет:</b><br>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<br>(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<br>(в т.ч. КР / КП) |
|                             |   |                  |                      |                     |                                    |
| 2                           | Разработка организационной структуры проекта события. Планирование события                | 3                | 6                    | -                   | 3                                  |
| 3                           | Виды специальных событий. Ивент-инструменты   | 3                | 8                    | -                   | 3                                  |
| 4                           | Управление бюджетом проекта   | 3                | 8                    | -                   | 3                                  |
| 5                           | Учет и контроль хода реализации события   | 3                | 8                    | -                   | 3                                  |
| 6                           | Решение проблем, связанных с осуществлением проекта. Завершение рекламного или PR-проекта | 3                | 6                    | -                   | 3                                  |
| 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<br>(в т.ч. КР / КП) |
|                             |   |                  |                      |                     |                                    |
| 2                           | Разработка организационной структуры проекта события. Планирование события                | 3                | 3                    | -                   | 6                                  |
| 3                           | Виды специальных событий. Ивент-инструменты   | 3                | 4                    | -                   | 6                                  |
| 4                           | Управление бюджетом проекта   | 3                | 4                    | -                   | 6                                  |
| 5                           | Учет и контроль хода реализации события   | 3                | 4                    | -                   | 6                                  |
| 6                           | Решение проблем, связанных с осуществлением проекта. Завершение рекламного или PR-проекта | 3                | 3                    | -                   | 6                                  |
| 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<br>(в т.ч. КР / КП) |
|                             |   |                  |                      |                     |                                    |
| 2                           | Разработка организационной структуры проекта события. Планирование события                | 1                | 1                    | -                   | 15                                 |
| 3                           | Виды специальных событий. Ивент-инструменты   | 1                | 2                    | -                   | 14                                 |
| 4                           | Управление бюджетом проекта   | 1                | 1                    | -                   | 15                                 |
| 5                           | Учет и контроль хода реализации события   | 1                | 1                    | -                   | 15                                 |
| 6                           | Решение проблем, связанных с осуществлением проекта. Завершение рекламного или PR-проекта | -                | 1                    | -                   | 15                                 |
| 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. Специальное событие как PR-объект. Оценка и выбор события*

Понятие специального события, признаки. Многообразие рекламных и PR-событий: история и современность.

Проблемы, возникающие при выборе события: неопределенность и риск. Качественные критерии выбора события. Количественные критерии выбора события. Принятие решения о воплощении события.

## ***Тема 2. Разработка организационной структуры проекта события. Планирование события***

Что значит «организация». Признаки организации. Различие между проектными и организационными структурами. Типы организации событий. Преимущества и недостатки этих структур, наиболее частые сферы их применения. Смета и бюджет.

Важность планирования. Определение плана. Начало планирования: перечень действий и их взаимосвязь. Бизнес-план. Сетевое планирование: составление сетевого графика проекта, выявление критического пути и резервов времени выполнения отдельных работ проекта. Календарное планирование проектов (графики Ганта). Вероятностная оценка времени выполнения проекта. Оптимизация графики по критерию «затраты-время».

## ***Тема 3. Виды специальных событий. Ивент-инструменты***

Классификации специальных событий: аудитория, сфера, цель, форма, тема. Коммуникационная система ивент-менеджмента. Мероприятия сопровождения.

## ***Тема 4. Управление бюджетом проекта***

Бюджет как инструмент управления проектом события. Виды затрат на реализацию события. Поэтапная оценка бюджета проекта в процессе его подготовки. Исходные данные для оценки проекта. Методы оценки «сверху вниз» и «снизу вверх». Расходы по капитальным и текущим операциям. Когда прогноз расходов превращается в план расходов.

## ***Тема 5. Учет и контроль хода реализации события***

Важность учета и контроля проекта. Зачем нужны проверки: пассивные и активные данные. Планирование учета проекта. Поэтапный учет результатов. Метод допустимых границ. Анализ товарных запасов. Учет методом S-образной кривой. Отчеты о результатах проверок и организация рабочих совещаний. Выработка корректирующих воздействий.

## ***Тема 6. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта. Завершение рекламного или PR-проекта***

Неизбежность проблем, возникающих в процессе реализации проекта. Проблема недостатка информации при принятии решений. Решение о том, когда и как нужно решать данную проблему. Логика и интуиция в решении проблем. Метод целевой группы. Метод анализа сил. Диаграмма Ишикавы. Парето-анализ.

Важность грамотного завершения события. Как определить момент окончания.

## **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 программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

### **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><br>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | <b>ПК-2.3.</b><br>Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | <b>Знает:</b><br>основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Умеет:</b><br>создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Владеет:</b><br>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><br>основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Не умеет:</b><br>создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Не владеет:</b><br>навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | <b>В целом знает:</b><br>основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но допускает грубые ошибки<br><b>В целом умеет:</b><br>создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но часто испытывает затруднения<br><b>В целом владеет:</b><br>навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но часто испытывает затруднения | <b>Знает:</b><br>основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но иногда допускает ошибки<br><b>Умеет:</b><br>создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но иногда испытывает затруднения<br><b>Владеет:</b><br>навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, но иногда испытывает затруднения | <b>Знает:</b><br>основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Умеет:</b><br>создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании<br><b>Владеет:</b><br>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<br/>(экзамен, зачет с<br/>оценкой)</b> | <b>Двух-<br/>балльная<br/>шкала<br/>(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 № 8 от 04.03.2022 г.).