

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 16.12.2025 11:42:30

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14



С.С. Юров

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДЭ.02.01 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

**Москва – 2025**

Разработчик (и): Малышева Марина Константиновна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«17» января 2025 г.  / М.К. Малышева /

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.

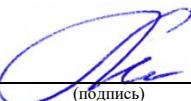
СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры №6 от «22» января 2025 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:** 4 семестр по очной и очно-заочной форме обучения, 5 семестр по заочной форме обучения.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2** – Способен разрабатывать коммуникационные концепции и креативные решения для различных медиаформатов, применяя визуальные, текстовые и аудиовизуальные средства выразительности

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

| Код и наименование компетенции  | Индикаторы достижения компетенции   | Результаты обучения  |
|---|---|--|
| <b>ПК-2</b><br>Способен разрабатывать коммуникационные концепции и креативные решения для различных медиаформатов, применяя визуальные, текстовые и | <b>ПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью<br><b>ПК-2.3.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя визуальные, текстовые и аудиовизуальные средства выразительности | <b>Знает:</b> информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью<br><b>Умеет:</b> создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта<br><b>Владеет:</b> навыком создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие |

|  |  |   |
|--|--|---|
| аудиовизуальные<br>средства<br>выразительности |  | решения с учетом мирового и<br>отечественного опыта |
|--|--|---|

## 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  | 18/8                 |
| <i>в том числе:</i>                        |   |                      |
| Лекции                                     | 18  | 8/4                  |
| Практические занятия                       | 36  | 10/4                 |
| Лабораторные работы                        | -   | -                    |
| <b>Самостоятельная работа</b>              | 54  | 90/96                |
| <i>в том числе:</i>                        |   |                      |
| часы на выполнение КР / КП                 | -   | -                    |
| <b>Промежуточная аттестация:</b>           |   |                      |
| Вид  | Зачет – 4 семестр   | Зачет – 5 семестр    |
| Трудоемкость (час.)                        | -   | -/4                  |
| <b>Общая трудоемкость з.е. /<br/>часов</b> | 3 з.е. / 108 час.   |                      |

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*по очной форме обучения*

| №                           | Наименование                       | Количество часов |                         |                        |                                    |
|-----------------------------|------------------------------------|------------------|-------------------------|------------------------|------------------------------------|
|                             |                                    | Лекции           | Практические<br>занятия | Лабораторные<br>работы | Самост. работа<br>(в т.ч. КР / КП) |
| 1                           | Введение в событийные коммуникации | 4                | 6                       | -                      | 10                                 |
| 2                           | Организация событий                | 6                | 10                      | -                      | 10                                 |
| 3                           | Коммуникация на событиях           | 4                | 8                       | -                      | 10                                 |
| 4                           | Управление событийными проектами   | 4                | 6                       | -                      | 10                                 |
| 5                           | Практические навыки                |                  | 6                       |                        | 14                                 |
| Итого (часов)               |                                    | 18               | 36                      | -                      | 54                                 |
| <b>Форма контроля:</b>      |                                    | <b>Зачет</b>     |                         | -                      |                                    |
| <b>Всего по дисциплине:</b> |                                    | 108/ 3 з.е.      |                         |                        |                                    |

по очно-заочной форме обучения

| №                           | Наименование                       | Количество часов   |                      |                     |                                 |
|-----------------------------|------------------------------------|--------------------|----------------------|---------------------|---------------------------------|
|                             |                                    | Лекции             | Практические занятия | Лабораторные работы | Самост. работа (в т.ч. КР / КП) |
| 1                           | Введение в событийные коммуникации | 2                  |                      | -                   | 18                              |
| 2                           | Организация событий                | 2                  |                      | -                   | 18                              |
| 3                           | Коммуникация на событиях           | 2                  |                      | -                   | 18                              |
| 4                           | Управление событийными проектами   | 2                  |                      | -                   | 18                              |
| 5                           | Практические навыки                |                    | 10                   |                     | 18                              |
| Итого (часов)               |                                    | 8                  | 10                   | -                   | 90                              |
| <b>Форма контроля:</b>      |                                    | <b>Зачет</b>       |                      | <b>-</b>            |                                 |
| <b>Всего по дисциплине:</b> |                                    | <b>108/ 3 з.е.</b> |                      |                     |                                 |

по заочной форме обучения

| №                           | Наименование                       | Количество часов   |                      |                     |                                 |
|-----------------------------|------------------------------------|--------------------|----------------------|---------------------|---------------------------------|
|                             |                                    | Лекции             | Практические занятия | Лабораторные работы | Самост. работа (в т.ч. КР / КП) |
| 1                           | Введение в событийные коммуникации | 1                  |                      | -                   | 19                              |
| 2                           | Организация событий                | 1                  |                      | -                   | 19                              |
| 3                           | Коммуникация на событиях           | 1                  |                      | -                   | 19                              |
| 4                           | Управление событийными проектами   | 1                  |                      | -                   | 19                              |
| 5                           | Практические навыки                |                    | 4                    |                     | 20                              |
| Итого (часов)               |                                    | 4                  | 4                    | -                   | 96                              |
| <b>Форма контроля:</b>      |                                    | <b>Зачет</b>       |                      | <b>4</b>            |                                 |
| <b>Всего по дисциплине:</b> |                                    | <b>108/ 3 з.е.</b> |                      |                     |                                 |

## 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

### ***Тема 5: Практические навыки***

Кейс-стади и анализ реальных событийных проектов. Разработка собственного событийного проекта. Практические упражнения по коммуникации и презентации. Зачет в виде защиты событийного проекта

## **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 BTL-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/> - внтернет-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 конспектировать.

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.02.01 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

**Москва – 2025**

## ***Результаты обучения по дисциплине***

| Код и наименование компетенции   | Индикаторы достижения компетенции  | Результаты обучения  |
|--|--|--|
| <b>ПК-2</b><br>Способен разрабатывать коммуникационные концепции и креативные решения для различных медиаформатов, применяя визуальные, текстовые и аудиовизуальные средства выразительности | <b>ПК-2.2.</b> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | <b>Знает:</b> информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью<br><b>Умеет:</b> создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта<br><b>Владеет:</b> навыком создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта |

| Результат обучения | Критерии оценивания результатов обучения<br>(показатели успешности по уровням освоения) |  |  |   |
|--------------------|---|--|--|---|
|                    | Компетенция не сформирована   | Базовый уровень сформированности компетенции | Средний уровень сформированности компетенции                     | Повышенный уровень сформированности компетенции                 |
| ЗНАНИЯ             | Отсутствие знаний   | Общие, но не структурированные знания        | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы                  | Сформированные структурированные знания                         |
| УМЕНИЯ             | Отсутствие умений   | Частично освоенное умение                    | В основном освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение | Полностью освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение |
| НАВЫКИ             | Отсутствие навыков  | Частично владеет навыками                    | В целом владеет навыком  | Свободно владеет навыком  |

### ***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**

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.

2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.

3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

## **Критерии оценивания**

| <b>4-балльная шкала и 2-балльная шкалы</b> | <b>Критерии</b>  |
|--|--|
| «Отлично» или «зачтено»                    | 1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию.<br>2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.<br>3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.  |
| «Хорошо» или «зачтено»                     | 1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.<br>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.<br>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.      |
| «Удовлетворительно» или «зачтено»          | 1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.<br>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.<br>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения. |
| «Неудовлетворительно» или                  | 1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы,   |

|              |   |
|--------------|---|
| «не зачтено» | <p>предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p> <p>3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.</p> |
|--------------|---|