

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:

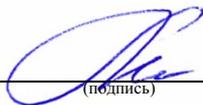
Декан ФУБ



(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 |
|---|--|---|
| ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | Знает: основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Умеет: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Владеет: 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 |
| Аудиторные занятия | 54 | 36/10 |
| <i>в том числе:</i> | | |
| Лекции | 18 | 18/4 |
| Практические занятия | 36 | 18/6 |
| Лабораторные работы | - | - |
| Самостоятельная работа | 18 | 36/89 |
| <i>в том числе:</i> | | |
| часы на выполнение КР / КП | - | - |
| Промежуточная аттестация: | | |
| Вид | Экзамен – 3 семестр | |
| Трудоемкость (час.) | 36 | 36/9 |
| Общая трудоемкость з.е. / часов | 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 |
| Форма контроля: | | <i>экзамен</i> | | | 36 |
| Всего по дисциплине: | | 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 |
| Форма контроля: | | экзамен | | | 36 |
| Всего по дисциплине: | | 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 |
| Форма контроля: | | экзамен | | | 9 |
| Всего по дисциплине: | | 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
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
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
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
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
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

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 приобретает 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 |
|---|--|---|
| ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании | Знает: основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Умеет: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании Владеет: навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании |

Показатели оценивания результатов обучения

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

| 4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой) | Двух- балльная шкала (зачет) | Показатели | Критерии |
|--|---|-------------------|-------------------------------|
| 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.).