



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета бизнес-коммуникаций и
информатики

В.К. Карнаухова

«20» мая 2020 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)

Б1.В.06 Событийный маркетинг

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины
(модуля))*

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки:

**Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*)*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы:

Протокол № 10 от «20» мая 2020 г.

Протокол № 11 от «12» мая 2020 г.

Председатель

В.К. Карнаухова

зав. кафедры

. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
4.3 Содержание учебного материала	6
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	6
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	7
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	8
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	11
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	11
а) основная литература	11
б) дополнительная литература	12
в) периодическая литература	12
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	12
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	13
6.2. Программное обеспечение	14
6.3. Технические и электронные средства	14
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	14
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	15
8.1. Оценочные средства текущего контроля	15
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	16

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков, достаточный для того, чтобы иметь системное представление о методике организации и проведения событий, выработать практические умения и навыки в этой области.

Задачи:

- формирование у студентов базовых теоретических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с событийным маркетингом;
- формирование у студентов практических умений и представлений об основных принципах, методах и технологиях событийного маркетинга;
- формирование знаний и умений использования современного инструментария организации мероприятий для различных сфер общественной жизни;
- содействовать развитию у студентов практических навыков организационной работы посредством подготовки группового событийного проекта.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Событийный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере рекламы и связей с общественностью и отработки практических навыков в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Основы интегрированных коммуникаций;
- Профессионально-ознакомительная.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Фандрайзинг;
- Организация рекламных и пиар-кампаний.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-4 Способность применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	ПК-4.1	При реализации коммуникационного продукта применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-4.2	Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-4.3	Участствует в организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 45 часов на контроль, из них 45 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 27 часов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
1	Понятие и особенности событийного маркетинга	3	2	2	0	4		
2	Общие требования к подготовке и организации специальных событий	3	8	6	0	5		
3	Продвижение событий	3	6	4	0	4		
4	Оценка эффективности события	3	2	4	0	4		
5	Проект специального события	3	0	2	0	10		
Итого за 3 семестр			18	18	0	27	Экз (45)	

Итого часов	18	18	0	27	
--------------------	-----------	-----------	----------	-----------	--

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- - нием ДОГ)		
3	Понятие и особенности событийного маркетинга	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, подготовка доклада	сентябрь	4 (4)	Тест, Пз	Романцов А.Н. Event-маркетинг: Сущность и особенности организации: Практическое пособие / А.Н. Романцов. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017 – 116 с. сирфак (18) Гойхман, Оскар Яковлевич. Организация и проведение мероприятий [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / О. Я. Гойхман. - 2-е изд. - М. : Инфра-М, 2012. - 136 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 133-134. - ISBN 978-5-16-004998-4 : сирфак (5)
3	Общие требования к подготовке и организации специальных событий	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	октябрь	5 (5)	Тест, КЛ	Шпаковский, Вячеслав Олегович. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций [Текст] : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3. - М. : Дашков и К', 2013. - 127 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 125-127. - ISBN 978-5-394-02168-8 : всего 6 Бердышев, Сергей Николаевич. Организация выставочной деятельности [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Бердышев. - М. : Дашков и К', 2010. - 228 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 228. - ISBN 978-5-394-00932-7 : сирфак (5) Муромцева, Анна Валерьевна. Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации [Текст] : научное издание / А. В. Муромцева. - М. : Флинта ; [Б. м.] : Наука, 2011. - 109 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 108-109. - ISBN 978-5-9765-1005-0. - ISBN 978-5-02-037318-1 : всего 3
3	Продвижение событий	Для овладения знаниями: чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета	ноябрь	4 (4)	Тест, Пз, КЛ	Романцов А.Н. Event-маркетинг: Сущность и особенности организации: Практическое пособие / А.Н. Романцов. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017 – 116 с. сирфак (18)
3	Оценка эффективности события	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы	декабрь	4 (4)	Тест, КР	Шпаковский, Вячеслав Олегович. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций [Текст] : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3. - М. : Дашков и К', 2013. - 127 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 125-127. - ISBN 978-5-394-02168-8 : всего 6

3	Проект специального события	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену</p>	декабрь	10 (10)	Пз	<p>1. Бердышев, Сергей Николаевич. Организация выставочной деятельности [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Бердышев. - М. : Дашков и К', 2010. - 228 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 228. - ISBN 978-5-394-00932-7 : сирфак (5) 2. Шпаковский, Вячеслав Олегович. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций [Текст] : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3. - М. : Дашков и К', 2013. - 127 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 125-127. - ISBN 978-5-394-02168-8 : всего 6 3. Гойхман, Оскар Яковлевич. Организация и проведение мероприятий [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / О. Я. Гойхман. - 2-е изд. - М. : Инфра-М, 2012. - 136 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 133-134. - ISBN 978-5-16-004998-4 : сирфак (5) 4. Вайндорф-Сысоева, Марина Ефимовна. ОРГАНИЗАЦИЯ ЛЕТНЕГО ОТДЫХА ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ [Электронный ресурс] : учебное пособие / Вайндорф-Сысоева М.Е. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 160 с. - (Университеты России). - Режим доступа: http://www.biblio-online.ru/book/6D5E2776-F971-4553-8A06-683F7D2777C5. - Режим доступа: "ЭБС Юрайт". - 5. - ISBN 978-5-9916-9181-9 : 5. Романцов А.Н. Event-маркетинг: Сущность и особенности организации: Практическое пособие / А.Н. Романцов. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017 - 116 с. сирфак (18) б) дополнительная литература 1. Муромцева, Анна Валерьевна. Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации [Текст] : научное издание / А. В. Муромцева. - М. : Флинта ; [Б. м.] : Наука, 2011. - 109 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 108-109. - ISBN 978-5-9765-1005-0. - ISBN 978-5-02-037318-1 : всего 3</p>
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				27		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				27		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				27		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	<p>Понятие и особенности событийного маркетинга</p> <p>Общие требования к подготовке и организации специальных событий</p> <p>Продвижение событий</p> <p>Оценка эффективности события</p> <p>Проект специального события</p>
Формы текущего контроля	Тест, доклад/презентация, практическое задание, конспект лекций, контрольная работа, проект
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Использование событийного маркетинга в маркетинговой деятельности компаний (на примере).	2 (0)	Тест, Д	ПК-4.2, ПК-4.1, ПК-4.3
2	2	Работа с агентствами. Ознакомиться с основными рисками при подготовке к мероприятию. Подготовка доклада и презентации по видам событий	6 (0)	Тест, Пз, Д	ПК-4.2, ПК-4.1
3	3	Работа с кейсом	4 (0)	Тест, Пз	ПК-4.2, ПК-4.1
4	4	Работа с кейсом	4 (0)	Тест, Пз	ПК-4.2, ПК-4.1
5	5	Защита проекта.	2 (0)	Проект	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Понятие и особенности событийного маркетинга	Найти примеры наиболее масштабных мероприятий событийного маркетинга	ПК-4	ПК-4.3
2	Общие требования к подготовке и организации специальных событий	Особенности подготовки и проведения событий по видам.	ПК-4	ПК-4.2
3	Продвижение событий	Выбрать и обосновать каналы коммуникации для продвижения планируемого события. Изучить способы продвижения будущих мероприятий; основные технологии работы в социальных сетях и т.д. Найти примеры нестандартного продвижения мероприятий	ПК-4	ПК-4.1 ПК-4.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
4	Оценка эффективности события	Ознакомиться с основными факторами, влияющими на бюджет. Рассмотреть пути снижения расходов. Подготовка к контрольной работе	ПК-4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
5	Проект специального события	Подготовка. Проработка плана мероприятия.	ПК-4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной

деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина Планируемые результаты самостоя-

тельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титальный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Бердышев, Сергей Николаевич. Организация выставочной деятельности [Текст] :

учеб. пособие / С. Н. Бердышев. - М. : Дашков и К', 2010. - 228 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 228. - ISBN 978-5-394-00932-7 : 172.83 р.

2. Гойхман, Оскар Яковлевич. Организация и проведение мероприятий [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / О. Я. Гойхман. - 2-е изд. - М. : Инфра-М, 2012. - 136 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 133-134. - ISBN 978-5-16-004998-4 : 172.00 р.

3. Шпаковский, Вячеслав Олегович. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций [Текст] : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 3. - М. : Дашков и К', 2013. - 127 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 125-127. - ISBN 978-5-394-02168-8 : 121.00 р., 136.29 р.

4. Красовская Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4

б) дополнительная литература

1. Муромцева, Анна Валерьевна. Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации [Текст] : научное издание / А. В. Муромцева. - М. : Флинта : Наука, 2011. - 109 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 108-109. - ISBN 978-5-9765-1005-0. - ISBN 978-5-02-037318-1 : 113.12 р., 129.60 р.

2. Вайндорф-Сысоева, Марина Ефимовна. ОРГАНИЗАЦИЯ ЛЕТНЕГО ОТДЫХА ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ [Электронный ресурс] : учебное пособие / Вайндорф-Сысоева М.Е. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 160 с. - (Университеты России). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9916-9181-9 : 340.00 р.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. 1. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

2. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>

3. ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11 2018 г.

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

— ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт №

54 от 14.11.2018 г.

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем». Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMD Athlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b (24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177 BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	Условия правообладателя
2	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообладателя	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
3	Продвижения мероприятий	практика	Кейс	2
5	Проект	практика	Проектные методы обучения	2

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	Понятие и особенности событийного маркетинга. Общие требования к подготовке и организации специальных событий. Продвижение событий. Оценка эффективности события.	ПК-4.2, ПК-4.1, ПК-4.3
2	Доклад/презентация	Понятие и особенности событийного маркетинга. Общие требования к подготовке и организации специальных событий.	ПК-4.1, ПК-4.2
3	Практическое задание	Понятие и особенности событийного маркетинга. Общие требования к подготовке и организации специальных событий. Продвижение событий. Оценка эффективности события. Проект специального события.	ПК-4.3, ПК-4.2, ПК-4.1
4	Конспект лекций	Общие требования к подготовке и организации специальных событий. Продвижение событий.	ПК-4.2
5	Контрольная работа	Оценка эффективности события.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
6	Проект	Проект специального события.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Вид интегрированных маркетинговых коммуникаций представляющих собой комплекс

мероприятий, направленных на продвижение бренда во внутренней и/или внешней маркетинговой среде посредством организации специальных событий

- a. Специальное событие
- b. Специальное мероприятие
- c. Событийный маркетинг

2. *Задание открытой формы. Введите ответ.*

Мероприятия, реально происходящие в организационной деятельности называются?

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Понятие события и мероприятия в событийном маркетинге
2. Событийный маркетинг: цели, задачи, роль
3. Технологии событийного маркетинга, их характеристика, примеры.
4. Охарактеризуйте особенности событийного маркетинга
5. Организация и проведение выставки
6. Организация и проведение дня открытых дверей
7. Организация и проведение церемонии открытия
8. Организация и проведение презентации
9. Охарактеризовать последовательность этапов разработки мероприятия
10. Охарактеризовать жизненный цикл организации мероприятия
11. Какова структура технической и мотивирующей части описания события?
12. Опишите базовые правила оформления встреч в социальных сетях для продвижения событий
13. Перечислите современные инструменты продвижения специальных мероприятий
14. Перечислите основные статьи расходов на ивент-мероприятие
15. Опишите качественные и количественные факторы эффективности события
16. Перечислите основные статьи доходов на ивент-мероприятии
17. Перечислите основные риски при проведении мероприятия

Другие оценочные средства:

1. кейс

Ситуация: открытие кафе. Дата - 8 марта

Задача: Привлечь внимание горожан к открытию кафе, создать клиентский поток.

20

Запрещено использовать следующие каналы продвижения: сайт кафе, соц.сети, мессенджеры

2. Приведите пример конкретного события конкретной компании в родном регионе или городе. Ответьте на вопросы:

- Какие цели преследует организатор
- Какие цели преследует зритель/участник мероприятия
- Присутствуют ли узнаваемые элементы фирменного стиля и логотип заказчика/организатора
- Легко ли было понять, кто является заказчиком мероприятия
- Соответствует ли оформление рекламных материалов общей стилистике мероприятия
- Присутствуют ли на мероприятии другие организации-спонсоры

- Была ли раздача гостям бесплатной продукции (сувенирная брендируемая продукция, дополнительные информационные материалы, образцы продукции и т.п.)?
 - Предлагались ли дополнительные услуги на мероприятии (питание, косметические услуги, зоны отдыха, художники\фотографы на мероприятии, актеры и т.п.)
 - Использовалась ли для мероприятия специальная идея, тематика (вечеринка в стиле «...»,)
 - Насколько хорошо выдержана эта стилистика (зрительные элементы, музыка, питание,)
 - Оправдало ли ожидание участие в этом мероприятии
3. Выбрать и охарактеризовать один из видов мероприятия
1. Организация и проведение конференции. Понятие конференции. Возникновение и правовое закрепление идеи конференции. Создание оргкомитета и его функции. Информирование потенциальных участников. Разработка регламента конференции. Встреча, размещение, питание и проводы участников конференции. Регистрация участников конференции. Культурная программа. Пример.
 2. Организация и проведение презентации фирмы/товара. Понятие презентации. Классификация презентаций. Цели и задачи презентации фирмы. Структура презентации. Этапы проведения презентации. Презентационная речь и методика работы над ней. Пример.
 3. Организация и проведение выставки. Классификация выставок. Предвыставочная реклама. Особенности работы на выставке. Стенд как способ коммуникации. Послевыставочная стадия. Пример.
 4. Организация и проведение празднования юбилея фирмы. Юбилей как вид корпоративного мероприятия. Составление плана подготовки к празднованию юбилея. Разработка сценария празднования.
 5. Организация и проведение фестиваля. Понятие. Цели и задачи. Классификация фестивалей. Основные жанры. Технология подготовки и проведения фестиваля. Пример.

Разработчики:



(подпись)

старший преподаватель

(занимаемая должность)

А.Ю. Полавкова

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 11 от «12» мая 2020 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.