

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра медиакommunikаций

ИВЕНТ-КОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.05 Медиакommunikации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакommunikации

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Ивент-коммуникации

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Д.п.н, доцент, заведующий кафедрой медиакоммуникаций В.В.Волкова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

медиакоммуникации

№ 4 от 17.12.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	
2.	Структура дисциплины.....	
3.	Содержание дисциплины.....	
4.	Образовательные технологии.....	
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....	
5.1	Система оценивания.....	
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине.....	
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	
6.1	Список источников и литературы.....	
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	
9.	Методические материалы.....	
9.1	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....		

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов компетенций, необходимых для эффективной работы в сфере BTL- услуг.

Задачи дисциплины:

- знать понятие, основные функции и принципы немедийных коммуникаций;
- знать и понимать теоретические основы функционирования каналов BTL коммуникаций;
- формирование компетенций по самостоятельной реализации маркетинговой кампании на всех ее этапах.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен ориентироваться в сфере медиа, умеет работать с источниками информации, ведет профессиональные коммуникации в медиа сфере	ПК-2.1. Ведет профессиональную деятельность в соответствии с законодательными, конкретно-историческими и содержательно-формальными требованиями к медиапродукту	<i>Знать:</i> содержательно-формальные требования к медиапродукту; <i>Уметь:</i> разрабатывать контент в соответствии с содержательно-формальными требованиями к медиапродукту; <i>Владеть:</i> инструментами создания контента.
	ПК-2.2. Владеет навыками работы с источниками в целях решения профессиональных задач	<i>Владеть:</i> навыками работы с источниками в целях решения профессиональных задач.
	ПК-2.3. Владеет навыками построения деловых коммуникаций в медиасфере	<i>Владеть:</i> навыками построения деловых коммуникаций в медиасфере
ПК-3. Способен проводить анализ целевой аудитории, контроль и оценку эффективности медиапродукта	ПК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде	<i>Знать:</i> содержание стратегии сотрудничества; <i>Уметь:</i> выбирать средства достижения поставленной цели;
	УК-3.2. Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и	<i>Знать:</i> специфику взаимодействия в команде в процессе реализации коммуникационных кампаний <i>Уметь:</i> взаимодействовать с

опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия	членами команды путем обмена информацией, знаниями и опытом; <i>Владеть:</i> этическими нормами взаимодействия
--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ивент-коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Теория и практика связей с общественностью», «Визуальные коммуникации», «Базовые инструменты медиакоммуникаций», «Сторителлинг», «Теория и практика медиакоммуникаций», Профессионально-ознакомительная практика.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения дальнейших дисциплин и прохождения практик: «Стартап-проектирование», производственная (преддипломная) практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов), в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 66 ч.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	10
5	Семинары/лабораторные работы	32
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Введение в немедийные коммуникации	Понятие «немедийные коммуникации». Функции немедийных коммуникаций. Виды немедийных коммуникаций. Роль немедийных коммуникаций в продвижении компании или продукта компании. Тренды, рекламный рынок и место немедийных коммуникаций в нем, про Progression Group как крупнейшего игрока в немедийных коммуникациях. Информация про Progression Group. Экскурсия по агентству.
2	Стратегия	Тема 2. Как построить структуру от цели к реализации (к конкретным активациям).

		Основные отличия BTL стратегии; понятие инсайта и как он используется в BTL. Поканальное планирование; оценка кампании.
3	Креатив	Тема 3. Что такое креатив, каким он бывает в категории "Специальные и промоушен мероприятия", как он создается. Навыки презентации.
4	Consumer promo	Тема 4. механики; терминология, встречающаяся в обозначении механик. Отличие потребительского маркетинга от трейда. Краткий путь разработки потребительской кампании. Выбор типа механики от цели на модели воронки продаж. Классификация BTL-механик (NCP, 1-2-1, self-gu). Обзор и отличительные черты каждого типа механик, бенчмарки эффективности, практическое упражнение. Типы механик, подбор механик в зависимости от задач клиента (колесо) с кейсами. Интерактив – определение задачи по механике и наоборот.
5	Trade marketing	Тема 5. Стимулирование сбыта через торговые каналы (Trade Promo). Сегментация торговых каналов. Push&pull стратегия. Программы лояльности (retail loyalty programs). Трейд маркетинг бриф и реализация ТМ программы. Мерчандайзинг: понятие, принципы и виды. Стационарный vs визитный. Совмещенный vs эксклюзивный. Визуальный vs тяжелый. Категорийный менеджмент. Виды POSM. Ритейл. Эволюция. Виды, Формы, Перспективы. Взаимодействие с другими участниками цепи товародвижения. Коммуникация в местах продаж.
6	Shopper marketing	Тема 6. Покупатель и потребитель. Новое направление в сфере маркетинга: определение. Зарубежный и российский опыт. Проблемы и задачи: управление поведением потребителя в точке продаж. Модели управления поведением потребителя в точке продаж. 3 принципа формирования сообщения брендов в точке продаж.
7	Event marketing	Тема 7. Что такое событийный маркетинг. Чем отличается. Виды ивентов по целям и форматам. Эволюция (на примере наших и других кейсов). Бюджетообразование/ смета. Кто делает ивенты/ команда. Важные этапы подготовки ивента.
8	Digital marketing: online индустрия для продвижения брендов.	Тема 8. Клиентский бриф и финальная презентация для клиента.

4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Event в стратегических коммуникациях	Лекция 1 (1 час) Семинар 1 (4 часа) Самостоятельная работа (8 часов)	Вводная лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы. Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
2.	Виды и цели специальных мероприятий	Лекция 2 (2 часа) Семинар 2 (4 часа) Самостоятельная работа (10 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к классификации специальных мероприятий, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы. Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.

3.	Основные этапы организации специальных мероприятий	<p>Лекция 3 (2 часа)</p> <p>Семинар 3 (4 часа)</p> <p>Самостоятельная работа (8 часов)</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению специальных мероприятий, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы.</p> <p>Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
4.	Технология подготовки мероприятия	<p>Лекция 4 (1 час)</p> <p>Семинар 4 (4 часа)</p> <p>Самостоятельная Работа (8 часов)</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению специальных мероприятий, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы.</p> <p>Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
5.	Пространственно-временные рамки специальных мероприятий	<p>Лекция 5 (1 час)</p> <p>Семинар 5 (4 часа)</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению специальных мероприятий, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы.</p> <p>Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с</p>

		Самостоятельная работа (8 часов)	помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
6.	Способы привлечения интереса к специальным мероприятиям	Лекция 6 (1 час) Семинар 6 (4 часа) Самостоятельная работа (8 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению специальных мероприятий, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы. Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
7.	Информационное сопровождение мероприятий	Лекция 7 (1 час) Семинар 7 (4 часа) Самостоятельная работа (8 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению специальных мероприятий, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы. Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
8.	Методы и специфика оценки эффективности специальных мероприятий	Лекция 8 (1 час) Семинар 8 (4 часа)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению специальных мероприятий, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы.

		Самостоятельная работа (8 часа)	Консультирование и проверка заданий на самостоятельную работу с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
--	--	---------------------------------	--

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - <i>опрос</i> - <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	<i>2 балла</i> <i>2 балла</i>	<i>32 баллов</i> <i>28 баллов</i>
Промежуточная аттестация		<i>40 баллов</i>
Итого за семестр <i>экзамен</i>		<i>100 баллов</i>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и, по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Вопросы к промежуточной аттестации (экзамен)

1. Сущность маркетинговых коммуникаций, их роль и место в системе
2. маркетинга.
3. Этапы развития и современная модель процесса маркетинговых коммуникаций.
4. Структура комплекса немедийных коммуникаций и ее элементы.
5. Сущность брендинга, основные атрибуты бренда.
6. Понятие выставочной, спонсорской деятельности, product placement.
7. Актуальность немедийных коммуникаций в современных условиях.
8. Сущность, цели и задачи деятельности по связям с общественностью.
9. Уровни развития связей с общественностью в компании.
10. Понятие и правила составления пресс-релиза.
11. Методика организации пресс-конференции.
12. Планирование и осуществление деятельности по связям с общественностью.
13. Сущность и основные признаки мероприятий прямого маркетинга.
14. Прямая почтовая рассылка, ее основные преимущества, правила формирования рекламно-информационного пакета, факторы долгосрочного действия.
15. Планирование и реализация кампании прямого маркетинга.
16. Личная продажа как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций,
17. ее основные формы.
18. Типы и функции торгового персонала.
19. Сущность мероприятий по стимулированию сбыта, основные преимущества и недостатки.
20. Выбор средств стимулирования сбыта.
21. Способы стимулирование покупателей.
22. Стимулирование сбытовой сети.
23. Стимулирование торговых посредников.

24. Разработка комплексной программы стимулирования сбыта.
25. Спонсорская деятельность.
26. Выставочная деятельность в комплексе маркетинговых коммуникаций.
27. События досуга: спорт, музыка, отдых.
28. Культурные события: церемониальные, религиозные, мемориальные и фольклорные.
29. Персональные события: торжества, юбилеи, свадьбы, дни рождения.
30. Организационные события: коммерческие, политические, Ивентменеджмент.
31. Творческая разработка Ивент-проекта.
32. Реализация и координация Ивент-проекта.
33. Анализ результатов реализации Ивент-проекта.
34. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
35. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
36. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
37. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
38. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
39. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
40. Мультипликативный маркетинговый эффект от ивент-мероприятий.
41. Целевая аудитория ивент-мероприятий.
42. Внутренняя аудитория ивент-мероприятий
43. Ивент: основные черты и признаки.
44. Проблема классификации ивентов.
45. Этапы создания и проведения ивентов.
46. Коммуникативные технологии в ивент-менеджменте, сущность и основные черты и функции.
47. Возможные эффекты ивента.
48. Проблема оценки эффективности ивента.
49. Специальные события в ивент-менеджменте.
50. Ивент в коммерческой сфере: сущность и основные черты и функции.
51. Ивент в политической сфере: сущность и основные черты и функции
52. Ивент в сфере государственного управления: сущность и основные черты и функции. Роль и место media relations в Ивент-менеджменте,
53. Новые и нетрадиционные ивенты: сущность, специфика и место реализации.
54. Проблема мифов и мифотворчества в Ивент-менеджменте.
55. Проблема поиска целевых аудиторий ивента.
56. Смета и бюджет ивента.
57. Понятие «антикризисный ивент»: сущность и основные черты.
58. Специфика проведения ивентов в современной России.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная

1. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2022. - 247 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-369-01531-5 В доступе: <https://znanium.ru/catalog/document?id=399995>
2. Астафьева, И. Е. Разработка сценариев для специальных событий : учебно-методическое пособие / И. Е. Астафьева. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. — 28 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/180299>

3. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2021. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04020-7. <https://znanium.com/catalog/product/1442306>

Дополнительная

1. Пашоликов, М. С. Управление событиями. Стратегия. Тактика. Практика : руководство / М. С. Пашоликов. — Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. — 52 с. — ISBN 978-5-8064-2750-3 URL: <https://e.lanbook.com/book/136678>
2. Авдюкова, А. Е. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / А. Е. Авдюкова. — Екатеринбург : УрГПУ, 2018. — 107 с. — ISBN 978-5-7186-0979-0. URL: <https://e.lanbook.com/book/253979>
3. Event-маркетинг: Сущность и особенности организации; Романцов А. Н; 2010; Издательский дом "Дашков и К"

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Форум для профессионалов ивент индустрии и их заказчиков [сайт]. – Режим доступа: <https://event-live.ru/>

Портал «Люди и коммуникации» [сайт]. – Режим доступа: <https://www.pcg-event.com/>

Портал «НАОМ. Национальная ассоциация организаторов мероприятий» [сайт]. – Режим доступа: <http://eventros.ru/>

Коммуникационная группа «СОБЫТИЕ» [сайт]. – Режим доступа: <http://www.sobytie.ru/>

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -<http://www.skrin.ru/>

Журналы Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Журналы Taylor and Francis

Профессиональные полнотекстовые БД

JSTOR

Издания по общественным и гуманитарным наукам

Электронная библиотека Grebennikon.ru

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс

2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специализированная мебель: рабочие места для обучающихся; рабочее место для педагогического работника; доска.

Демонстрационное оборудование/Технические средства: мультимедийный проектор (стационарный); персональный компьютер (стационарный); проекционный экран

Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Комплект специализированной мебели: учебная мебель, компьютерные столы

Технические средства: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду РГГУ (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi). Компьютеры для обучающихся.

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1.	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2.	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
3.	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
4.	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
5.	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
6.	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
7.	Zoom	Zoom	лицензионное
8.	Adobe Reader	Adobe	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Event в стратегических коммуникациях (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Актуальность немедийных коммуникаций в современных условиях.
2. Смысл ивент-менеджмента, роль ивента в PR, рекламе и маркетинге.
3. Определение объектов ивент-менеджмента и целевых аудиторий, формулирование целей ивентов.
4. Ивент-менеджмент: сущность, идеологические и концептуальные принципы создания технологий.
5. Сущность маркетинговых коммуникаций, их роль и место в системе маркетинга.
6. Структура комплекса немедийных коммуникаций и ее элементы.
7. Мультипликативный маркетинговый эффект от ивент-мероприятий.
8. Ивент: основные черты и признаки.

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

Тема 2. Виды и цели специальных мероприятий (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Проблема классификации ивентов.
2. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
3. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
4. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
5. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
6. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
7. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
8. Понятие выставочной, спонсорской деятельности, product placement.

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

Тема 3. Основные этапы организации специальных мероприятий (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы разработки ивентов
2. Аналитические мероприятия на этапе подготовки к реализации: SWOT-анализ, STEEP-анализ.
3. Этапы создания и проведения ивентов.
4. Пять стадий становления мероприятия по Дж. Голдблатту.
5. Жизненный цикл мероприятия:
6. Подготовка проекта мероприятия, установка обратной связи с целевой аудиторией, планирование специальных мероприятий

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

Тема 4. Технология подготовки мероприятия (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Смета и бюджет ивента.
2. Коммуникативные технологии в ивент-менеджменте, сущность и основные черты и функции.

3. Творческая разработка Ивент-проекта.
4. Реализация и координация Ивент-проекта.
5. Формы привлечения финансовых средств для проведения ивентов.
6. Предмет фандрайзинга в ивент-менеджменте.
7. Объекты фандрайзинга: частные лица, группа частных лиц, коммерческие организации, фонды, правительственные организации.
8. Роль и место media relations в Ивент-менеджменте.

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

Тема 5. Пространственно-временные рамки специальных мероприятий (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Сегментация торговых каналов. Push&pull стратегия.
2. Программы лояльности (retail loyalty programs).
3. Трейд маркетинг бриф и реализация ТМ программы.
4. Мерчандайзинг: понятие, принципы и виды.
5. Стационарный vs визитный. Совмещенный vs эксклюзивный. Визуальный vs тяжелый. Категорийный менеджмент.
6. Виды POSM. Ритейл. Эволюция. Виды, Формы, Перспективы.
7. Взаимодействие с другими участниками цепи товародвижения. Коммуникация в местах продаж.

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

Тема 6. Способы привлечения интереса к специальным мероприятиям (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Новое направление в сфере маркетинга: определение.
2. Зарубежный и российский опыт.
3. Проблемы и задачи: управление поведением потребителя в точке продаж.
4. Модели управления поведением потребителя в точке продаж.
5. 3 принципа формирования сообщения брендов в точке продаж.

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

Тема 7. Информационное сопровождение мероприятий (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Роль СМИ в поддержке ивентов: значение, виды, различия, функции.
2. Основные правила работы ивент-менеджеров с представителями СМИ. Технологии формирования базы координат представителей СМИ. «Информационный повод» для обращения к СМИ: виды поводов, технология «создания».
3. Виды PR-текста при поддержке ивентов (новостного PR-инструментария): новость, пресс-релиз, заметки, факт-лист, backgrounder, видеоньюсрелиз и пр.
4. Мониторинг деятельности и взаимодействия ивент-менеджеров со СМИ. Мониторинг эффективности продвижения информации в СМИ.

5. Пресс-пул организации в ходе освещения ивентов: структура, цели, процесс создания.
6. Формы работы со СМИ: размещение новостей, рассылка пресс-релизов, проведение пресс-конференций (брифингов), организация пресс-трипа, предоставление образцов, организация интервью, «слив» информации, блоггинг.

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

Тема 8. Методы и специфика оценки эффективности специальных мероприятий (4 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ результатов реализации Ивент-проекта.
2. Проблема оценки эффективности ивента.
3. Ключевые показатели эффективности мероприятий (KPI).
4. Последовательность оценки эффективности специального мероприятия.
5. Методы оценки эффективности специальных мероприятий.
6. Оценка работы сотрудников над ивент-проектом (event management).

Материально-техническое обеспечение занятия: занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://netology.ru/>.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Ивент-коммуникации» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – формирование у студентов компетенций, необходимых для эффективной работы в сфере BTL- услуг.

Задачи дисциплины:

- знать понятие, основные функции и принципы немедийных коммуникаций;
- знать и понимать теоретические основы функционирования каналов BTL коммуникаций;
- формирование компетенций по самостоятельной реализации маркетинговой кампании на всех ее этапах.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Ведет профессиональную деятельность в соответствии с законодательными, конкретно-историческими и содержательно-формальными требованиями к медиапродукту

ПК-2.2. Владеет навыками работы с источниками в целях решения профессиональных задач

ПК-2.3. Владеет навыками построения деловых коммуникаций в медиасфере

ПК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде

УК-3.2. Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: содержательно-формальные требования к медиапродукту; содержание стратегии сотрудничества; специфику взаимодействия в команде в процессе реализации коммуникационных кампаний.

Уметь: разрабатывать контент в соответствии с содержательно-формальными требованиями к медиапродукту; выбирать средства достижения поставленной цели; взаимодействовать с членами команды путем обмена информацией, знаниями и опытом.

Владеть: инструментами создания контента; навыками работы с источниками в целях решения профессиональных задач; навыками построения деловых коммуникаций в медиасфере; этическими нормами взаимодействия.

По дисциплине «Ивент-коммуникации» предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Ивент-коммуникации» составляет 3 зачетных единицы.