



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

---

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»  
Руководитель ОП 42.04.01  
«Реклама и связи с общественностью»

  
\_\_\_\_\_ Н.А. Аргылов

«10» января 2021

«УТВЕРЖДАЮ»  
Директор департамента  
коммуникаций и медиа

  
\_\_\_\_\_ Н.А. Аргылов

«10» января 2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**«Событийные коммуникации»**

Направление подготовки - 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью»

**Форма подготовки очная**

курс 4 семестр 7  
лекции 18 час.  
практические занятия 18 час.  
лабораторные работы 0 час.  
в том числе с использованием МАО лек./пр. 10/лаб. 0 час.  
самостоятельная работа 36 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 36 час.  
контрольные работы (количество) не предусмотрено  
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрено  
экзамен 2 семестр

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. №512) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 03 от «10» января 2021 г.

Директор ДКМ: канд. полит.наук,  
Составитель: к. культурологии

\_\_\_\_\_ Аргылов Н.А.  
\_\_\_\_\_ Бутырин Д.А.

Владивосток  
2021

**Оборотная сторона титульного листа РПУД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## **Аннотация дисциплины**

### **Событийные коммуникации**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часа. Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 4 курсе (7 сем.) и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 36 часов.

Язык реализации – русский.

**Цель:** освоения дисциплины «Событийные коммуникации» является обеспечение базовой подготовки студентов в области управления event-коммуникациями в сфере рекламы и PR, чтобы по окончании обучения они были в состоянии самостоятельно осуществлять событийный менеджмент. Задачи дисциплины: - способствовать формированию у студентов широкого представления об ивентменеджменте; - раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления событиями; - продемонстрировать на практических примерах решение ряда практических задач, встречающихся при управлении событийными коммуникациями; - содействовать самостоятельной работе студентов в области управления событиями, которая позволит им отработать практические навыки планирования и управления проектами.

#### **Задачи:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Знать: – как организовывать инновационную деятельность в компании; – как грамотно прорабатывать основную идею проекта, и презентовать ее; – как выявлять ключевых участников проекта и влиять на них.
- Уметь: – планировать свой проект по срокам и ресурсам; – контролировать проект и прогнозировать ход его реализации;
- Владеть: – навыками управления рисками и изменениями; – создания команды проекта и управления ей.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК -2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК -2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде ПК -2.2 Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет ПК -2.3 Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет
Авторский	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

## II. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачёт. ед. (144 академ. час.).

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине являются:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

### Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР		Контроль
1		7	18	5	18		36	36	Дискуссия, доклад, творческие

									задания экзамен
	Итого:		18		18		36	36	

### **III СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

#### **Лекционные занятия (18 ч.)**

##### **Тема 1. Общие вопросы событийного маркетинга (2 часа)**

Особенности и тенденции развития событийного маркетинга в зарубежных странах. Компетенции и обязанности событийного менеджера. Виды eventкомпаний.

##### **Тема 2. Событие как инструмент маркетинговых коммуникаций (2 часа)**

Понятие и характеристики событий. Преодоление возрастных и культурных различий аудитории при проведении событий. Местные историко-культурные и ландшафтноклиматические особенности в событийном маркетинге.

##### **Тема 3. Событийный менеджмент и процесс разработки маркетинговых мероприятий. (2 часа)**

Этапы событийного менеджмента . Продвижение события («pre-event, eventandpost-eventpromotion»). Программа события и паспорт события. Цель события, событийная концепция, событийная идея («message») и целевая аудитория.

##### **Тема 4. Управление креативным аспектом события (2 часа)**

Приемы создания креативных концепций событий. Сценарно-драматургическая основа события и структурные элементы сценария мероприятия (экспозиция, завязка, кульминация, развязка).

### **Тема 5. Маркетинговая среда в событийном маркетинге (2 часа)**

Событийный маркетинг как инструмент управления персоналом (корпоративные мероприятия). Специальное мероприятие в контексте политических коммуникаций и политические директ-технологии. Событийный маркетинг для некоммерческих организаций.

### **Тема 5 . Технологии и инструменты событийного маркетинга. (2 часа)**

Ивент-инструменты. Коммуникационная система ивент-менеджмента. Мероприятия сопровождения. ВТL-акции, прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг, интернет маркетинг, клубы лояльности.

### **Тема 6. Управление бюджетом проекта (2 часа)**

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

### **Тема 7. Спонсорство (техническое, информационное, финансовое). (2 часа)**

Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.

### **Тема 8. Учет и контроль хода реализации события (2 часа)**

Важность учета и контроля проекта. Пассивные и активные данные. Планирование учета проекта. Поэтапный учет результатов. Метод допустимых границ. Анализ товарных запасов. Отчеты о результатах проверок и организация рабочих совещаний.

### **Тема 9. Критерии эффективности мероприятия. (2 часа)**

Взаимосвязь целей и критериев эффективности. Эффективность некоммерческих мероприятий. Контент-анализ и метод экспертного опроса.

#### **IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

##### **Практические занятия**

**(18 часов)**

Практические занятия проводятся по следующему алгоритму:

А) заслушивание выступлений обучающихся по вопросам занятия.

Формы выступлений: доклады, доклады с презентациями.

Б) дискуссия по основным положениям темы с целью закрепления материала.

В) выступления по результатам выполнения домашних заданий.

Задания, включающие исследования, выдаются на группу студентов (минимум 3 человека). Защита - в форме доклада с презентацией (не более 15 минут).

Практические занятия проводятся в дискуссионной форме. с использованием инструментов активного и интерактивного обучения проводятся с использованием метода коллективного обсуждения вариантов решений одних и тех же практических заданий.

##### **Занятие 1. Событийный маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

событийный менеджмент,

ATL, BTL, PR тренинг,

развлекательный маркетинг,

эмпирический маркетинг,

нейро-маркетинг, шоу-маркетинг).

Объекты событийного маркетинга (дизайнеры, копирайтеры,



креативные проекты и продукты)

Субъекты событийного маркетинга (менеджер проекта, бренд-менеджер, рекламодатель, креативный и артдиректор).

## **Занятие 2. Классификация задачи событий ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

Задачи событий (по маркетинговой среде: внешние и внутренние; маркетинговой среды: политические, корпоративные, социальные, культурные, научные, спортивные; по характеру взаимодействия участников; по масштабам целевой аудитории; по маркетинговым задачам).

## **Занятие 3. Принципы событийного маркетинга ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

принцип единства и ограниченности времени и пространства; принцип аттракциона;

принцип обмена и функция дарения как элемент события; принцип сократовости и функции ритуала; принципы медийности и событийной субъективности; принципы художественной целостности и общего знания; принцип драматизма.

## **Занятие 4. Новостной менеджмент в практике организации событий. ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

Сущность и разновидности кейтеринга.

Техническое обеспечение мероприятия.

Обязанности и ответственность сторон, меры безопасности, ошибки и риски проведения событий. Содержание брифа.

## **Занятие 5. Событийный маркетинг как инструмент управления**

## **корпоративным имиджем и брендом. ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

Событие и ребрендинг.

Критерии и аспекты согласования бренда и события.

## **Занятие 6. Бенчмаркинг ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

Креативное решение мероприятия (нестандартный объект в привычном пространстве, прямая ассоциация, гротеск,

выделение аспекта повседневности, событийный потенциал бренда).

Визуальное решение мероприятия (темы-оболочки, стиль, кастомизация предметов).

## **Занятие 7. Сегментация event-рынка ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

Определение MICE-индустрии.

Организация деловых встреч (meetings).

Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).

Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).

Развлекательные и частные мероприятия.

Спонсоринг как организация события для спонсора.

## **Занятие 8. Оценка эффективности события ( 2 час.)**

Вопросы для обсуждения:

Расчет бюджета события.

Проведение тендера и выбор подрядной организации.

Ангажемент (райдеры и гонорары артистов).

Финансовые отношения клиента, подрядчика и субподрядчиков.

Самоокупающиеся мероприятия; мероприятия, опосредованно приносящие прибыль.

Бесприбыльные или планово убыточные мероприятия.

### **Занятие 9. Анализ практики проведения специальных мероприятий ( 2 час.)**

Анализ практики проведения специальных мероприятий в системе коммуникаций компаний формата ТРЦ (по выбору)

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Событийные коммуникации» включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### **План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Событийные коммуникации»**

<b>№ п/п</b>	<b>Дата/сроки выполнения</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение</b>	<b>Форма контроля</b>
1.	2 – 18 неделя	Подготовка к практическому занятию (подготовка теор.материала, выполнение практ.заданий)	20 час.	Работа на практических занятиях
2.	1 – 16 неделя	Подготовка презентации	16 час.	Представление презентации перед группой
		<b>ИТОГО</b>	36 час.	

Самостоятельная работа состоит из следующих компонентов:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме практического занятия: выполнение домашних заданий.

2. Подготовка презентации по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).

3. Выполнение практических заданий: проведение анализа, составление таблиц, выполнение письменных работ и опросов

Задания для самостоятельной работы (практические задания и вопросы для обсуждения) приведены в разделе «Структура и содержание практической части курса и самостоятельной работы».

### **Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.**

#### **Самостоятельная работа студентов по курсу «Событийные коммуникации» (36 ч.)**

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике.

Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к практическим занятиям, конспектирования рекомендованных источников и изучения исследовательской литературы, подготовки докладов и сообщений, выполнения домашних практических заданий, создания мультимедийных презентаций к докладам, сообщениям и практическим заданиям и подготовки к экзамену.

Проверка самостоятельной подготовки осуществляется в процессе работы на практических занятиях и в ходе текущей (рубежной) и промежуточной аттестаций.

**Самостоятельная работа по изучению данного курса состоит из**

## **следующих компонентов.**

1. Подготовка докладов, сообщений и презентаций по вопросам практических занятий.

2. Выполнение домашних практических заданий.

При организации самостоятельной работы преподаватель должен учитывать уровень подготовки каждого студента и предвидеть трудности, которые могут возникнуть при выполнении самостоятельной работы. Преподаватель дает студентам индивидуальные и дифференцированные задания. Некоторые из них могут осуществляться в группе (например, подготовка доклада и презентации по одной теме могут делать несколько студентов с разделением своих обязанностей – один готовит научно-теоретическую часть, а второй проводит анализ практической части сообщения или доклада).

## **Виды самостоятельной работы и методические указания по их выполнению**

### **Примерная тематика докладов и презентаций**

Событийные коммуникации коммерческих компаний и их влияние на ценностные установки молодежи

Планирование событийной коммуникации в торговом предприятии

Событийная коммуникация как инструмент позиционирования и развития отношений с целевой аудиторией.

Событийные коммуникации как язык современного общества

Роль событийных коммуникаций в формировании имиджа

Трансформация событийных коммуникаций в эпоху цифровизации

Визуальные коммуникации событийных мероприятий в брендинге территорий

Событийный PR в системе современной коммуникации

Событийные коммуникации как элемент программ продвижения

Менеджмент событийных коммуникаций компаний рынка товаров и услуг

класса люкс

Специальные события как важнейший инструмент рекламной кампании современного торгового предприятия

Событийные коммуникации в пространстве культуры XX века

Особенности рекламной кампании для агентств событийных коммуникаций

Digital-технологии в событийных коммуникациях

Событийные коммуникации в современном социокультурном пространстве

Событийный PR как средство формирования имиджа компании

Event-маркетинг как технология событийной коммуникации

### **Подготовка докладов, сообщений на практических занятиях**

Подготовка сообщений и докладов по вопросам практических занятий являются ведущим дидактическим инструментом в изучении данной дисциплины.

Доклад – это научный труд, построенный в лекционной форме сообщения, представляет собой развёрнутое публичное выступление, касающееся углублённого изложения определённого вопроса или темы. Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно прорабатывает теоретический материал, находит подтверждающие выводы примеры в реальной жизни и выступает на практическом занятии.

### **При подготовке к докладам необходимо:**

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;
- вопросы к аудитории, позволяющие активизировать аудиторию и оценить степень усвоения изложенной информации;
- выделение основных мыслей, та~~к~~ чтобы остальные студенты могли

конспектировать сообщение в процессе изложения.

**Сообщение** как форма устного выступления на практически занятиях должно удовлетворять следующим критериям:

- 1) критерий правильности, т.е. соответствие языковым нормам;
- 2) критерий смысловой адекватности, т.е. соответствие содержания выступления реальности;
- 3) критерий эффективности, т.е. соответствия достигнутых результатов поставленной цели.

В содержании доклада (выступления) должны быть отражены: актуальность и степень изученности проблемы; цель и задачи исследования; предмет рассмотрения или предлагаемый вариант решения; примеры; наглядное представление информации; преимущества предлагаемого варианта решения; результаты, выводы, рекомендации; область применения полученных результатов.

#### **Порядок сдачи доклада, сообщения и их оценка**

Доклад или сообщение готовятся студентами систематически в течение всего семестра к каждому практическому занятию. Тематика докладов и сообщений формируется в соответствии с темами практических занятий, отражённых в настоящей учебной программе.

Доклад или сообщение являются элементами промежуточной аттестации и оцениваются преподавателем или преподавателем совместно с группой. В течение семестра каждый студент должен сделать как минимум один доклад или сообщение на практических занятиях. Если студент за время обучения не сделает ни одного доклада, то ему необходимо предоставить письменный текст сообщения или презентацию по теме доклада или сообщения, согласованной с преподавателем, для промежуточной аттестации. В таком случае в ходе экзамена ему могут быть заданы вопросы по теме подготовленного доклада или сообщения.

#### **Подготовка мультимедийных презентаций**

Презентация (от англ. «presentation» - представление) - это набор

картинок-слайдов на определенную тему, которые хранятся в файле специального формата. На каждом слайде можно содержать произвольную текстовую, графическую или видеoinформацию, анимацию, звук из подготовленного аудиофайла, а также и записанный с микрофона.

Презентации предназначены для отображения наглядности учебного/лекционного материала, управления учебно-познавательной деятельностью аудитории, контроля и проверки усвоения поданного материала, обобщения и систематизации знаний, рекламы товаров, услуг, создания фотоальбомов и т.д.

Цель подготовки мультимедийной презентации – способствовать более глубокому запоминанию излагаемой докладчиком информации и формированию ярких образов и представлений в памяти слушателей, что способствует более качественному усвоению информации.

Мультимедийная презентация является электронным продуктом, сопровождающим выступление докладчика. Иногда может представлять собой и самостоятельный продукт, не требующий словесного сопровождения.

### **Методические рекомендации для подготовки презентаций**

Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу студенты представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу во время её демонстрации в аудитории.

Общие требования к структуре мультимедийной презентации: Электронные презентации выполняются в программе MS «PowerPoint» или в других программных оболочках в виде слайдов в следующем порядке:

1. титульный лист с названием темы и автором исполнения презентации (имя, отчество и фамилия автора, направление обучения, курс, год);
2. содержание презентации (5-6 пунктов - это максимум); желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую



страницу и вернуться вновь на содержание

3. основная часть (не более 10 слайдов);
4. заключение (вывод); последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список использованных источников и литературы;

**Общие требования к стилевому оформлению мультимедийной презентации:**

1. дизайн должен быть простым и лаконичным;
2. основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;
3. цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
4. всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
5. размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
6. текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения;
7. каждый слайд должен иметь заголовок;
8. все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
9. на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
10. слайды должны быть пронумерованы;
11. использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы);
12. списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все - таки больше, их лучше расположить в две колонки.

В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно

различимыми. При подготовке докладов в виде мультимедийной презентации следует выписывать полные ссылки из тех источников, которыми воспользовались. Это позволит преподавателю проверить качество выполненной работы. После подготовки презентации полезно проконтролировать себя вопросами:

1. удалось ли достичь конечной цели презентации (что удалось определить, объяснить, предложить или продемонстрировать с помощью нее?);
2. к каким особенностям объекта презентации удалось привлечь внимание аудитории?
3. не отвлекает ли созданная презентация от устного выступления?

### **Порядок представления мультимедийных презентаций и оценка**

По согласованию с преподавателем, материалы презентации студент может представить на (USB флэш-диске).

Представление мультимедийных презентаций происходит во время практических занятий, как дополнительный инструмент для выступающих с докладами и сообщениями студентов по вопросам практических занятий и демонстрируется во время выступления докладчика в учебной аудитории с использованием мультимедийного оборудования.

Презентация является элементом текущей аттестации и оценивается после выступления преподавателем или преподавателем совместно с группой. В течение семестра каждый студент должен сделать как минимум одну презентацию к своему выступлению на практическом занятии. Если студент за время обучения не сделает ни одной презентации к докладу или сообщению, то ему необходимо предоставить презентацию (электронный и распечатанный вариант презентации) по теме доклада или сообщения, согласованной с преподавателем, на экзамен. В таком случае в ходе экзамена ему могут быть заданы вопросы по теме подготовленной презентации.

### **Подготовка домашних практических/творческих заданий**

Наряду с овладением студентами теоретических положений при изучении курса следует уделять внимание приобретению ими практических навыков,

которые они смогут применять в своей последующей работе.

Согласно учебному плану, в процессе изучения дисциплины

«Событийные коммуникации», необходимо выполнить домашние практические задания для углубления знаний, полученных в процессе самостоятельного изучения материала и работы на практических занятиях.

Изложенный в итоговом документе материал практического домашнего задания должен сопровождаться:

- аргументированным изложением (наличие примеров, цифр, таблиц, графиков, диаграмм, схем);
- обязательными ссылками на все источники, использованные в работе;
- отдельными примерами из практической работы студента по кругу поставленных в домашнем задании вопросов, если таковые имеют место.

Решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом

### **Порядок представления выполненного домашнего практического задания и оценка**

Оформлять выполненные задания следует в виде мультимедийной презентации. Критерии оценки домашних практических заданий приведены в разделе ФОС.

### **Подготовка к экзамену**

Изучение дисциплины «Событийные коммуникации» завершается сдачей экзамена. Основное отличие подготовки к экзамену от других видов самостоятельной работы состоит в том, что обучающиеся решают задачу актуализации и систематизации изученного учебного материала, применения приобретенных знаний, умений и навыков в качестве структурных элементов компетенций, формирование которых выступает целью и результатом освоения образовательной программы.

Цель проведения экзамена сводится к тому, чтобы завершить курс изучения данной дисциплины, проверить сложившуюся у студента систему знаний и оценить степень ее усвоения.

В период подготовки к экзамену<sup>19</sup> студенты вновь обращаются к

пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые. Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка по темам курса в дни, предшествующие промежуточной аттестации; подготовка к ответам на вопросы подготовки к экзамену.

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем либо используется рекомендованная программой изучения курса. Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников. Студент вправе сам придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Важной составляющей в подготовке является проработка магистрантом материалов подготовки к практическим занятиям и выполнению практических/творческих заданий.

## VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в ФОС.

п/п	Контролируемые модули / разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Событийные коммуникации	ПК -2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	УО-3, УО-4	УО-1

		ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	УО-3, ПР-13	УО-1
--	--	---	--	----------------	------

УО-1 – собеседование

УО-3 – доклад

УО-4 – дискуссия

ПР-13 – творческое задание

## **VII СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

Введение в инфокоммуникационные технологии : учебное пособие для вузов / [Л. Г. Гагарина, А. М. Баин, Г. А. Кузнецов и др.] ; под ред. Л. Г. Гагариной. Москва : Форум, : Инфра-М, 2015. 335 с.

Деловое общение : [учебник : в 2 т.] т. 2 / Е. Н. Зарецкая ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Москва : Проспект, 2017. 680 с.

Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. Москва : Дашков и К°, : Изд-во Шаркова, 2018. 324 с.

Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ / [А.

Аджемова, А. Н. Байкулова, Т. Гарстенауэр и др. ; отв. ред. : Т. А. Милехина, Р. Ратмайр] Языки славянских культур, 2017. 630 с.

Основы теории коммуникации : учебное пособие для вузов / О. Л. Гнатюк. Москва : КноРус, 2017. 256 с.

Реклама в коммуникационном процессе : курс лекций / А. С. Ильин. Москва : КноРус, 2017. 141 с.

Маркетинговые коммуникации. Сборник интерактивных заданий, деловых игр и кейсов : учебно-методическое пособие / И. В. Логунцова. Санкт-Петербург : Лань, 2019. 49 с

### **Дополнительная литература**

*(электронные и печатные издания)*

Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие для бакалавров / А. В. Ульяновский. Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. 346 с. Менеджмент, ориентированный на рынок : учебник / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. И. И. Малкова]

Менеджмент, ориентированный на рынок : учебник / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. И. И. Малкова] Санкт-Петербург : Питер, 2018. 927 с.

Основы медиабизнеса : учебник для вузов / [Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, В. Л. Иваницкий и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. Москва : Аспект Пресс, 2017. 400 с.

Условия успешного продвижения товара : практическое пособие / Е. И. Мазилкина. Москва : Дашков и К°, 2018. 170 с.

Межкультурная коммуникация: поиски эффективного пути : учебное пособие / Е. Н. Белая ; Омский государственный университет. Омск : Изд-во Омского университета, 2016. 311 с.

Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. Москва : Аспект Пресс, 2016. 159 с.

Управление общественными связями в бизнесе : учебник / А. Н. Загородников ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. Москва : КноРус, 2016. 287 с.

## **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети**

### **«Интернет»**

1. 4p.ru" - электронный журнал о маркетинге и рекламе - Теория и практика рекламного дела. Материалы по маркетингу, брэндингу, мерчендайзингу: результаты маркетинговых и рекламных исследований - <http://www.4p.ru/main/index.php>

2. Comcon2 – сайт компании «SynovateComcon», специализирующейся на изучении предпочтений и мотиваций потребителей, на построении сегментаций и поиске новых рыночных возможностей - <http://www.comcon-2.ru/>

3. Магазин исследований РБК (РосБизнесКонсалтинг) – исследования рынка и потребителей - <http://marketing.rbc.ru/>

## **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ресурсы следующих порталов:

- ЭБС ДВФУ: режим доступа из URL:  
<https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/>

- Электронная библиотечная система IPRBooks/  
<http://www.iprbookshop.ru>

- Электронная библиотечная система Znanium.com/  
<http://znanium.com/>

- Электронная библиотека «Консультант студента»/  
<http://www.studentlibrary.ru/>

- Электронная библиотека Юрайт / <https://www.biblio-online.ru/>

Наряду с этим, используется также доступ к системе «Антиплагиат» в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ, доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ, доступ к нормативным документам ДВФУ.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

## **VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям**

Основная теоретическая база дисциплины «Событийные коммуникации» изучается студентами на лекционных занятиях, а также в процессе самостоятельной работы. Приобретённые знания, умения и навыки закрепляются в процессе работы на практических занятиях. Практические занятия позволяют проверить знания студентов, в связи с чем, они выступают важным средством достаточно оперативной обратной связи для определения уровня освоения целей и задач дисциплины.

#### **Цель практических занятий:**

-помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера;

-научить магистрантов приёмам решения практических задач и способствовать овладению навыками и умениями, необходимыми в будущей профессии;

-научить студентов осуществлять научный анализ источников по проблемам изучаемой дисциплины;

-формировать стремление непрерывно учиться самостоятельно, овладевать методами, способами и приёмами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

При подготовке к практическим занятиям необходимо придерживаться



следующих рекомендаций.

Практические занятия проводятся с группой и строятся как беседа-дискуссия по каждому вопросу плана. Литература, рекомендованная для подготовки к практическим занятиям, помогает подготовиться к занятиям, выполнить практические/творческие задания и подготовиться к выступлениям и дискуссии.

При изучении курса необходимо прорабатывать темы в той последовательности, в которой они даны в программе и планах практических занятий. Это позволяет достичь необходимой систематичности и адекватного понимания предмета изучаемой дисциплины.

Проработку каждого из вопросов целесообразно начинать со знакомства с содержанием соответствующего раздела программы курса и обращения к учебным пособиям. Это поможет составить общее представление о той или иной теоретической проблеме и её связи с изучаемым курсом. Для более глубокого усвоения теоретических положений дисциплины необходимо обращаться к нескольким учебным пособиям и научно-исследовательской литературе, а также к дополнительной литературе. При подготовке теоретических вопросов необходимо приводить примеры из опыта работы конкретных предприятий российского и зарубежного рынков. В этих целях необходимо использовать литературу и источники, содержащие примеры из реальной практики деятельности российских и зарубежных предприятий, найденные студентами самостоятельно.

Студент в течение семестра должен самостоятельно найти рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из Интернет-источников и проработать информацию, необходимую для усвоения материала на практических занятиях. Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки докладов и презентаций.

Так как основной объем информации магистрант должен усвоить в ходе самостоятельной, систематической работы с литературой - научными

исследованиями и учебными пособиями, то для того, чтобы знания имели систематический характер, необходима проработка всех указанных первоисточников и исследований.

На практических занятиях по дисциплине «Событийные коммуникации» применяются такие методы активного обучения, как дискуссия, подготовка обучающимися докладов с мультимедийной презентацией, работа в малых группах. Дискуссия способствует интерактивному изучению отдельных основных или наиболее важных тем (проблем) курса. В данном случае преподаватель является не только источником нужной информации, но и руководителем деятельности студентов, направленной на получение знаний. Он выбирает рациональный путь методического представления учебного материала, предоставляет студентам помощь, максимально сохраняя их самостоятельность. Субъективная деятельность студентов включает усвоение информации, совершенствование интеллектуальных функций и формирование необходимых профессиональных компетенций.

Дискуссия включает следующие этапы: вступительное слово преподавателя; дискуссия по вопросам практического занятия; подведение итогов, рефлексия.

Краткое и проблемное вступительное слово преподавателя должно быть связано с предшествующими темами и курсом в целом. Преподаватель подчеркивает практическую направленность рассматриваемой проблематики и соотносит с общими задачами профессиональной подготовки студентов. Преподаватель кратко характеризует наиболее важные вопросы темы занятия с точки зрения их значения в общей системе представлений о важности изучения потребительского поведения в рекламном и PR-процессе на рынке товаров и услуг.

Преподаватель предлагает студентам в ходе занятия обсудить конкретные вопросы, связанные с различными аспектами обсуждаемой проблемы.

Далее преподаватель инициирует и направляет дискуссию по тем вопросам, которые предлагаются для обсуждения. Студенты были ознакомлены

с перечнем вопросов и литературой к ним заранее. Дискуссия предоставляет студентам возможность научиться формулировать и высказывать свое мнение по обсуждаемым вопросам четко, аргументировано и в сжатой форме. Для этого студентам предлагается выстраивать свои выступления на семинаре по следующей схеме: высказать свое мнение, прояснить, на чем основываются доказательства в поддержку данной точки зрения, привести примеры (факты), которые подтверждают данные доводы, обобщить свою позицию и сделать выводы.

Важной задачей является поддержание обстановки свободного обсуждения и организации на этой основе оживленного обмена мнениями, дискуссии по основным вопросам плана практического занятия. Особое внимание преподаватель обращает на формирование у студентов культуры ведения дискуссии. Поэтому он добивается соблюдения следующих её правил: участники дискуссии говорят по очереди, а не все одновременно, не перебивают говорящего, критикуют идеи, а не личность, принимают во внимание все высказанные мнения (точки зрения), не меняют тему дискуссии, стараются поощрять к участию в дискуссии других.

Вопросы, возникшие в ходе занятия, по возможности, должны разрешаться самими студентами. Только в крайнем случае преподаватель эту задачу берет на себя, когда уже исчерпаны все возможности аудитории.

В заключение каждому участнику дискуссии предлагается высказаться о том, как изменилось его видение обсуждаемых вопросов в ходе занятия.

Заключительное слово преподавателя содержит оценку выступления каждого студента и группы в целом; оценку уровня обсуждения вопросов в целом; краткое содержание существа обсуждаемых проблем, их теоретическое и методическое значение; ответы на вопросы, которые не получили должного освещения в ходе занятия; рекомендации желающим ознакомиться с дополнительной литературой.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся в форме дискуссии с использованием такого инструмента активного обучения, как

метод коллективного обсуждения вариантов решения одной и той же ситуации или практического задания. Такой метод существенно углубляет опыт обучаемых: каждый из них имеет возможность ознакомиться с вариантами решения других студентов, послушать и взвесить множество их оценок, дополнений, изменений. Метод анализа конкретных ситуаций стимулирует обращение обучаемых к научным источникам, усиливает стремление к приобретению теоретических знаний для получения ответов на поставленные вопросы. Однако основная цель этого метода - развивать аналитические способности обучающихся, способствовать правильному использованию имеющейся в их распоряжении информации, вырабатывать самостоятельность и инициативность в принимаемых ими решениях.

Подготовка сообщений, докладов и презентаций к практическим занятиям являются ведущим дидактическим инструментом в изучении данной дисциплины.

В течение семестра, после изучения разделов дисциплины, студенты проходят текущее тестирование, к которому они должны подготовиться самостоятельно. Для успешного прохождения тестирования студент должен дополнительно проработать информацию, используя все изученные теоретические вопросы и рекомендованную учебно-методическую литературу.

В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации – сдаче экзамена. Для подготовки к сдаче экзамена студенты используют список контрольных вопросов и материалы лекций и практических занятий.

## **IX МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

### **Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Аудитории корпуса F г. Владивосток, о.Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 612</p>	<p>Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi;</p> <p>Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудио- процессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управле- ния IPL T CR48; беспроводные ЛВС для обучающихся обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).</p> <p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (25 шт.)</p>	

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

## **Х. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **Текущая аттестация студентов**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Событийные коммуникации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Событийные коммуникации» проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических занятиях ( в том числе с использованием методов активного обучения:– дискуссия), подготовка докладов и сообщений, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение домашних практических заданий) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и оценивается преподавателем.

#### **Объектами оценивания выступают:**

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

#### **Критерии оценки выполнения практических заданий**

Задания представлены в содержании практической части курса.

- 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики.

- 85-76 - баллов - работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью<sup>80</sup> и последовательностью изложения;

допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки.

- 75-61 балл - проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

- 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы

#### **Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии**

Творческие задания представлены в содержании практической части курса.

✓ 5 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно- правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа практик. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 4 балла – работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 1-3 балла – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущены не более 2 ошибок в смысле или содержания проблемы.

✓ 0 баллов – если работа представляет собой пересказанный или переписанный исходный текст без каких бы то было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

### **Критерии оценки доклада, сообщения**

Темы для докладов представлены в Разделе «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся».

-100-86 баллов - выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически

работа оформлена правильно

- 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов.

Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

- 75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые



основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

- 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### Критерии оценки мультимедийной презентации к докладу, сообщению

оценка	60 баллов и менее (неудовлетв.)	61-75 баллов (удовлетвор.)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
	<b>Содержание критериев</b>			
<b>Раскрытие проблемы</b>	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
<b>представление</b>	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
<b>оформление</b>	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы технологии PowerPoint и др. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
<b>Ответы на вопросы</b>	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с примерами, пояснениями

### Дискуссия (УО-4)

Темы для обсуждения на семинаре-дискуссии представлены в содержании практической части курса.

**Оценка «отлично»** 100-86 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

**Оценка «хорошо»** 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

**Оценка «удовлетворительно»** 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

### **Промежуточная аттестация студентов.**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Событийные коммуникации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По данной дисциплине учебным

планом предусмотрен экзамен. Он включает устный опрос в форме собеседования по вопросам, охватывающим проблематику курса. Оценка на экзамене выставляется в соответствии с критериями выставления оценки по Положению о ФОС ДВФУ.

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

#### **Вопросы к экзамену по дисциплине «Событийные коммуникации»**

Событийный маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций.

Объекты событийного маркетинга и субъекты событийного маркетинга

Событие как инструмент маркетинговых коммуникаций

Понятие и характеристики событий.

Классификация и задачи событий.

Принципы событийного маркетинга

Процесс разработки маркетинговых мероприятий

Этапы событийного менеджмента.

Новостной менеджмент в практике организации событий.

Цель события, событийная концепция, событийная идея («message») и целевая аудитория

Управление креативным аспектом события

Приемы создания креативных концепций событий.

Бенчмаркинг.

Креативное решение мероприятия

Маркетинговая среда в событийном маркетинге

Событийный маркетинг как инструмент управления персоналом.

Специальное мероприятие в контексте политических коммуникаций.

Событийный маркетинг для некоммерческих организаций

Сегментация event-рынка

Определение МІСЕ-индустрии

Развлекательные и частные мероприятия.

Спонсоринг как организация события для спонсора.

Оценка эффективности события

Расчет бюджета события.

Проведение тендера и выбор подрядной организации.

Ангажемент.

Критерии эффективности мероприятия.

Взаимосвязь целей и критериев эффективности

### Критерии выставления оценки студенту на экзамене по дисциплине «Событийные коммуникации»

100-86	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины, если он глубоко и прочно усвоил программный материал по дисциплине, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «отлично» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы.
85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он в достаточной мере усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины; если он хорошо усвоил программный материал по дисциплине, четко и логически стройно его излагает, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; правильно обосновывает принятое решение, владеет навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «хорошо» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он на минимально необходимом уровне усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины; если он удовлетворительно усвоил программный материал по дисциплине, может его излагать, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, может обосновывать принятое решение, владеет основными навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические задания.
менее 61	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, не работал на семинарских занятиях, не принимал участие в дискуссиях на занятиях, им не были подготовлены практические задания. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня, не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины