

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по ОД

А.А. Панфилов

« 29 » 08 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОБЫТИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(УПРАВЛЕНИЕ СОБЫТИЯМИ)

Направление подготовки - 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения - очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5	3 ЗЕТ, 108ч.		36		72	Зачет с оценкой
Итого	3 ЗЕТ, 108ч.		36		72	Зачет с оценкой

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Событие в рекламе и связях с общественностью (Управление событиями)» являются ознакомление с приемами и технологиями управления событиями, event-менеджмента.

Учебная дисциплина «Событие в рекламе и связях с общественностью (Управление событиями)» ориентирует студентов на практическую деятельность будущих специалистов. Курс «Событие в рекламе и связях с общественностью (Управление событиями)» предполагает изучение студентами приемов ситуационного анализа. способов и технологий event-менеджмента.

Задачами курса являются:

- изучить методы реализации проектов и получить навыки их реализации;
- совершенствовать навыки участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- совершенствовать навыки осуществления рекламных кампаний и мероприятий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Событие в рекламе и связях с общественностью (Управление событиями)» относится к дисциплинам базовой части образовательной программы направления «Реклама и связи с общественностью».

Для освоения дисциплины «Событие в рекламе и связях с общественностью (Управление событиями)» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Содержание дисциплины «Событие в рекламе и связях с общественностью (Управление событиями)» является необходимым компонентом в подготовке компетентных специалистов в рекламе и связях с общественностью, которое обеспечивает наполнение актуальным содержанием дисциплины профессионального цикла, и позволяет в дальнейшем применять полученные знания и умения в процессе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» и прохождения производственной практики.

Для достижения эффективных результатов обучения следует использовать систематический контроль над работой студентов, а так же различные формы обучения, как то:

1. чередование практических занятий с самостоятельной работой;

2. работа с мультимедийными средствами, позволяющими изучать и анализировать исторические и современные ситуации.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- теоретические основы реализации проектов (ПК-5);
- теоретические основы организации и проведения коммуникационных и рекламных кампаний и мероприятий (ПК-7, ПК-13);

Уметь:

- разрабатывать проекты (ПК-5);
- планировать и разрабатывать коммуникационные и рекламные кампании и мероприятия (ПК-7, ПК-13);

Владеть:

- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных и рекламных кампаний и мероприятий (ПК-7, ПК-13).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Событие как элемент коммуникационного процесса.	5	1		2			4		1/50%	
2	Типология событий.	5	2		2			4		1/50%	

	Субъекты управления событиями.										
3	Методы анализа событий. Системный подход	5	3-7		10			20		5/50%	Рейтинг-контроль 1
4	Планирование и продвижение события	5	8-12		10			20		5/50%	Рейтинг-контроль 2
5	Случайное событие как фактор риска	5	13-16		8			18		4/50%	
6	Оценка эффективности события	5	17-18		4			6		2/50%	Рейтинг-контроль 3
Всего			18 нед.		36			72		18/50%	Зачет с оценкой

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

1. Лекция-беседа (диалог с аудиторией), которая предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы. Диалог требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности.

2. Коллективная лекция. Студенты готовят выступление по одной из тем, при этом используется анализ не только прочитанной литературы, но и собственные наблюдения. Далее следует публичное выступление и обсуждение, вопросы и ответы на вопросы.

3. Метод «мозгового штурма». В результате генерирования различных идей и их конструктивной проработки студенческий коллектив предлагает варианты решения ситуации.

4. Проблемная ситуация. Новое знание вводится через проблемный вопрос, задачу или ситуацию. Проблем познания проходит через исследовательскую деятельность.

5. case-study. Анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

6.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Задания для первого рейтинг-контроля

Подробно ответить на вопросы:

1. Событие и его виды.
2. Виды анализа событий.
3. Дать характеристику ситуации во Владимирской области на основе системного анализа (например, «колес» Тихомирова).

Задания для второго рейтинг-контроля

Разработать концепцию события на предложенную преподавателем тему.

Примерные темы:

1. Митинг в защиту бездомных.
2. Субботник.
3. Детская елка.

Задания для третьего рейтинг-контроля

Проанализировать роль случайного события как фактора риска при организации коммуникации (на примере крупного исторического события).

Контрольные вопросы для зачета

1. Событие как элемент коммуникационного процесса.
2. Событие и ситуация.
3. Классификация событий
4. Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес, культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные.
5. Локальные и массовые события.
6. Субъекты Event- индустрии.
7. Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL- агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы.

8. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения. общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.
9. MICE-индустрия.
10. Индустрия деловых встреч (meetings).
11. Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).
12. Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).
13. Стадии процесса планирования события: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика.
14. Основные составляющие концепции события.
15. Оценка рисков.
16. Случайное событие как фактор риска.
17. Программа события. Паспорт события.
18. Способы продвижения события.
19. Оценка эффективности события.
20. Расчет бюджета мероприятия.
21. Реализация целей события.
22. Определение эффектов мероприятия.

Примерный перечень вопросов для самостоятельной работы

1. Событие как элемент коммуникационного процесса.
2. Событие и ситуация.
3. Классификация событий.
4. Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес. культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные.
5. Локальные и массовые события.
6. Субъекты Event- индустрии.
7. Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL- агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы.
8. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения. общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.
9. MICE-индустрия.

10. Индустрия деловых встреч (meetings).
11. Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).
12. Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).
13. Стадии процесса планирования события: идея и предложение. исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения. мониторинг и оценка, будущая практика.
14. Основные составляющие концепции события.
15. Оценка рисков.
16. Случайное событие как фактор риска.
17. Программа события. Паспорт события.
18. Способы продвижения события.
19. Оценка эффективности события.
20. Расчет бюджета мероприятия.
21. Реализация целей события.
22. Определение эффектов мероприятия.

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

основная литература:

1. Поташева Г.А. Управление проектами: учебное пособие/Поташева Г.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 208 с.:// Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php>
2. Романова М.В. Управление проектами: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 256 с.// Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php>
3. Управление проектами: Учебное пособие / Ю.И. Попов, О.В. Яковенко; Институт экономики и финансов "Синергия". - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 208 с.// Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php>
4. Беликова, И.П. Управление проектами [Электронный ресурс] : учебное пособие (краткий курс лекций) / И.П. Беликова; Ставропольский гос. аграрный ун-т. - Ставрополь, 2014. – 80 с.// Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php>
5. Лич, Л. Вовремя и в рамках бюджета: Управление проектами по методу критической цепи [Электронный ресурс] / Лоуренс Лич; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 354 с. Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php>

дополнительная литература:

1. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я [Электронный ресурс] / Ричард Ньютон ; Пер. с англ. — 6-е изд. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. — 180 с.//Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php>

2. Управление проектами: практикум/Тихомирова О.Г. - М.: НИЦ ИНФРА-М. 2016. - 272 с.//Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php>

периодические издания:

НИР. Современная коммуникативистика, 2013. Код доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=413046>

интернет-ресурсы:

www.sovetnik.com

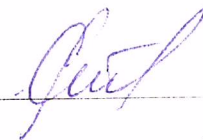
8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

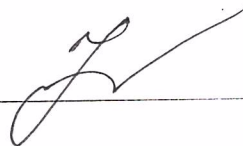
Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50. оснащение:доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «ЕВ-1860», экран Projecta настенный рулонный, документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил доцент, канд. филос. наук С.Ю.Соколова



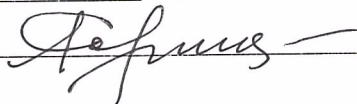
Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой



Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1-УМК от 29.08.16 года

Председатель комиссии



Говердовская-Привезенцева С.А.