

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



А.А.Панфилов

« 29 » 08 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
СОБЫТИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
(УПРАВЛЕНИЕ СОБЫТИЯМИ)**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Форма обучения **заочная**

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
7	5/180		16		137	экзамен27
Итого	5/180		16		137	экзамен27

Владимир 2016

## 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 Блока 1 образовательной программы.

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:

- 1) Знать:
  - теоретические основы реализации коммуникационных кампаний (ОПК-5);
- 2) Уметь:
  - умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- 3) Владеть:
  - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
  - способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы, 180 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины			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)
		Семестр	Неделя семестра			

				Лекции	Консультации		Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Событие как элемент коммуникационного процесса.	7					2			20		2/100%	
2	Типология событий. Субъекты управления событиями.	7					2			20		2/100%	
3	Методы анализа событий. Системный подход	7					2			20		2/100%	
4	Планирование и продвижение события	7					4			30		4 /100%	
5	Случайное событие как фактор риска	7					4			27		4/100%	
6	Оценка эффективности события	7					2			20		2/100%	
Всего							16			137		16/100%	Экзамен

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методы:

- демонстрации видеофильмов, видео-конференций, видео-записей и т.д. с последующим обсуждением.

- выполнение творческих заданий;

- выполнение рейтинговых заданий.

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

- чередование практических занятий с самостоятельной работой;

- работа с научными источниками;

- работа с мультимедийными средствами, позволяющими изучать и анализировать исторические и современные события.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах составляет 16 часов или 100 % аудиторных занятий.

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

### **Вопросы 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.

### **Задания для контрольной работы**

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

#### **Примерные темы:**

1. Митинг в защиту бездомных.
2. Субботник.
3. Детская елка.
5. Проанализировать роль случайного события как фактора риска при организации коммуникации (на примере крупного исторического события).

### **Вопросы для экзамена**

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)

### а) основная литература\*:

1. Управление изменениями: Учебник / Резник С.Д., Черниковская М.В., Чемезов И.С., - 3-е изд., перераб и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 382 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-009076-4// ЭБС «Знаниум»  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=542710>
2. Управление изменениями. Практикум: деловые игры, тесты, конкретные ситуации - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 210 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-16-011749-2// ЭБС «Знаниум»  
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=542542>
3. Антикризисные коммуникации [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2013. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс")// ЭБС «Консультант студента»  
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279035489.html>

### б) дополнительная литература\*:

1. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Современные технологии PR. Мастер-класс")// ЭБС «Консультант студента»  
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707496.html>
2. Превентивное антикризисное управление: Учебное пособие / В.М. Распопов, В.В. Распопов. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 432 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0227-3// ЭБС «Знаниум» <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=367445>
3. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. - 3 изд., стер. - М.: Гор. линия-Телеком, 2012. - 542 с.: ил.; 60x90 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9912-0253-4// ЭБС «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279031030.html>
4. Управление изменениями: Учебное пособие / О.В. Кожевина. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 286 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005129-1// ЭБС «Знаниум» <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390622>

### в) периодические издания:

НИР. Современная коммуникативистика, 2013. Код доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=413046>

### г) интернет-ресурсы:

[www/sovetnik.com](http://www/sovetnik.com)

## **8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Аудитория 229-3 на 50 мест, оборудованная интерактивной доской, проектором, документ-камерой, акустической системой, выходом в Интернет.



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  
(ФИО, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя)

подпись)

*Эксперт ТРК - Владимир Филиппов А.И.*

(место работы, должность, ФИО,

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

*ЭРСО*

Протокол № *1* от *29.08.16* года

Заведующий кафедрой

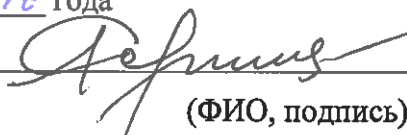


(ФИО, подпись)

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



(ФИО, подпись)

### ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа одобрена на 2016-2017 учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Приложение

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

Институт \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_

Актуализированная  
рабочая программа  
рассмотрена и одобрена  
на заседании кафедры

протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)

## Актуализация рабочей программы дисциплины

### ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки Реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Владимир 2015

Рабочая программа учебной дисциплины актуализирована в части рекомендуемой литературы.

Актуализация выполнена: \_\_\_\_\_ доцент С.Ю.Соколова  
(подпись, должность, ФИО)

а) основная литература

Теория коммуникации : учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 415 с.  
Код доступа: [http://static2.ozone.ru/multimedia/book\\_file/1008797468.pdf](http://static2.ozone.ru/multimedia/book_file/1008797468.pdf)

б) дополнительная литература: \_\_\_\_\_

в) периодические издания: \_\_\_\_\_

в) интернет-ресурсы: \_\_\_\_\_

