

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

Гуманитарный институт



УТВЕРЖДАЮ

Директор института

Е.М.Петровичева Е.М.Петровичева

» 06

2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
УПРАВЛЕНИЕ СОБЫТИЯМИ**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль/программа подготовки: Реклама и связи с общественностью

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: сформировать у студентов основы знаний и профессиональные навыки в области выявления и работы с рисками при организации мероприятий.

Задачи:

- изучить особенности события как элемента коммуникационного процесса;
- познакомиться с основными приемами управления событиями;
- изучить роль случайного события как риска;
- познакомиться со способами предотвращения или блокировки случайных событий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Управление событиями» находится в обязательной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знать принципы командной работы УК-3.2. Уметь осуществлять социальное взаимодействие в команде УК-3.3. Владеть способами реализации своей роли в команде	Знать принципы командной работы Уметь осуществлять социальное взаимодействие в команде Владеть способами реализации своей роли в команде	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций Ролевые игры
ПК-8. Способен составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации	ПК-8.1. Знание принципов планирования профессиональной деятельности ПК-8.2. Умение оценивать содержание планов и трудоемкость их выполнения ПК-8.3. Владение методами составления и оценки планов	Знать принципы планирования профессиональной деятельности Уметь оценивать содержание планов и трудоемкость их выполнения Владеть методами составления и оценки планов	Творческие задания Разбор конкретных ситуаций
ПК-11. Способен разрабатывать концептуальные и стратегические	ПК-11.1 Знание принципов разработки концептуальных и стратегических	Знать принципы разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных,	Творческие задания Разбор конкретных

документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний	<p>документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний</p> <p>ПК-11.2. Умение разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний</p> <p>ПК-11.3. Владение методами разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний</p>	<p>коммуникационных и PR-кампаний</p> <p>Уметь разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний</p> <p>Владеть методами разработки концептуальных и стратегических документов в области информационных, коммуникационных и PR-кампаний</p>	ситуаций
ПК-12. Способен владеть методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании	<p>ПК-12.1. Знание методов оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании</p> <p>ПК-12.2. Умение оценивать результаты информационной, коммуникационной и PR-кампании</p> <p>ПК-12.3. Владение методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании</p>	<p>Знать методы оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании</p> <p>Уметь оценивать результаты информационной, коммуникационной и PR-кампании</p> <p>Владеть методиками оценки результатов информационной, коммуникационной и PR-кампании</p>	Творческие задания Разбор конкретных ситуаций
ПК-13. Способен применять креативные методы при решении профессиональных задач	<p>ПК-13.1. Знание возможностей использования креативных методов при решении профессиональных задач</p> <p>ПК-13.2. Умение применять креативные методы при решении профессиональных задач</p> <p>ПК-13.3. Владение креативными методами при решении профессиональных задач</p>	<p>Знать возможности использования креативных методов при решении профессиональных задач</p> <p>Уметь применять креативные методы при решении профессиональных задач</p> <p>Владеть креативными методами при решении профессиональных задач</p>	Творческие задания Разбор конкретных ситуаций Ролевые игры

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Событие как элемент коммуникационного процесса	8	1		2		4	4	
2	Ситуация как совокупность событий	8	1		2		4	4	
3	Событие как изменение ситуации. Субъекты изменения ситуации	8	2		2		4	4	
4	Типология событий. Основные и второстепенные события. Случайные события как фактор риска.	8	2		2		4	4	
5	Составляющие процесса управления событиями: обнаружение событий, фильтрация, приоритизация, корреляция, составление плана реагирования	8	3		4		6	6	
6	Мониторинг событий как метод оценки ситуации	8	4-5		8		16	16	Рейтинг-контроль №1
7	Планирование событий как способ управления ситуацией	8	6-7		8		14	14	
8	Моделирование событий как способ прогнозирования развития ситуации	8	8-9		8		14	14	Рейтинг-контроль №2
9	Event-индустрия как вид профессиональной деятельности	8	10		4		2	2	Рейтинг-контроль №3
Всего за 8 семестр:					40		68	68	Зачет с оценкой
Наличие в дисциплине КП/КР					-				
Итого по дисциплине					40		68	68	Зачет с оценкой

Содержание практических занятий по дисциплине

Практическое занятие № 1.

Событие как элемент коммуникационного процесса

ПЛАН

1. Коммуникационный процесс и его особенности.
2. Характеристика элементов коммуникационного процесса.
3. Событие как элемент коммуникационного процесса.
4. Признаки события.

Практическое занятие № 2.

Ситуация как совокупность событий

ПЛАН

1. Ситуация в коммуникационном процессе.
2. Ситуация как система элементов.
3. Событие как элемент ситуации.

Практическое занятие № 3.

Событие как изменение ситуации. Субъекты изменения ситуации
ПЛАН

1. Изменение ситуации как смена порядка событий.
2. Изменение ситуации как смена событий.
3. Изменение ситуации как введение нового события.
4. Субъекты изменения событий. Основные характеристики.

Практическое занятие № 4.

Типология событий. Основные и второстепенные события. Случайные события как фактор
риска
ПЛАН

1. Признаки типологии событий.
2. Основные типы событий.
3. Основные события: характеристика.
4. Второстепенные события: характеристика.
5. Роль второстепенных событий в развитии коммуникационного процесса.
6. Случайные события как фактор риска

Практическое занятие № 5-6.

Составляющие процесса управления событиями: обнаружение событий, фильтрация,
приоритизация, корреляция, составление плана реагирования
ПЛАН

1. Управление событиями как процесс.
2. Характеристика составляющих процесса управления событиями.
3. Обнаружение событий.
4. Фильтрация событий.
5. Приоритизация событий.
6. Корреляция событий.
7. Составление плана реагирования.

Практическое занятие № 7-10.

Мониторинг событий как метод оценки ситуации
ПЛАН

1. Оценка ситуации как элемент управления событиями.
2. Методы анализа и оценки ситуации.
3. Мониторинг событий как метод оценки.
4. Возможности мониторинга как метода оценки событий.

Практическое занятие № 11-14.

Планирование событий как способ управления ситуацией
ПЛАН

1. Планирование событий: правила применения.
2. Планирование как способ управления событиями.
3. Варианты планов развития ситуации.
4. Примеры планирования событий как способа управления ситуацией.

Практическое занятие № 15-18.

Моделирование событий как способ прогнозирования развития ситуации
ПЛАН

1. Моделирование событий как вид социального моделирования.
2. Способы прогнозирования развития ситуации.
3. Развитие ситуации как процесс.
4. Моделирование ситуации как способ контроля за развитием событий.

Практическое занятие № 19-20.

Event-индустрия как вид профессиональной деятельности

ПЛАН

1. Event-индустрия и Event-менеджмент.
2. Основные характеристики Event-менеджмента.
3. Основные принципы Event-менеджмента.

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

5.1. Текущий контроль успеваемости.

Рейтинг-контроль №1

Аналитическая записка

Примерные задания для аналитической записки:

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

Рейтинг-контроль № 2

Творческое задание

1. Разработать концепцию события на предложенную преподавателем тему.

Примерные темы:

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

Рейтинг-контроль № 3

Аналитическая работа

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

5.2. Промежуточная аттестация.

Примерные вопросы для зачета с оценкой

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.

5.3. Самостоятельная работа студентов

Основные вопросы для самостоятельной работы (конспекты)

Тема 1. Событие как элемент коммуникационного процесса

1. Событие как элемент коммуникационного процесса.
2. Событие и ситуация.

Тема 2. Ситуация как совокупность событий

1. Программа события. Паспорт события.
2. Способы продвижения события.

Тема 3. Событие как изменение ситуации. Субъекты изменения ситуации

1. Основные составляющие концепции события.
2. Оценка рисков.
3. Случайное событие как фактор риска.

Тема 4. Типология событий. Основные и второстепенные события. Случайные события как фактор риска

1. Классификация событий.
2. Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес, культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные.
3. Локальные и массовые события.

Тема 5. Составляющие процесса управления событиями: обнаружение событий, фильтрация, приоритизация, корреляция, составление плана реагирования

1. Стадии процесса планирования события.
2. Идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения.
3. План выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика.

Тема 6. Мониторинг событий как метод оценки ситуации

1. Оценка эффективности события.
2. Расчет бюджета мероприятия.

Тема 7. Планирование событий как способ управления ситуацией

1. Индустрия деловых встреч (meetings).
2. Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).
3. Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).

Тема 8. Моделирование событий как способ прогнозирования развития ситуации

1. Реализация целей события.
2. Определение эффектов мероприятия.

Тема 9. Event-индустрия как вид профессиональной деятельности

1. Субъекты Event- индустрии.
2. Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL- агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы.
3. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.
4. MICE-индустрия.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
Основная литература		
Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с.	2020	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785829129125.html
Горохов, В. М. Гринберг Т. Э. Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с.	2018	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785756708967.html
Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2912-5.	2020	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785829129125.html
Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с	2020	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN

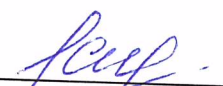
общественностью) : учебное пособие для вузов / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2933-3		N9785829129333.html
Дополнительная литература		
Горкина М.Б., PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR [Электронный ресурс] / Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. - 6-е изд. - (Серия "Бизнес на 100%). М. : Альпина Паблишерз, 2016. - 240 с.	2016	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413236.html
Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы : учебник для бакалавров / Савельева О. О. - Москва : Дашков и К, 2019. - 452 с. (Серия "Учебные издания для бакалавров") - ISBN 978-5-394-03119-9	2019	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394031199.html
Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков А. Н. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6.	2016	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html

6.2. Интернет-ресурсы

1. <https://news.pressfeed.ru>
2. www.sovetsnik.com
3. ЭБС «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/>
4. ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
5. 3 ЭБС «Znanium» <http://www.znanium.com/>
6. ЭБС «БиблиоРоссика» <http://www.bibliorossica.com/>
7. 5.ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>


7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочую программу составил доцент, кандидат философских наук Соколова С.Ю. 

Рецензент руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 11 от 18.06.21 года
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

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

Протокол № 11 от 18.06.21 года
Председатель комиссии Латышева Ж.В. 