

Гуманитарно-экономический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор ОЧУ ВО

«ЕВРЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

А.Л. Лебедев

« » _____ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ИВЕНТ-КОММУНИКАЦИИ

Наименование дисциплины

Подготовки бакалавров по
направлению

42.03.01

шифр направления

Реклама и связи с общественностью

Форма обучения:

Очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
интегрированных коммуникаций

Наименование кафедры

Протокол № 10 от «03» июня 2024 года

Программа утверждена Ученым советом Университета.

Протокол № ЕУ- 6/24 от «27» июня 2024 года.

Москва, 2024

Рабочая программа дисциплины «Ивент-коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет».

Автор – Швед Н.Г., кандидат исторических наук, профессор кафедры интегрированных коммуникаций ОЧУ ВО «Еврейский университет».

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины «Ивент-коммуникации» составлена в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целями освоения дисциплины являются:

- формирование у обучающихся базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с ивент-коммуникациями;
- развитие интереса к области ивент-коммуникаций, связанной с управлением процессом организации мероприятия, его продвижением в публичном пространстве, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области;
- формирование знаний и умений пользования современным инструментария организации мероприятий для различных сфер общественной жизни.

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомление с понятиями «ивент» и «ивент проект»;
- раскрытие всего процесса создания мероприятия/ивент-проекта от идеи до реализации;
- получение практических навыков творческого мышления;
- демонстрация способов и методики применения различных технологий при планировании и реализации ивент-проектов;
- понимание логики и принципов реализации любого ивент-проекта;
- владение знаниями и инструментами для создания и работы документации ивент-проекта;
- изучение новых технологий и тенденций в ивент-индустрии;
- получение практических навыков работы в команде при планировании и реализации проекта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Ивент-коммуникации» предназначена для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

В результате изучения дисциплины у обучающихся должно сформироваться представление о сущности ивент-коммуникациях, целях, задачах, инструментах, а также приобретения навыков использования опыта ивент-коммуникаций в деятельности российских организаций, сфер деятельности,

отдельных личностей, овладения технологией прогнозирования, планирования и организации реализации мероприятий по реализации стратегии ивент-коммуникаций как в профессиональной, так и в социальной сфере.

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции обучающегося, полученные по следующим дисциплинам: «Основы теории коммуникации» и «Теория и практика массовой информации», «Корпоративные коммуникации».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Освоение дисциплины «Ивент-коммуникации» позволит обучающемуся осуществлять трудовые действия в соответствии с профессиональным стандартом 06.013. Специалист по информационным ресурсам, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014г. №629:

- Формирование запросов для получения недостающей информации
- Регулярное обновление (актуализация) информации в базах данных
- Мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок
- Написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)
- Поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации
- Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний
- Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации
- Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации
- Фиксирование результатов выполнения заданий, проектной информации
- Обработка результатов аналитической деятельности
- Сбор дополнительных материалов
- Подготовка итоговой отчетности

Процесс изучения дисциплины «Ивент-коммуникации» направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Категория компетенций	Коды компетенции, ПС и ТФ (при наличии)	Формулировка компетенции	Индикаторы компетенции	Дескрипторы индикаторов
Профессиональные компетенции	ПК-6.	Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе, интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.	ПК-6.3. Способен адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, проявлять творческий подход, инициативу и настойчивость в достижении профессиональных и личных целей.	ПК-6.3.1 Знать: ключевые понятия, цели и задачи ивент-коммуникаций; способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной; ПК-6.3.2 Уметь: дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводить анализ

				<p>эффективности события; проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе, план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.).</p> <p>ПК-6.3.3 Владеть: аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий и на их основе проектировать мероприятие; исследовательскими навыками по оценке и анализу мероприятия или события (до и после его проведения), лидерскими и управленческими навыками при работе с персоналом и</p>
--	--	--	--	---

				волонтерами, задействованными в мероприятии; техническими навыками использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ, необходимых для ивент-коммуникаций.
--	--	--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часа.

4.1. Структура дисциплины

4.1.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам	
		5 семестр	
		108 час.	
Аудиторные занятия (всего)	54	54	
Занятия лекционного типа	18	18	
Занятия семинарского типа (практич.,семин., лаборат. и др.)	36	36	
Самостоятельная работа (всего)	54	54	
Вид промежуточной аттестации (Зачет)		зачет	

4.1.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам	
		5 семестр	
		108 час.	
Аудиторные занятия (всего)	10	10	
Занятия лекционного типа	4	4	
Занятия семинарского типа (практич.,семин., лаборат. и др.)	6	6	
Самостоятельная работа (всего)	94	94	
Вид промежуточной аттестации (Зачет)		4, зачет	

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

4.2.1. Учебно-тематический план дисциплины для очной формы обучения:

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
		Лекции (всего/интеракт.)		Практич. занятия (всего/интеракт.)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Тема 1.Ивент-коммуникации как индустрия и профессия	21	11	3	7	11
2	Тема 2. Мероприятия как основной элемент event-менеджмента	22	11	4	7	11
3	Тема 3. Этапы жизненного цикла мероприятия	22	11	4	8	11
4	Тема 4. Выбор концепции мероприятия	21	10	3	7	10
5	Тема 5. Реализация проекта	22	11	4	7	11
	Зачет					
	ИТОГО:	108	54	18	36	54

4.2.2. Учебно-тематический план дисциплины для заочной формы обучения:

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе				
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего	в том числе		
		Лекции (всего/интеракт.)		Практич. занятия (всего/интеракт.)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Тема 1.Ивент-коммуникации как индустрия и профессия	20	2	1	1	19

2	Тема 2. Мероприятия как основной элемент event-менеджмента	21	2	1	1	19
3	Тема 3. Этапы жизненного цикла мероприятия	21	2	1	1	18
4	Тема 4. Выбор концепции мероприятия	21	2		2	19
5	Тема 5. Реализация проекта	21	2	1	1	19
	Зачет	4				
	ИТОГО:	108	10	4	6	94

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Ивент-коммуникации как индустрия и профессия.

Ивент-коммуникации, event-менеджмент (англ. event-management — управление событиями) — практическое применение менеджмента в области проектирования проведения и организации мероприятий и событий; включает исследование сложности брэнда события, идентификацию потенциальных клиентов-участников события, создание концепции события, планирование логистики события и координирование его технических аспектов вплоть до реализации практических методов его проведения и организации; один из видов стратегического менеджмента; основное направление практической ивентологии. Средства ивент-менеджмента. Услуги ивент-менеджмента. Ивент-менеджер. Ивент-менеджмент как бизнес.

Тема 2. Мероприятия как основной элемент event-менеджмента.

Понятие мероприятия. Классификация мероприятий в event-менеджменте. Типы мероприятий. Цели мероприятий. Результаты для участников. Результаты для организаторов. Мероприятия для прессы. Выездные мероприятия. Развлекательные мероприятия. Торжественные мероприятия. Благотворительные мероприятия. Массовые мероприятия. Спортивные мероприятия. Мультипликативный маркетинговый эффект от event-мероприятий. Целевая аудитория event-мероприятий. Она может быть: внутренняя; внешняя; комбинированная.

Тема 3. Этапы жизненного цикла мероприятия.

Этапы жизненного цикла мероприятия, их характеристика. Исследование. Творческая разработка. Планирование. Реализация и координация. Анализ результатов. Характеристика каждого этапа. Методы, применяемые на каждом этапе, обоснование их применения.

Тема 4. Выбор концепции и планирование мероприятий. Цели, элементы мероприятия.

Планирование мероприятий. Цели, элементы мероприятия, достижения цели, их «вплетение» в проект мероприятий, целевые аудитории, задачи проводимого мероприятия.

Тема 5. Реализация проекта.

Этапы реализации. Их характеристика. Распределение времени на реализацию проекта. Поводом для проведения мероприятия могут стать: – общественные или религиозные праздники; – годовые циклы (например, завершение финансового года, начало летнего сезона); – годовщины, юбилеи, памятные даты; – важные события, новости; – традиции; – запуск нового продукта. Написание концепции мероприятия. Составление графика выполнения работ. Планирование ресурсов и распределение работ: время, знания, финансы, персонал, техническая база, опыт, связи, базы данных, продукты, подходы, известность. Схема оперативного управления. Спонсорство. Оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора. Инструменты продвижения мероприятия.

Практические (семинарские) занятия.

Примерные темы семинарских занятий

Занятие 1. Ивент-коммуникации как индустрия и профессия.

Услуги ивент-менеджмента. Ивент-менеджер. Ивент-менеджмент как бизнес.

Занятие 2. Мероприятия как основной элемент event-менеджмента.

Классификация мер.

Занятие 3. Этапы жизненного цикла мероприятия.

Методы, применяемы на каждом этапе, обоснование их применения. Анализ лучших проектов.

Занятие 4. Выбор концепции мероприятия.

Этапы планирования мероприятия. Ресурсы для реализации мероприятия. Выработка концепции мероприятия. Риски реализации проекта.

Занятие 5. Этапы реализации. Их характеристика.

Основные этапы. Поводы проведения мероприятий. Составление графика работы. Программа продвижения мероприятия. Бюджетирование мероприятия. Экономические показатели деятельности event-агентства.

5. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

5.1 Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций.

Преподавателю, для проверки сформированности у обучающихся компетенций по дисциплине, предоставляется право выбирать разноуровневые задания по своему усмотрению.

Уровень сформированности компетенций			
Недостаточный Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Пороговый Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Продвинутый Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка	Высокий Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: -существенные пробелы в знаниях учебного материала; -допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; -непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках	Обучающийся демонстрирует: -знания теоретического материала; -неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; -неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; -недостаточное владение литературой, рекомендованной	Обучающийся демонстрирует: -знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; -твердые знания теоретического материала; -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; -правильные и	Обучающийся демонстрирует: -глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; -полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; -способность устанавливать и объяснять связь

заданий билета; -отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; -отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкая степень контактности.	программой дисциплины; -умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы; -умение решать практические задания, которые следует выполнить; -владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; -наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы	практики и теории; -логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; -умение решать практические задания; -свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»

5.2. Индикаторы достижения компетенций на различных этапах их формирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: роль, значение и место event-менеджмента в коммуникационной сфере; роль event-мероприятий в структуре коммуникативного пространства; функции event-менеджмента; объекты и методы event-менеджмента; роль имиджа в социальной действительности; методику планирования и проведения event-мероприятий.

Уметь: разрабатывать концепции мероприятий, генерировать идеи, проводить брейн-стормс; презентовать концепции, готовить предложения,

формировать визуализации проекта (пригласительные, тизеры, баннеры, декорации, подарки); организовывать и планировать работу проектной группы, моделировать мероприятия, предвидеть логистику через основные проектные документы; анализировать и подбирать подрядчиков, составлять бриф; планировать проведение event-проектов, бюджетировать; писать сценарии мероприятий, тайминг мероприятия и разрабатывать логистику реализации проекта; формировать развлекательные программы мероприятия (подбор артистов, ведущих, промоутеров); создавать пост-проектную отчетность.

Владеть: методами планирования event-проектов; методами бюджетирования event-проектов; методами логистики при проведении event-проектов; приемами писать сценарии мероприятий, тайминг мероприятия и разрабатывать логистику реализации проекта.

Индикаторы достижения компетенций на различных этапах и уровнях их формирования.

<p>ПК-6.Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе, интернет-технологии и специализированные программные продукты в процессе разработки и реализации коммуникационной кампании.</p>			
<p>ПК-6.3. Способен адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, проявлять творческий подход, инициативу и настойчивость в достижении профессиональных и личных</p>	<p>Пороговый</p>	<p>Знает (на уровне минимальных требований): ключевые понятия, цели и задачи ивент-коммуникаций; способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении): дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводить анализ эффективности события; проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе, план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.).</p>	<p>Удовлетворительно (зачтено)</p>

целей.		<p>Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины): аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий и на их основе проектировать мероприятие; исследовательскими навыками по оценке и анализу мероприятия или события (до и после его проведения), лидерскими и управленческими навыками при работе с персоналом и волонтерами, задействованными в мероприятии; техническими навыками использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ, необходимых для ивент-коммуникаций.</p>	
	<p>Продвинутый</p>	<p>Знать (на должном уровне): ключевые понятия, цели и задачи ивент-коммуникаций; способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной</p> <p>Уметь (самостоятельно, при незначительной помощи педагога): дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводить анализ эффективности события; проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе, план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.).</p> <p>Владеет (применяя отдельные необходимые навыки): аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в</p>	<p>Хорошо (зачтено)</p>

		<p>отечественной и мировой индустрии событий и на их основе проектировать мероприятие; исследовательскими навыками по оценке и анализу мероприятия или события (до и после его проведения), лидерскими и управленческими навыками при работе с персоналом и волонтерами, задействованными в мероприятии; техническими навыками использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ, необходимых для ивент-коммуникаций.</p>	
	<p>Высокий</p>	<p>Знать (в полной мере): ключевые понятия, цели и задачи ивент-коммуникаций; способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной</p> <p>Уметь (самостоятельно): дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводить анализ эффективности события; проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе, план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.).</p> <p>Владеть (совершенно свободно): аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий и на их основе проектировать мероприятие; исследовательскими навыками по оценке и анализу мероприятия или события (до и после его проведения), лидерскими и управленческими навыками при работе с персоналом и волонтерами, задействованными в мероприятии;</p>	<p>Отлично (зачтено)</p>

		техническими навыками использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ, необходимых для ивент-коммуникаций.	
--	--	--	--

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: ключевые понятия, цели и задачи ивент-коммуникаций; способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной.

Уметь: дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводить анализ эффективности события; проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.).

Владеть: аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий и на их основе проектировать мероприятие; исследовательскими навыками по оценке и анализу мероприятия или события (до и после его проведения), лидерскими и управленческими навыками при работе с персоналом и волонтерами, задействованными в мероприятии; техническими навыками использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ, необходимых для ивент-коммуникаций.

5.3 Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования индикаторов достижения компетенций по данной дисциплине.

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Основные этапы реализации event-проекта.
2. Программа продвижения мероприятия.
3. Бюджетирование мероприятия.
4. Экономические показатели деятельности event-агентства.
5. Этапы планирования мероприятия.
6. Ресурсы для реализации мероприятия.
7. Продвижение мероприятия.
8. Необходимые ресурсы и распределение работ в разработке и реализации event-проекта.

9. Повод для проведения мероприятия.
10. Мотивирование участников.
11. Измерение и оценка мероприятия.
12. Число участников: общее и по различным категориям.
13. Активность участников.
14. Эффективность рекламных каналов.
15. Удовлетворенность участников.
16. Финансовые показатели.
17. Идеи для размещения логотипа компании, слогана мероприятия и пр.
18. Сайт мероприятия.
19. Основные проблемы, которых следует избегать при разработке сайта мероприятия.
20. Основные содержательные блоки сайта.
21. Инструменты продвижения мероприятия.
22. Спонсорство.
23. Оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора.
24. Типы спонсоров: технический, информационный, финансовый. Спонсорские привилегии.
25. Статус и размер спонсорского вложения.
26. Планирование ресурсов и распределение работ.
27. Основные элементы планирования event-проекта.
28. Документы при подготовке мероприятия, которые отражают состояние дел на каждом этапе.
29. Сюжетные event-мероприятия.
30. Тематические event-мероприятия.

Примерный тест по курсу «Ивент-коммуникации»

1-ый уровень сложности:

1. Стратегия организации это:

1. деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования;
2. практическое использование методологии стратегического управления;
3. генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
4. обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.

2. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

1. функциональная стратегия
2. бизнес-стратегия
3. корпоративная стратегия

3. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

1. функциональная стратегия
2. бизнес-стратегия
3. корпоративная стратегия
4. стратегия

4. Стратегия организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынка) – это:

1. функциональная стратегия
2. бизнес-стратегия
3. корпоративная стратегия
4. стратегия

5. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «реактивная адаптация, которая наиболее естественна для организации, но требует много времени на осознание неизбежности изменений, выработку новой стратегии и адаптацию к ней системы»

1. долгосрочное планирование
2. Управление на основе контроля за исполнением
3. Управление на основе предвидения изменений
4. Управление на основе гибких экстренных решений

6. Как называется данный этап в развитии методологии стратегического управления: «начали возникать неожиданные явления и темп изменений ускорился, однако не настолько, чтобы нельзя было вовремя предусмотреть будущие тенденции и определить реакцию на них путем выработки соответствующей стратегии»

1. Долгосрочное планирование
2. Управление на основе контроля за исполнением
3. Управление на основе предвидения изменений
4. Управление на основе гибких экстренных решений

7. Если будущее может быть предсказано путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций роста, то это:

1. стратегическое планирование
2. среднесрочное планирование
3. долгосрочное планирование
4. другой ответ

8. Если важное место отводится анализу перспектив организации, задачей которого является выяснение тех тенденций, опасностей, возможностей, а также отдельных чрезвычайных ситуаций, которые способны изменить сложившиеся тенденции, то это:

1. стратегическое планирование
2. среднесрочное планирование
3. долгосрочное планирование
4. другой ответ

9. Развитие из ивент-коммуникации, которое составляет его сущностную основу, это:

1. стратегическое планирование
2. среднесрочное планирование
3. долгосрочное планирование
4. стратегическое управление

10. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:

1. стратегическое планирование
2. стратегия
3. SWOT – анализ
4. стратегическое управление

2-ой уровень сложности:

1. Что это за определение event - менеджмента: «выражение цели, которое позволяет легко отличить данный бизнес от других подобных ему фирм»?

1. Потенциал
2. Сцена
3. Целевые установки
4. Миссия

2. Что это за определение: «комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие

организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование предприятия на изменение внешней конъюнктуры, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития»?

1. стратегическое планирование
2. стратегия
3. стратегический менеджмент
4. стратегическое управление

3. Можно выделить четыре уровня знаний, составляющих методологию ивент-коммуникаций. Если рассматривается уровень «даёт понимание общих подходов, принципов, форм организации системы. Этот уровень образуют науки: теория систем, кибернетика, теория организации и др.», то это уровень?

1. конкретная методология наук
2. методология, методика и технология ивент-коммуникаций
3. общеполитический
4. общенаучный

4. Одним из принципов ивент-коммуникации являются основные правила деятельности организации для достижения поставленных целей. Как называется данный принцип «Организация, действующая в динамичных условиях внешней среды, должна обладать единством целей, интересов и принципов управления»?

1. Разделение труда
2. Экономичность и эффективность
3. Единство направления
4. Выделение доминанты развития

5. Как и любой процесс, ивент-коммуникации включают этапы: анализ; выбор (собственно планирование); реализация стратегии (реализация принятого решения). Стратегический выбор – это?

1. высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами
2. формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации
3. разработка программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии
4. прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации предприятия к её изменениям

6. Стиль управления - это:

1. манера поведения и форма взаимодействия с подчиненными
2. форма отношений с руководством организации
3. совокупность методов для выполнения своих функциональных обязанностей
4. распорядок работы учреждения

7. Эффективности использования кадровых ресурсов способствует:

1. поведенческий подход в управлении персоналом
2. использование плоских организационных структур управления
3. использование организационных интеграций типа «стратегический альянс»
4. снижение издержек на оплату труда персонала

8. Деятельность по организации выполнения подчиненными поставленных задач - это:

1. лидерство
2. мотивация
3. координация
4. организовывание

9. Процесс побуждения сотрудника к целенаправленным действиям:

1. планирование
2. организация
3. смотивация
4. результаты анализа, аудита

10. Что включает в себя понятие организационной культуры:

1. поведение и действия сотрудников, ценностные ориентации, символика и обряды
2. уровень общей культуры общества
3. уровень культуры отдельных сотрудников организации
4. наличие команды единомышленников

3-ий уровень сложности:

1. Цели, отражающие концепцию развития фирмы и разрабатывающиеся на длительную перспективу – это:

1. стратегические
2. общие
3. специфические
4. перспективные

2. Цели, разрабатываемые в рамках общих целей по основным видам деятельности в каждом производственном отделении фирмы и выражающиеся в количественных и качественных показателях – это:

1. стратегические
2. общие
3. специфические
4. перспективные

3. Если бизнес обладает относительно незначительными конкурентными преимуществами организации, вовлеченной в весьма привлекательный и перспективный с точки зрения состояния рынка бизнес, то этот бизнес относится по матрице GE/McKinsey к:

1. пограничным
2. сомнительным
3. проигравшим
4. победившим

4. Кто управляет формированием организационной культуры:

1. руководители подразделений (организаций)
2. все сотрудники
3. неформальные лидеры организации
4. никто

5. Какой из подходов характеризуется учётом способностей и мотивацией людей к труду:

1. структурный
2. поведенческий
3. линейный
4. матричный

6. Основные черты event-менеджмента:

1. высокий научно-интеллектуальный потенциал
2. реализация инновационных идей
3. традиции технократического подхода к управлению
4. развитие образования и профессиональной подготовки менеджеров

7. Какими должны быть цели организации:

1. обязательно долгосрочными и труднореализуемыми
2. легкорезализуемыми
3. конкретными и измеримыми
4. не взаимосвязанными друг с другом

8. Мотивация - это:

1. внутренние ценностные представления человека
2. система поощрений хорошей работы
3. позиция, уклоняющая работника от целенаправленных действий
4. метод побуждения людей к труду

9. Какими чертами характера должен обладать такой архетип управляющего как «администратор»?

1. быть общительным и уметь вдохновлять людей на максимальную самоотдачу
2. иметь аналитический склад ума
3. быть предельно объективным и полагаться на факты и логику, методичность в работе, прогнозирование будущего

10. Что относится к категории «внутреннего вознаграждения»?

1. зарплата
2. карьера
3. сама работа
4. признание окружения

Темы рефератов по дисциплине

1. Имидж в процессе социализации личности.
2. Имидж политического деятеля как прикладная проблема современной науки.
3. Специфика профессиональной деятельности имидж-консультанта.
4. Имидж современных политиков.
5. Технологии коррекции группового имиджа.
6. Имидж этноса как социально-психологический феномен.
7. Имидж ведущих партий России как научно-прикладная область социально-психологического исследования.
8. Характеристика основных критериев эффективного имиджа корпорации.
9. Эмпирическое исследование восприятия имиджа в науке (культуре и образовании).
10. Внешний имидж учебного заведения в восприятии абитуриентов.
11. Проблема формирования имиджа с заданными характеристиками качества.
12. Реклама в формировании позитивного имиджа товара.
13. Бренд и основные социально-психологические закономерности его формирования.
14. Основные выводы, сделанные исследователями рекламы 50-х годов.

15. Затраты на рекламу и тенденции их роста.
16. Эксперименты 50-60-х годов по воздействию на подсознание рекламных обращений.
17. Привлечение интереса публики к рекламе.
18. Восприятие рекламных обращений и его особенности.
19. Суть "понимания" в рекламе товаров и услуг.

5.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

В процессе изучения дисциплины осуществляются следующие виды контроля:

- **входной контроль** заключается в изучении первоначальных знаний по смежным предшествующим дисциплинам, проведении входного опроса о наличии представлений, знаний, умений и навыков по данной дисциплине;
- **текущий контроль** качества усвоения знаний состоит в оценке самостоятельных и практических работ, а также в проведении опросов в конце разделов курса;
- **рубежный контроль** – экзамен.

Критерии оценивания ответа обучающегося

Высшим баллом **«отлично» (зачтено)** аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка **«хорошо» (зачтено)** ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно» (зачтено)** ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает

необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

Критерии оценки рефератов

- 1) соответствие теме;
- 2) глубина проработки материала;
- 3) правильность использования источников;
- 4) оформление.

Оценка «5» ставится, если работа соответствует всем, перечисленным выше критериям.

Оценка «4» ставится, если работа соответствует трем из четырех, перечисленных выше критериев.

Оценка «3» ставится, если работа соответствует двум из четырех, перечисленных выше критериев.

Оценка «2» ставится, если работа соответствует только одному из перечисленных выше критериев.

Критерии оценки тестовых заданий:

«3», зачтено – выполнение 50% предложенных заданий;

«4» – выполнение 75% предложенных заданий;

«5» – выполнение 85% предложенных заданий.

Критерии оценивания работы на семинарских и практических занятиях, устных форм проведения контроля знаний:

- 1) Выделение основных понятий, характеристик, владение терминами и знание современных тенденций развития массовых коммуникаций.
- 2) Полнота и логичность сделанных выводов.
- 3) Активность обсуждения, умение вести диалог.
- 4) Грамотность формулировок, критичность мышления, разносторонность подходов к анализу материала.

Задание оценивается путем признания его соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие трем критериям из четырёх – «зачтено».

Критерии оценки работы студентов во время групповых дискуссий:

- 1) Активность участия в дискуссии.

2) Аргументация с использованием:

- терминов и понятий изучаемого курса, других учебных дисциплин;
- фактов современной жизни;
- фактов, демонстрирующих знания современных коммуникативных процессов;
- мнений известных исследователей, социологов, политологов, специалистов по коммуникациям и имиджу;
- ссылок на правовые источники и иные официальные документы.

3) Логичность и последовательность аргументации.

Оценивается только работа тех обучающихся, кто принимал участие в дискуссии путем признания ее соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие двум критериям из трёх – «зачтено».

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)

Основная литература:

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/510894>
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/511008>
3. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469805>
4. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>
5. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18674-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт — URL: <https://urait.ru/bcode/518856>.
6. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Высшее образование).

образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450965>

Дополнительная литература:

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/518901>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/510926>
3. Шпаковский В.О., Чугунов Н.М., Кирильчук И.В. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций. Учебное пособие, 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. 126 с.

Интернет-ресурсы:

1. <https://www.eventleadershipinstitute.com> –институт лидерства
2. <http://www.eventeducation.com> – руководство по управлению событиями и планированию коммуникаций
3. <http://www.bizbash.com/magazine/#.Vs7EVDY0zrk>
4. <http://www.eventmarketer.com>
5. <http://specialevents.com>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для выполнения практических работ, проведения тренингов и выполнения тестовых заданий подготовлены печатные материалы, которые содержатся в методической папке (кафедра гуманитарных и естественно-научных дисциплин), используются мультимедийные ресурсы кафедры и вуза.

Лекционные и семинарские занятия предполагают комплект презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук (или ПЭВМ).

Компьютерный класс с установленными программными средствами привлекается для проведения практических занятий и для осуществления текущего и рубежного контроля знаний студентов в форме тестирования.

Используемые программы (для подготовки и проведения занятий):

— Microsoft Office (PowerPoint, Word); Adobe Photoshop; Adobe Reader; Eset NOD32 Antivirus; Etxt Antiplagiat

— Браузеры: Google Chrome, Mozilla Firefox

- Медиапроигрыватели: Media Player Classic Homecinema, Windows Media
- SaaS-платформа WIX
- Профессиональный интерфейс Яндекс.Директ

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университетом обеспечивается:

1. Наличие альтернативной версии официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекту питания, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях.

8. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет» от 20.06.2019 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.