

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**учреждение высшего образования "Пермский**  
**государственный национальный исследовательский**  
**университет"**

**Кафедра журналистики и массовых коммуникаций**

Авторы-составители: **Пономарев Николай Филиппович**

Рабочая программа дисциплины  
**ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ**  
Код УМК 91331

Утверждено  
Протокол №9  
от «17» июня 2019 г.

Пермь, 2019

## **1. Наименование дисциплины**

Ивент-менеджмент

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **42.04.01** Реклама и связи с общественностью  
направленность Трансмедийные стратегические коммуникации

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Ивент-менеджмент** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**42.04.01** Реклама и связи с общественностью (направленность : Трансмедийные стратегические коммуникации)

**ПК.1** Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях

#### **Индикаторы**

**ПК.1.3** Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний

**ПК.2** Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов

#### **Индикаторы**

**ПК.2.1** Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов

**ПК.2.2** Ориентируется в специфике разнообразных трансмедийных проектов

**ПК.1** Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях

**ПК.2** Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	42.04.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Трансмедийные стратегические коммуникации)
<b>форма обучения</b>	заочная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	6,7
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	6
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	216
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	16
<b>Проведение лекционных занятий</b>	4
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	12
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	200
<b>Формы текущего контроля</b>	Защищаемое контрольное мероприятие (3)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен (7 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Ивент-менеджмент**

Понятие, типы и виды партизанского маркетинга

Традиционный партизанский маркетинг и вирусный маркетинг

Амбиентный маркетинг

Скрытый маркетинг и эпатажный маркетинг

Виды событий в событийном маркетинге

### **Раздел 1. Партизанский маркетинг**

В разделе рассматриваются основные понятия партизанского маркетинга. На примере успешных кампаний рассматриваются технологии ПМ. В результате студенты на основе изучения технологий разрабатывают собственный проект ПМ.

#### **Специфика и виды партизанского маркетинга.**

Понятие партизанского маркетинга

История понятия и технологии. Основные характеристики и условия применения ПМ (цена, скорость, неконкуренция), отличия от традиционного маркетинга. Ограничения на применение технологий ПМ. Типы и виды ПМ.

Социальные условия ПМ. Классификация технологий ПМ по среде использования. Классификации по эффектам использования.

#### **Вирусный маркетинг и провокативная реклама.**

«Традиционный» ПМ, ограничения и недостатки.

«Дешевые» способы продвижения (буклеты, листовки, наружная реклама, ростовые куклы). Анализ эффективности кампаний.

Виральный / вирусный маркетинг

Социальные связи и передача информации, лидеры мнений и социальный вес. Технология ВМ: область применения, стратегии, эффективность. Анализ кампаний ВМ.

#### **Повсеместный маркетинг.**

Ambient marketing

Маркетинг в городской среде /природной среде. Понятие ambient media. Проблема границ искусства и амбиент. Анализ кампаний АМ. Творческий потенциал АМ.

#### **Скрытый маркетинг.**

Скрытый маркетинг и маркетинг «из куста»

Понятие скрытого маркетинга. Технологии СМ. «Полезные» публикации. Использование социального ресурса. СМ в социальных сетях и Интернете. Анализ кампаний СМ. Понятие маркетинга «из куста» (ambush), технология использования кампаний конкурентов. Правовые ограничения. Анализ кампаний «из куста»

Эпатажный маркетинг

Использование личности в маркетинге. Маркетинг акций (демонстрации, митинги, флешмобы). Анализ кампаний эпатажного маркетинга.

### **Раздел 2. Событийный маркетинг**

Понятие «событийный маркетинг». Причины появления событийного маркетинга. Событийный маркетинг как вид интегрированных маркетинговых коммуникаций. История событийного маркетинга.

Понятие «Событие» в событийном маркетинге.

Типология событий: по маркетинговой среде, по информационному поводу, по охвату целевой

аудитории, по характеру маркетинговых задач. Событие в контексте маркетинговых задач. Стратегия и цель. Концепция события и платформа продвигаемого бренда.

Событийный маркетинг как технология продвижения бренда. Творческие и маркетинговые задачи при организации специальных мероприятий. Событийный маркетинг как инструмент персонального брендинга. «Внутренний» и «внешний» клиент.

Принципы успеха в различных видах событий. Приемы создания креативных концепций событий. Принцип единства ограниченности времени и пространства. Принцип аттракциона. Принцип взаимного обмена. Принцип сакральности. Принцип медийности. Принцип событийной субъективности. Принцип художественной целостности. Принцип общего знания. Принцип драматизма.

### **Событийный маркетинг и сторителлинг.**

Типология событий: по маркетинговой среде, по информационному поводу, по охвату целевой аудитории, по характеру маркетинговых задач. Событие в контексте маркетинговых задач. Стратегия и цель. Концепция события и платформа продвигаемого бренда.

### **Типология мероприятий и ивентов.**

Событийный маркетинг как технология продвижения бренда. Творческие и маркетинговые задачи при организации специальных мероприятий. Событийный маркетинг как инструмент персонального брендинга. «Внутренний» и «внешний» клиент.

### **Проектирование ивента.**

Событийный маркетинг как технология продвижения бренда. Творческие и маркетинговые задачи при организации специальных мероприятий. Событийный маркетинг как инструмент персонального брендинга. «Внутренний» и «внешний» клиент.

### **Факторы и параметры эффективности событийного маркетинга.**

Принципы успеха в различных видах событий. Приемы создания креативных концепций событий. Принцип единства ограниченности времени и пространства. Принцип аттракциона. Принцип взаимного обмена. Принцип сакральности. Принцип медийности. Принцип событийной субъективности. Принцип художественной целостности. Принцип общего знания. Принцип драматизма.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — ISBN 978-5-394-01664-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/75219.html>

2. Романцов, А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание) : практическое пособие / А. Н. Романцов. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 89 с. — ISBN 978-5-394-01544-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/57071.html>

### Дополнительная:

1. Лунева, Е. А. Современные маркетинговые технологии : учебное пособие / Е. А. Лунева. — Омск : Омский государственный технический университет, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-8149-2418-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/78471.html>

2. Жук, Е. С. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Е. С. Жук, Н. П. Кетова. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2011. — 203 с. — 978-5-9275-0904-1 : <http://www.iprbookshop.ru/47144.html>

3. Лисевич А. В. Маркетинг в туристской индустрии: Учебное пособие для бакалавров/Лисевич А. В.- Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018, ISBN 978-5-394-02434-4.-174.  
<http://www.iprbookshop.ru/75218.html>

## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

[www.marketing.ru](http://www.marketing.ru) Портал о маркетинге

<http://www.cossa.ru> Маркетинговые технологии

<http://strategydeck.com/> инструменты стратегического планирования

<https://www.technologyreview.com> Обзор технологий

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Ивент-менеджмент** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий); доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС); доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Образовательный процесс по дисциплине предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем: Microsoft PowerPoint.

При освоении материала и выполнении заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для лекционных занятия, занятий семинарского типа (семинаров, практических занятий), групповых (индивидуальных) консультаций и текущего контроля необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, а также помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с

доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Ивент-менеджмент**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ПК.2**

**Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.2</b> Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов</p>	<p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии. Умеет планировать и разрабатывать трансмедийные проекты. Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий в процессе реализации трансмедийных проектов.</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает современные информационно-коммуникационные технологии. Не умеет планировать и разрабатывать трансмедийные проекты. Не владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий в процессе реализации трансмедийных проектов.</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии, но слабо ориентируется в понятиях. В некоторой степени умеет планировать и разрабатывать трансмедийные проекты, но допускает систематические ошибки. Владеет некоторыми навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий в процессе реализации трансмедийных проектов, но часто требуется помощь.</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии, допускает незначительные ошибки в работе с понятиями. Умеет планировать и разрабатывать трансмедийные проекты без существенных недочетов. Самостоятельно владеет большинством навыков применения современных информационно-коммуникационных технологий в процессе реализации трансмедийных проектов.</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии, умеет расширять свой понятийный аппарат. Умеет планировать и разрабатывать комплексные</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>трансмедийные проекты, не допуская ошибок. В совершенстве владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий в процессе реализации трансмедийных проектов.</p>

### ПК.1

**Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.1</b> Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях</p>	<p>Знает спектр исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями. Умеет выявлять задачи, связанных со стратегическими коммуникациями, в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях. Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает спектр исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями. Не умеет выявлять задачи, связанных со стратегическими коммуникациями, в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях. Не владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает спектр исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями, но не умеет четко их классифицировать. В некоторой степени умеет выявлять задачи, связанных со стратегическими коммуникациями, в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях, но допускает при этом существенные ошибки. Владеет</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>некоторыми навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает спектр исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями, но не до конца может самостоятельно определять круг задач проекта. В полной мере умеет выявлять задачи, связанных со стратегическими коммуникациями, в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях, допускает незначительные ошибки. Владеет большинством навыков решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает спектр исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями, умеет использовать знания в операционной деятельности. Самостоятельно умеет выявлять задачи, связанных со стратегическими коммуникациями, в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях, не допуская ошибок. На высоком уровне владеет навыками решения исследовательских, аналитических,</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях.</p>

## ПК.2

### Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.2.2</b> Ориентируется в специфике разнообразных трансмедийных проектов</p>	<p>Знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. Умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. Владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. Не умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. Не владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Достаточно знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. Достаточно умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. Достаточно владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>На приемлемом уровне знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. На приемлемом уровне умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. На приемлемом уровне владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Досконально знает специфические качества</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>разнообразных трансмедийных проектов. Досконально умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. Досконально владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p>
<p><b>ПК.2.1</b> Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов</p>	<p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Владеет навыками использования современные информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Не умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Не владеет навыками использования современные информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Достаточно знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Достаточно умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Достаточно владеет навыками использования современные информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>На приемлемом уровне знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. На приемлемом уровне умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>реализации трансмедийных проектов. На приемлемом уровне владеет навыками использования современные информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Досконально знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Досконально умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Досконально владеет навыками использования современные информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p>

### ПК.1

**Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.1.3</b> Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний</p>	<p>Знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Владеет навыками эффективного решения</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Не умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Не владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	<p>исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Достаточно знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний.  Достаточно умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний.  Достаточно владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>На приемлемом уровне знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний.  На приемлемом уровне умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний.  На приемлемом уровне владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Досконально знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний.  Досконально умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний.  Досконально владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : заочная

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Не предусмотрено

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ПК.2.1</b> Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов <b>ПК.2</b> Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов	Скрытый маркетинг. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знания, умения и навыки использования скрытого маркетинга

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Скрытый маркетинг.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Бренды являются одним из главных компонентов сказочного сюжета	10
В сказке упоминаются как минимум три бренда или три сказочных проблемы, которые решаются с помощью бренда	10
История оформлена должным образом	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

#### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>ПК.1</b> Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях</p> <p><b>ПК.1.3</b> Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний</p> <p><b>ПК.2.2</b> Ориентируется в специфике разнообразных трансмедийных проектов</p>	<p>Типология мероприятий и ивентов.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знание, умение и навыки постановки мероприятий и ивентов</p>
<p><b>ПК.1.3</b> Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний</p> <p><b>ПК.1</b> Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях</p>	<p>Факторы и параметры эффективности событийного маркетинга.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знания, умения и навыки оценки событийного маркетинга</p>

### Спецификация мероприятий текущего контроля

Типология мероприятий и ивентов.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **6 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Проект мероприятия содержит все стандартные компоненты инсценированного события (сценарий, спикеры, плакат, листовка, музыкальное сопровождение, слоган, локация, продолжительность)	10
Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям	10
Проект содержит подробное описание и визуализацию оформления сценической площадки	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

### **Факторы и параметры эффективности событийного маркетинга.**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **12 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Проект мероприятия содержит все стандартные компоненты инсценированного события (сценарий, спикеры, плакат, листовка, музыкальное сопровождение, слоган, локация, продолжительность)	20
Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям	10
Проект содержит подробное описание и визуализацию оформления сценической площадки	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1