

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет филологии и журналистики
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



С. С. Худяков
«22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.11 Ивент менеджмент

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2023

Тамбов, 2023

Автор программы:

Кандидат экономических наук, доцент Чепурова Ирина Федоровна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «15» июня 2023 г. Протокол № 21

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «22» июня 2023 г. № 11.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Бакалавриата.....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	6
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	24
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	26
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	26

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
---	---	-----------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> - В Организация продвижения продукции СМИ - В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ - Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ - Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ - В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ - Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации - Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ - В/03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ - Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия - В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ - Анализ эффективности продвижения продукции СМИ - Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ 	<p>ПК-2 Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ</p>	<p>Планирует организацию специальных событий с целью продвижения продукции СМИ</p>
---	---	--

ПК-2 Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения								
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)				
		5	6	7	8	5	6	7	8	9
1	Аудиоподкастинг и радио	+				+				
2	Внутрикорпоративные коммуникации	+				+				
3	Маркетинговые исследования и веб-аналитика				+				+	
4	Медиаменеджмент			+				+		
5	Организация и проведение коммуникационных кампаний			+				+		
6	Основы маркетинга	+				+				
7	Преддипломная практика				+					+
8	Профессионально-творческая практика		+		+		+		+	
9	Теория и практика рекламы	+				+				
10	Технологии продаж			+				+		
11	Управление брендом	+				+				
12	Цифровой медиаконтент: мессенджеры	+				+				
13	Цифровой медиаконтент: социальные сети	+				+				

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Ивент менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Ивент менеджмент» изучается в 6 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Контактная работа	50	12
Лекции (Лекции)	20	6
Практические (Практ. раб.)	30	6
Самостоятельная работа (СР)	58	92

Зачет	-	4
-------	---	---

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
6 семестр								
1	Основы организации специальных мероприятий	2	1	4	1	8	22	Собеседование
2	Разработка плана специального мероприятия	2	1	2	1	8	20	Собеседование
3	Виды и назначение специальных мероприятий	2	1	2	1	10	20	Опрос; Реферат
4	Этапы планирования и подготовки специального мероприятия	4	1	2	1	10	10	Собеседование
5	Выбор СМИ при планировании специального мероприятия	2	1	4	1	8	5	Опрос
6	Технология организации и проведения специальных мероприятий	2	1	6	1	6	5	Собеседование
7	Бюджет и отчетность при планировании специального мероприятия	2	-	6	-	4	5	Собеседование; Тестирование
8	Оценка эффективности специального мероприятия	4	-	4	-	4	5	Опрос

Тема 1. Основы организации специальных мероприятий (ПК-2)

Лекция.

Понятие "ивент-маркетинга", его основное содержание, достоинства событийного маркетинга. История развития российского ивент-бизнеса. Подходы к определению события. Определение и изучение событий. Формы и виды событий. Принципы успешности событий Перспективы сферы событий. Концепция ивент-маркетинга: разработка, проведение и анализ мероприятия.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 2. Разработка плана специального мероприятия (ПК-2)

Лекция.

Креатив в ивент-мероприятиях. Событие как проект. План маркетингового мероприятия: этапы разработки. Идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования, условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка результатов. Особенности создания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релиз, приглашения, check-list, смета и т.п.). Структура и содержательная часть отчетов по проведенным мероприятиям. Логистика и управление мероприятием.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 3. Виды и назначение специальных мероприятий (ПК-2)

Лекция.

Классификация акций ивент-маркетинга в контексте общих задач промо-маркетинга:

- мероприятие по запуску бренда, новой продукции для прессы (press launch),
- мероприятие по запуску бренда/новой продукции для приглашенных гостей с максимальным PR освещением (PR launch),
- собственное мероприятие по продвижению бренда, продукции,
- итоговое мероприятие по завершению промоушена, конкурса и розыгрыша призов,
- спонсорское мероприятие (генеральный спонсор, титульный спонсор, официальный спонсор, эксклюзивный поставщик, информационный спонсор и т.д.), благотворительность;
- BTL;
- партизанские акции;
- product placement;
- ambient media;
- фестивали, ярмарки, выставки;
- массовые event мероприятия, тест-драйвы;
- PR-мероприятия (пресс-конференции и т.п.), имиджевые акции;
- корпоративные события.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 4. Этапы планирования и подготовки специального мероприятия (ПК-2)

Лекция.

Исследования, генерация и тестирование идей события. Планирование и утверждение проекта события. Выбор подрядчиков. Программа события. Работа с агентствами и спонсорами. Креатив в событийном маркетинге. Бенчмаркинг в создании концепции специальных мероприятий

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 5. Выбор СМИ при планировании специального мероприятия (ПК-2)

Лекция.

Способы и методы продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Как добиться максимального эффекта от акции для последующего построения отношений с клиентами:

- масс медиа,
- директ - маркетинг
- промоушн маркетинг.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 6. Технология организации и проведения специальных мероприятий (ПК-2)

Лекция.

Событие и бренд. Идея и концепция события. Сценарий. Модель «Четыре скорости удачного мероприятия: интрига, включение, эмоции, коммуникация». Тестирование форматов. Креативная и игровая составляющая событий.

Партнерские и спонсорские отношения в событийном маркетинге. HoReCa. Retail. Общественно-значимые события культурной жизни. Выставки, Профессиональные ассоциации, Конференции. Праздники Образцы создания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релиз, приглашения, checklist, смета и т.п.)

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 7. Бюджет и отчетность при планировании специального мероприятия (ПК-2)

Лекция.

Методы определения бюджета на мероприятия событийного маркетинга. Выбор ключевых показателей оценки. Оценка эффективности мероприятия и отслеживание возврата инвестиций

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 8. Оценка эффективности специального мероприятия (ПК-2)

Лекция.

Первый вариант расчет экономической эффективности вложенных инвестиций. Второй вариант это анализ эффективности на основе имеющейся информации о критериях эффективности.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

6 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Основы организации специальных мероприятий	Собеседование	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	--	---------------	----	--

2.	Разработка плана специального мероприятия	Собеседование	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	---------------	----	--

3.	Виды и назначение специальных мероприятий	Опрос(контрольный срез)	10	<p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p> <p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>10-9 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>8-7 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские</p>
----	---	--------------------------------	----	--

		Реферат	20	<p>Реферат – это один из видов научно-исследовательской работы, выполняемой студентом.</p> <p>Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.</p> <p>Новизна текста:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) четкость авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. <p>Степень раскрытия сущности вопроса:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) соответствие содержания теме и плану реферата; б) полнота и глубина знаний по теме; в) обоснованность способов и методов работы с материалом; г) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). <p>Обоснованность выбора источников:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). <p>Соблюдение требований к оформлению:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объему реферата. <p>Критерии оценивания:</p> <p>9-10 баллов – работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению.</p> <p>5- 8 балла – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении.</p> <p>Менее 3 баллов – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы.</p> <p>Баллы не начисляются – реферат студентом не представлен.</p>
--	--	---------	----	--

4.	Этапы планирования и подготовки специального мероприятия	Собеседование	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	--	---------------	---	--

5.	Выбор СМИ при планировании специального мероприятия	Опрос	10	<p>Опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	-------	----	---

6.	Технология организации и проведения специальных мероприятий	Собеседование	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	---------------	---	--

7.	Бюджет и отчетность при планировании специального мероприятия	Собеседование	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Тест состоит из 15 вопросов.</p> <p>10-8 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте</p> <p>7-5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте</p> <p>4-1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>

8.	Оценка эффективности специального мероприятия	Опрос	5	<p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5-4 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>3-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
9.	Посещаемость		10	100% посещаемость
10.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - подготовленную презентацию – 15 баллов; - участие с докладом на студенческой конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов
11.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольных срезов.
12.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 3. Виды и назначение специальных мероприятий

1. Оценка возможностей и целесообразности event – акции.
2. Разработка плана организации и проведения презентации с определением состава и количества участников, времени и места проведения, состава задействованных лиц и пошаговой инструкцией её проведения.
3. Партнерские и спонсорские отношения в Event маркетинг:
4. Общественно-значимые события культурной жизни;
5. Выставки, профессиональные ассоциации, конференции;

Тема 5. Выбор СМИ при планировании специального мероприятия

- 1 Способы и методы продвижения события.
 - 2 Маркетинговая эффективность мероприятий.
 - 3 Цели маркетинговых мероприятий при организации события.
 - 4 Как добиться максимального эффекта от акции для последующего построения отношений с клиентами:
- массмедиа,
 - директ - маркетинг
 - промоушн маркетинг.

Тема 8. Оценка эффективности специального мероприятия

- 1 Расчет экономической эффективности вложенных инвестиций.
- 2 Анализ эффективности на основе имеющейся информации о критериях эффективности.

Реферат

Тема 3. Виды и назначение специальных мероприятий

1. Место Event marketing (событийного маркетинга) в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Специфика управления Event-проектами в России (инфраструктура, удаленность, профессионализм исполнителей).
3. Отличие в управлении Event-проектами от управления рекламными кампаниями.
4. Отличие в управлении Event-проектами от управления рекламными кампаниями.
5. Технология организации событий на общенациональном уровне.
6. Специфика работы в различных регионах России по организации событий (Events).
7. Принципы и правила разработки системы оценки события (Event).

Собеседование

Тема 1. Основы организации специальных мероприятий

- 1 Понятие "ивент-менеджмента", его основное содержание, достоинства событийного маркетинга.
- 2 История развития российского ивент-бизнеса.
- 3 Подходы к определению события.
- 4 Определение и изучение событий.
- 5 Формы и виды событий.
- 6 Принципы успешности событий
- 7 Перспективы сферы событий.
- 8 Концепция ивент-менеджмента: разработка, проведение и анализ мероприятия.

Тема 2. Разработка плана специального мероприятия

- 1 Креатив в ивент-мероприятиях.
- 2 Событие как проект.
- 3 План мероприятия: этапы разработки.
- 4 Идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования, условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка результатов.
- 5 Особенности создания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релиз, приглашения, check-list, смета и т.п.).
- 6 Структура и содержательная часть отчетов по проведенным мероприятиям.
- 7 Логистика и управление мероприятием.

Тема 4. Этапы планирования и подготовки специального мероприятия

- 1 Планирование и утверждение проекта события.
- 2 Выбор подрядчиков.
- 3 Программа события.
- 4 Работа с агентствами и спонсорами.
- 5 Креатив в событийном маркетинге.
- 6 Бенчмаркинг в создании концепции специальных мероприятий

Тема 6. Технология организации и проведения специальных мероприятий

- 1 События культурной жизни. Выставки, Профессиональные ассоциации, Конференции. Праздники
- 2 Образцы создСобытие и бренд.
- 3 Идея и концепция события.
- 4 Сценарий. Модель «Четыре скорости удачного мероприятия: интрига, включение, эмоции, коммуникация».
- 5 Тестирование форматов.
- 6 Креативная и игровая составляющая событий.
- 7 Партнерские и спонсорские отношения в событийном маркетинге. HoReCa. Retail.
- 8 Общественно-значимания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релиз, приглашения, checklist, смета и т.п.)

Тема 7. Бюджет и отчетность при планировании специального мероприятия

- 1 Методы определения бюджета на мероприятия событийного маркетинга.
- 2 Выбор ключевых показателей оценки.
- 3 Оценка эффективности мероприятия и отслеживание возврата инвестиций

Тестирование

Тема 7. Бюджет и отчетность при планировании специального мероприятия

Задание 1

Событие в ивент-маркетинге может быть организовано с вовлечением

1. потенциальных клиентов
2. существующих клиентов
3. сотрудников компании
4. средств СМИ

Задание 2.

К целям событий в event-маркетинге относятся:

1. повышение узнаваемости бренда
2. обеспечение роста продаж

3. командообразование.
4. расширение базы контактов.

Задание 3.

Причиной снижения уровня креатива маркетинговых событий (ивентов) являются:

1. ритуальность процедур
2. бюджетные ограничения
3. отсутствие устоявшихся техник разработки креативных событий
4. политические причины

Задание 4.

К базовым типам креативных идей в event-маркетинге относятся:

1. нестандартный объект в привычном пространстве
2. прямая ассоциация
3. гротеск
4. политические причины

бенчмаркинг

Задание 5.

Выделите ложное суждение:

1. Метод «6 шляп» Э.Де Боно позволяет генерировать новые креативные идеи
2. маркетинговых событий
3. Спонсорство и благотворительность могут иметь или не иметь событийную основу
4. Хорошее маркетинговое событие выстраивается по законам драматургии
5. Событие может и должно сопровождаться прямой рекламой, информацией в социальных сетях и другими инструментами продвижения

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-2)

1. Понятие ивент менеджмент, цели и задачи событий
2. Событийный маркетинг в системе ИМК
3. Классификация событий. Популярные форматы событий.
4. Аудитория. Барьеры участия в событиях (для участников) и методы их преодоления.
5. Принципы организации успешных событий
6. Методы и инструменты планирования событий (виды планов)
7. Этапы организации и проведения событий (цикл события, основные задачи каждого этапа)
8. Виды аудиторий события, особенности работы с разными аудиториями (СМИ, партнеры, клиенты и т.п.)
9. Исследования, генерация и тестирование идей события.
10. Выбор подрядчиков
11. Определение бюджета
12. Работа со спонсорами
13. Пространство мероприятия, площадка, техническая часть, декорации и оформление,
14. Координация и логистика на мероприятии,
15. Система идентификации на мероприятиях, подарки и сувениры
16. Управление командой event-менеджеров.
17. Нештатные ситуации (риск-менеджмент).
18. Финансовое обоснование проведения событий (принятие решений об отмене события)
19. Способы оценки эффективности мероприятий событийного маркетинга.
20. Методы креатива в событийном маркетинге
21. Бенчмаркинг в создании концепции специальных мероприятий

22. Типология креативных идей в событийном маркетинге
23. Партнерские и спонсорские отношения в событийном маркетинге
24. Особенности организации спонсорских мероприятий
25. Последовательность планирования события и разработка сценария.

Типовые задания для зачета (ПК-2)

1. Дайте определение понятия «ивент менеджмент». В чем его специфика?
2. В чем состоят основные цели и задачи событийного маркетинга?
3. Охарактеризуйте акции event маркетинга в контексте общих промо – задач
4. Последовательность планирования акций и разработка сценария.
5. Достижение максимального эффекта от акции для последующего построения отношений с клиентами: масс медиа, директ маркетинг, промоушн маркетинг.

Типовые темы собеседования

1. Оценка возможностей и целесообразности event – акции.
2. Разработка плана организации и проведения презентации с определением состава и количества участников, времени и места проведения, состава задействованных лиц и пошаговой инструкцией её проведения.
3. Партнерские и спонсорские отношения в Event маркетинг:
4. Общественно-значимые события культурной жизни;
5. Выставки, профессиональные ассоциации, конференции;

Типовые темы рефератов

1. Место Event marketing (событийного маркетинга) в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Специфика управления Event-проектами в России (инфраструктура, удаленность, профессионализм исполнителей).
3. Отличие в управлении Event-проектами от управления рекламными кампаниями.
4. Отличие в управлении Event-проектами от управления рекламными кампаниями.
5. Технология организации событий на общенациональном уровне.
6. Специфика работы в различных регионах России по организации событий (Events).
7. Принципы и правила разработки системы оценки события (Event).

Типовые задания для тестирования

Задание 1

Событие в ивент-маркетинге может быть организовано с вовлечением

1. потенциальных клиентов
2. существующих клиентов
3. сотрудников компании
4. средств СМИ

Задание 2.

К целям событий в event-маркетинге относятся:

1. повышение узнаваемости бренда
2. обеспечение роста продаж
3. командообразование.
4. расширение базы контактов.

Задание 3.

Причиной снижения уровня креатива маркетинговых событий (ивентов) являются:

1. ритуальность процедур
2. бюджетные ограничения
3. отсутствие устоявшихся техник разработки креативных событий
4. политические причины

Задание 4.

К базовым типам креативных идей в event-маркетинге относятся:

1. нестандартный объект в привычном пространстве
2. прямая ассоциация
3. гротеск
4. политические причины

бенчмаркинг

Задание 5.

Выделите ложное суждение:

1. Метод «6 шляп» Э.Де Боно позволяет генерировать новые креативные идеи
2. маркетинговых событий
3. Спонсорство и благотворительность могут иметь или не иметь событийную основу
4. Хорошее маркетинговое событие выстраивается по законам драматургии
5. Событие может и должно сопровождаться прямой рекламой, информацией в социальных сетях и другими инструментами продвижения

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-2	Способен принимать участие в планировании и организации специальных событий
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-2	Не способен принимать участие в планировании и организации специальных событий

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика : учебное пособие для вузов. - 2022-03-26; Паблик рилейшнз. Принципы и практика. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 455 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>
2. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 324 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042>

6.2 Дополнительная литература:

1. Буари Ф. А. Паблик рилейшенз или стратегия доверия : [Пер. с фр.]. - М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2001. - 177 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз : учебник. - 4-е изд.. - М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2010. - 330 с.
3. Алтухов С.В. Ивент-менеджмент в спорте. Управление спортивными мероприятиями : учебно-метод. пособие. - М.: Советский спорт, 2013. - 208 с.
4. Корсакова, М. М. Ивент-агентство «Альфа» на грани краха: правила построения эффективной сервисной компании. - 2021-06-10; Ивент-агентство «Альфа» на грани краха: правила построения эффективной сервисной компании. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 192 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86802.html>
5. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз : Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 400 с.
6. Немец, Г. Н. Реклама и паблик рилейшнз в структуре общества потребления : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Реклама и паблик рилейшнз в структуре общества потребления. - Краснодар: Южный институт менеджмента, 2011. - 104 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/9793.html>
7. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение : Учеб. пособие для вузов. - СПб. и др.: Питер, 2003. - 352 с.

6.3 Иные источники:

1. Geek Brains - <http://geekbrains.ru/>
2. <http://edu.of.ru.> - <http://edu.of.ru.>
3. Журнал "Журналист" - <https://jrnlst.ru>
4. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - <http://vestnik.journ.msu.ru/>
5. Журнал «Известия Российской академии наук. Теория и системы управления» - <http://www.maik.ru/ru/journal/teorsist/>
6. Научный журнал «МедиаАльманах» - <http://mediaalmanah.ru>
7. Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ» - <http://www.intuit.ru/>
8. Официальный сайт Фонда общественного мнения - www.fom.ru
9. Портал по социологии, экономике и менеджменту - www.ecsoman.edu.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

7-Zip 9.20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Архив научных журналов зарубежных издательств. – URL: <https://arch.neicon.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Официальный сайт Фонда общественного мнения. – URL: <https://fom.ru>
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
6. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
7. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
8. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.