

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОБЫТИЙНАЯ ИНДУСТРИЯ И ПИАР-ТЕХНОЛОГИИ

Составитель	Фадеева И.В., к. филол. н., доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций
Согласовано с работодателями:	Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области Линько М.О., директор маркетингового агентства «Мике»
Направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Год приема	2024
Курс	4
Семестр	8 (по очной форме обучения) 7-8 (по заочной форме обучения)

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Цель** освоения дисциплины – расширить знания студентов в области применения публицити и других пиар- технологий в различных сферах событийной индустрии и выработать навыки их эффективного использования.

1.2. **Задачи** дисциплины:

- сформировать представления о публицити и современных пиар-технологиях;
- выявить основные закономерности использования данных пиар-технологий в событийной индустрии;
- изучить условия и принципы успешного их применения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Событийная индустрия и пиар-технологии» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Основы проектной деятельности»*

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

– *«Событийный менеджмент»*

Знания: основные теории, принципы и технологии организации событий; методы планирования, продвижения и управления проектами в сфере событийного менеджмента; классификации типов и форматов событий.

Умения: применять теоретические знания для разработки концепции, планирования и реализации событийного проекта; анализировать целевую аудиторию и формировать программу мероприятия, адекватную поставленным задачам.

Навыки: разработки концепции и сценарного плана события; организации рабочих процессов и управления ресурсами (временными, человеческими, финансовыми) в рамках проекта; оценки эффективности проведенного мероприятия.

– *«Теория и практика связей с общественностью»*

Знания: основные теории, модели и функции связей с общественностью; принципы построения коммуникационной стратегии; виды и форматы PR-деятельности; инструменты и каналы взаимодействия с целевыми аудиториями.

Умения: применять теоретические знания для анализа коммуникационной среды организации; разрабатывать планы и программы PR-кампаний; формулировать ключевые сообщения для различных аудиторий.

Навыки: подготовки базовых PR-текстов и медиа-материалов; организации информационных поводов и работы со СМИ; проведения базового мониторинга и оценки эффективности PR-деятельности.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных (УК)
- б) общепрофессиональных (ОПК)
- в) профессиональных (ПК)

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-1.	<p>ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	<p>– принципы организации работы отдела, основы управления проектами и функциональные обязанности линейного менеджера</p> <p>– принципы тактического планирования, методы декомпозиции стратегических целей на конкретные измеримые мероприятия</p> <p>– цели, инструменты и каналы внутренних коммуникаций, основы формирования корпоративной идентичности и культуры</p>	<p>– выполнять оперативное управление задачами, распределять ресурсы и контролировать исполнение поручений в рамках отдела или проекта</p> <p>– разрабатывать календарный план график мероприятий, определять сроки, ответственных и необходимые ресурсы для их реализации</p> <p>– участвовать в организации внутренних мероприятий и разработке коммуникационных материалов для донесения ценностей компании до сотрудников</p>	<p>– навыками организации текущей деятельности рабочей группы, проведения планерок и применения базовых инструментов менеджмента</p> <p>– навыком оперативного планирования и управления по целям для достижения тактических результатов в установленные сроки</p> <p>– навыками работы с внутренними каналами коммуникации</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	37,25	11,25
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	6
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- консультация (предэкзаменационная)	1	1
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25	0,25
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	34,75	60,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Экзамен - семестр 8	Экзамен - семестр 8

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Паблсити как PR-технология.	2		2					5	9	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ.	4		4					5	13	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой.	2		2					6	10	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями.	4		4					6	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий.	4		4					6	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. PR-практики в	2		2					6,7	10,7	Устный опрос,

различных сферах событийной индустрии.								5	5	практическое задание
Консультация									1	
Контроль промежуточной аттестации									0,25	экзамен
ИТОГО за семестр:	18		18					34,75	72	

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / К П	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Паблицити как PR-технология.	2		2					5	9	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ.	2		2					9	13	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой.			2					8	10	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями.								14	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий.								14	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. PR-практики в различных сферах событийной индустрии.								10,75	10,75	
Консультация									1	
Контроль промежуточной аттестации									0,25	экзамен
ИТОГО за семестр:	4		6					60,75	72	

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ПК-1			
Тема 1. Паблсити как PR-технология.	9	+			1
Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ.	13	+			1
Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой.	10	+			1
Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями.	14	+			1
Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий.	14	+			1
Тема 6. PR-практики в различных сферах событийной индустрии.	10,75	+			1
Консультация	1	+			1
Контроль промежуточной аттестации	0,25	+			1
Итого	72	+			1

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Паблсити как PR-технология

Сущность паблсити: цели, задачи и функции в системе связей с общественностью. Паблсити как инструмент формирования известности и управления восприятием. Классификация видов паблсити: позитивное, негативное, нейтральное. Методы и каналы генерации паблсити. Оценка эффективности паблсити: количественные и качественные индикаторы.

Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ

Медиарилейшнз как стратегический компонент PR-деятельности. Принципы построения долгосрочных и взаимовыгодных отношений с медиаструктурами. Структура и функции медиакарты. Формирование пула лояльных СМИ и работа с ключевыми журналистами. Проактивные и реактивные стратегии в медиарилейшнз.

Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой

Жанровое разнообразие информационных материалов для СМИ: пресс-релиз, бэк-граундер, факт-лист, биография. Организация и проведение пресс-мероприятий: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур. Технология подготовки и проведения интервью. Мониторинг и анализ медиаполя. Работа с негативными публикациями. Критерии оценки результативности взаимодействия с прессой.

Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями

Идентификация и сегментация целевых аудиторий в событийной индустрии. Специфика коммуникации с органами государственной власти и местного самоуправления (GR).

Технологии работы с местным сообществом и общественными организациями (CR).
Построение отношений с инвесторами и партнерами (IR).
Внутрикорпоративные коммуникации как инструмент управления персоналом.

Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий

Классификация публичных мероприятий в событийной индустрии.
Модель управления событием: пре-ивент, ивент, пост-ивент.
Разработка концепции и сценарного плана мероприятия.
Логистическое и техническое обеспечение публичных мероприятий.
Оценка эффективности мероприятия по достижению коммуникативных целей.

Тема 6. PR-практики в различных сферах событийной индустрии

Специфика PR-сопровождения в индустрии развлечений (кино, музыка, шоу-бизнес).
PR-технологии в организации деловых событий: форумы, конференции, выставки.
Особенности продвижения спортивных мероприятий.
Коммуникационные стратегии в фестивальной и гастрономической индустрии.
Интеграция цифровых и традиционных PR-инструментов в кросс-сферных проектах.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнении самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/>

Студенты могут работать с текстами лекций и практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;

- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

для очной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
Тема 1. Паблсити как PR-технология Эволюция паблисити: от пресс-агентств к цифровой среде. Правовые и этические границы паблисити: проблема «чёрного» PR и скрытой рекламы. Паблисити в условиях гибридных медиа: роль инфлюенсеров и пользовательского контента.	5	Подготовка к собеседованию
Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ Стратегии работы с новыми медиа: онлайн-СМИ, блоги, цифровые платформы. Кризисные коммуникации: алгоритмы взаимодействия со СМИ в конфликтных ситуациях. Методика оценки медиавоздействия (Media Impact) и медиаотдачи (Media ROI).	5	Подготовка к собеседованию
Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой Создание и распространение мультимедийных пресс-китов. Технология организации и проведения онлайн-пресс-конференций. Анализ медиарезонанса: методики контент-анализа и тональности публикаций.	6	Подготовка к собеседованию
Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями GR-стратегии для событийной индустрии: лоббирование интересов и получение разрешений. Внутрикорпоративные коммуникации как инструмент мотивации и формирования лояль-	6	Подготовка к собеседованию

ности персонала. Технологии партнёрского маркетинга и управления отношениями с ключевыми партнёрами.		
Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий Гибридный и виртуальный форматы событий: специфика организации и коммуникационного сопровождения. Сценарное планирование и режиссура публичных мероприятий. Пост-ивентный анализ: методы сбора обратной связи и оценки достижения стратегических целей.	6	Подготовка к собеседованию
Тема 6. PR-практики в различных сферах событийной индустрии Специфика PR-сопровождения в B2B и B2C сегментах событийной индустрии. Коммуникационные стратегии для фестивалей городского масштаба и мероприятий в сфере гастрономического туризма. Роль корпоративной социальной ответственности (КСО) в формировании имиджа событийного проекта.	6,75	Подготовка к собеседованию

для заочной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
Тема 1. Паблсити как PR-технология Эволюция паблисити: от пресс-агентств к цифровой среде. Правовые и этические границы паблисити: проблема «чёрного» PR и скрытой рекламы. Паблисити в условиях гибридных медиа: роль инфлюенсеров и пользовательского контента.	5	Подготовка к собеседованию
Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ Стратегии работы с новыми медиа: онлайн-СМИ, блоги, цифровые платформы. Кризисные коммуникации: алгоритмы взаимодействия со СМИ в конфликтных ситуациях. Методика оценки медиавоздействия (Media Impact) и медиаотдачи (Media ROI).	9	Подготовка к собеседованию
Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой Создание и распространение мультимедийных пресс-китов. Технология организации и проведения онлайн-пресс-конференций. Анализ медиарезонанса: методики контент-	9	Подготовка к собеседованию

анализа и тональности публикаций.		
Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями GR-стратегии для событийной индустрии: лоббирование интересов и получение разрешений. Внутрикорпоративные коммуникации как инструмент мотивации и формирования лояльности персонала. Технологии партнёрского маркетинга и управления отношениями с ключевыми партнёрами.	14	Подготовка к собеседованию
Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий Гибридный и виртуальный форматы событий: специфика организации и коммуникационного сопровождения. Сценарное планирование и режиссура публичных мероприятий. Пост-ивентный анализ: методы сбора обратной связи и оценки достижения стратегических целей.	14	Подготовка к собеседованию
Тема 6. PR-практики в различных сферах событийной индустрии Специфика PR-сопровождения в B2B и B2C сегментах событийной индустрии. Коммуникационные стратегии для фестивалей городского масштаба и мероприятий в сфере гастрономического туризма. Роль корпоративной социальной ответственности (КСО) в формировании имиджа событийного проекта.	10,75	Подготовка к собеседованию

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Паблисити как PR-технология.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. PR-практики в различных сферах событийной индустрии.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.

5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>

2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Паблицити как PR-технология.	ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ.	ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Технологии взаимодействия с прессой.	ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями.	ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Технологии подготовки публичных мероприятий.	ПК-1	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. PR-практики в различных сферах событийной индустрии.	ПК-1	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры

4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Вопросы для обсуждения

1. Сущностные характеристики паблисити как PR-технологии и его место в структуре коммуникационного микса.
2. Критерии разграничения позитивного и негативного паблисити и их влияние на репутацию субъекта.
3. Функциональные различия между стратегическим медиарилейшнз и оперативной работой со СМИ.
4. Принципы формирования и актуализации медиакарты как инструмента стратегического планирования.
5. Сравнительный анализ жанров информационных материалов для прессы: пресс-релиз, бэкграундер, медиакит.
6. Протокольные и организационные аспекты проведения пресс-конференций и брифингов.

7. Специфика идентификации и сегментации вторичных целевых аудиторий в событийной индустрии.
8. Методы построения коммуникационных каналов с органами государственной власти в рамках GR-деятельности.
9. Структурные компоненты концепции публичного мероприятия и их взаимосвязь.
10. Алгоритм оценки эффективности публичного мероприятия на основе анализа достижения коммуникативных целей.
11. Отраслевая специфика PR-сопровождения в сфере деловых и корпоративных событий.
12. Интеграция традиционных и цифровых PR-инструментов в продвижении фестивальных мероприятий.
13. Анализ роли кросс-культурного фактора в выборе PR-практик для международных событий.
14. Трансформация функций PR-специалиста в условиях цифровизации событийной индустрии.
15. Этические дилеммы при реализации PR-кампаний в различных сегментах событийной индустрии

Практические задания

1. Разработать пресс-релиз, анонсирующий событийное мероприятие, в соответствии с жанровыми требованиями.
2. Составить медиакарту для продвижения культурного фестиваля, включив профильные СМИ и блоги.
3. Подготовить сценарный план и режиссерскую экспликацию для публичного мероприятия.
4. Разработать концепцию и программу пресс-тура для журналистов федеральных СМИ.
5. Составить план GR-взаимодействия для получения разрешения на проведение массового мероприятия в городском пространстве.
6. Смоделировать ситуацию кризисной коммуникации и подготовить заявление для прессы.
7. Провести контент-анализ публикаций в СМИ для оценки медиареzonанса события.
8. Разработать анкету для проведения пост-ивентного опроса целевой аудитории.
9. Составить медиакит для продвижения нового формата деловой конференции.
10. Разработать структуру и содержание корпоративного издания для внутренней аудитории компании-организатора событий.
11. Подготовить комплект информационных материалов (бэкграундер, факт-лист, биография спикера) для пресс-конференции.
12. Составить программу и протокол мероприятия для церемонии награждения в индустрии.
13. Разработать смету на коммуникационное сопровождение публичного мероприятия.
14. Подготовить аналитическую записку по результатам мониторинга упоминаний в социальных медиа.
15. Создать план партнерского продвижения события с распределением ролей и зон ответственности.

Перечень вопросов, выносимых на экзамен

1. Сущность, цели и функциональные задачи паблисити как PR-технологии.
2. Классификация видов паблисити и их характеристика.
3. Медиарилейшнз как система долгосрочного стратегического взаимодействия со СМИ.
4. Структура, принципы формирования и практическое применение медиакарты.
5. Жанровое разнообразие информационных материалов для прессы и их специфика.
6. Алгоритм организации и проведения пресс-мероприятий.
7. Методы идентификации и сегментации целевых аудиторий в событийной индустрии.
8. Специфика коммуникационных технологий взаимодействия с органами государственной власти (GR).
9. Роль и инструменты внутрикорпоративных коммуникаций в управлении персоналом событийного проекта.
10. Модель управления событием: стадии пре-ивент, ивент и пост-ивент.
11. Принципы разработки концепции и сценарного плана публичного мероприятия.
12. Критерии и методы оценки эффективности публичного мероприятия.
13. Отраслевая специфика PR-сопровождения в сфере деловых событий.
14. Коммуникационные стратегии продвижения мероприятий в сфере культуры и развлечений.
15. Интеграция цифровых технологий в PR-практики событийной индустрии.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

Экзамен

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	10/2	20	По расписанию
2.	Практические задания	10/2	20	По расписанию
Всего			40	

№ п/ п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
8.	Экзамен		50	
Всего			50	
ИТОГО			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Экзамен

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2014. – (Серия «Учебник нового поколения»). – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707175.html>

2. Румянцев Д.Ю. Интернет-маркетинг на практике: стратегии продвижения в digital / Д.Ю. Румянцев. — Санкт-Петербург : Питер, 2021. — 320 с. — ISBN 978-5-4461-1456-2.

3. Соломатина Е.Б. Digital PR: Стратегии продвижения в социальных медиа : монография. — СПб. : Питер, 2021. — 320 с. : ил. — (Серия «Маркетинг и реклама»). — ISBN 978-5-4461-1345-6.

4. Управление репутацией [Электронный ресурс]: учебно-методич. комплекс / Л.С. Сальникова – М.: МГИМО, 2012. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785922808576.html>

5. Чэффи Д. Цифровой маркетинг: стратегии, инструменты, навыки / Д. Чэффи ; пер. с англ. М. Смирновой. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2022. — 512 с. — ISBN 978-5-00169-876-3.

6. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, PR, брендинг : учебник. — 2-е изд. — М. : Дашков и К°, 2020. — 488 с. — ISBN 978-5-394-03687-2.

8.2. Дополнительная литература

1. Мирошниченко А.А., Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство. - М.: Книжный мир, 2008. – 384 с. – ISBN 978-5-8041-0307-2
Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804103072.html>.

2. Беспалова Ю.М., Деловая этика, профессиональная культура и этикет [Электронный ресурс] / Беспалова Ю.М. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 386 с. – ISBN 978-5-9765-2778-2 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976527782.html>.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).