МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ)

Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программа бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основы Event-индустрии

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария Геннадьевна
Дата: 01.06.2023

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель дисциплины - овладение знаниями о технологиях и технике продвижение товара или услуги с помощью создания и организации специальных мероприятий, создающих эмоциональные связи между потребителем и брендом; приобретение ими специальных знаний и умений, необходимых для работы с новыми информационными технологиями на базе программных пакетов.

Задача дисциплины: овладение комплексом современных методов выстроить

связь между компанией, брендом и потребителем;

1) получение системного комплекса знаний о функционировании массовых коммуникаций в обществе; ознакомление с теориями массовых коммуникаций

2) практических навыков самостоятельного поиска, систематизации и анализа отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию;

3) дать теоретические знания в области методологии и методики проектирования,планирования и проведения событийных мероприятий;

4) сформировать практические навыки проведения event-мероприятия, обоснования экономических расчетов альтернативных вариантов их проведения;

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

- типологию и классификацию общественных публичных мероприятий;
- основные составляющие сценарной драматургии; виды и типы сценариев;

- принципы управления творческим процессом;
- критерии эффективности мероприятия.

Уметь:

- определять идейнотематическую основу сценария мероприятия;
- формировать бюджет мероприятия;
- составлять основные этапыь планирования при подготовки мероприятий;
- оценивать эффективность мероприятия.

Владеть:

- методами создания проектного пакета мероприятий;
- методами оценки эффективности мероприятия
- методами оценки эффективности мероприятия

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 44 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме

контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Субъекты Event-индустрии Рассматриваемые вопросы: - Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий (Event-агентства, рекламные агентства, BTL-агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы)
2	Заказчики Event-услуг Рассматриваемые вопросы: - Заказчики-частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации - Компании – субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.
3	Планирование события Рассматриваемые вопросы: - Стадии процесса планирования - Идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, - План выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика.
4	Основные составляющие концепции события. Рассматриваемые вопросы: - Программа события. - Паспорт события.
5	Event marketing в контексте общих задач компании Рассматриваемые вопросы: - Sales promotion - Trade promotion - мероприятие по запуску бренда/новой продукции для приглашенных гостей с максимальным PR освещением - долгосрочные соглашения по event marketing'y
6	Разновидности событийных мероприятий Рассматриваемые вопросы: - собственное мероприятие по продвижению бренда / продукции - итоговое мероприятие по завершению промоушена, конкурса и розыгрыша призов
7	Совместные события Рассматриваемые вопросы: - спонсорское мероприятие (генеральный спонсор, титульный спонсор, официальный спонсор, эксклюзивный поставщик, информационный спонсор и т.д.) - отдельные корпоративные и частные мероприятия с возможностью продвижения бренда /продукции
8	Организация мероприятий Рассматриваемые вопросы: - Команда мероприятия и распределение задач

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Привлечение и работа с волонтерами - Работа с бартерными партнерами - Выбор площадки - Работа с коммерческими партнерами
9	Продвижение события Рассматриваемые вопросы: - Сайт мероприятия - каналы продвижения - Ведение встреч в соцсетях -Продвижение с помощью лидеров мнений - таргетированная реклама мероприятия - напоминание о мероприятии
10	Проведение событийного мероприятия Рассматриваемые вопросы: - Тайминг мероприятия. Зонирование пространства. - Регистрация участников - Сопровождение гостей и спикеров - Организация нетворкинга. Питание. - Проведение онлайн- мероприятия
11	Активность после события Рассматриваемые вопросы: - Пострелизы - Постпродакшн мероприятия - Анализ ошибок и сбор обратной связи
12	Оценка эффективности события Рассматриваемые вопросы: - Изучение финансовой ситуации (город, регион, страна). - Калькуляция всех затрат. - Расчет бюджета мероприятия. - Определение потенциальных спонсоров и инвесторов и разработка стратегии привлечения их капитала. - Реализация целей события.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Планирование мероприятия В результате выполнения практического задания студент учится разработавать план мероприятий исходя из задач и пожеланий заказчика
2	Правовые основы осуществления event-индустрии Врезультате работы на практических занятия студенты знакомятся с законодательными основами регулирования в зрелищной сфере России
3	Подготовка мероприятия В результате выполнения практического задания студент учится проводить исследования в рамках разработки плана мероприятий

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
4	Подготовка и планирование мероприятия В результате выполнения практического задания студент учится работать с персоналом в момент планирования и реализации мероприятий
5	Выбор партнеров мероприятия В результате выполнения практического задания студенты осваивают умение творческого и обоснованного выбора бартерных и коммерческих партнеров для проведения мероприятия на основе анализа совпадения целевой аудитории
6	Организация мероприятия: выбор даты и места В процессе работы на практических занятиях студенты осваивают навык обоснования выбора даты и поиска площадки для проведения мероприятий в завимимости от цели и целевой аудитории событийного мероприятия
7	Организация мероприятия: подбор команды В процессе работы на практических занятиях студенты осваивают навык обоснования состава команды мероприятия, числа участников и распределения их функций в соответствии с целью события
8	Event в рамках социально – культурных проектов В результате работы над кейсом студент учится на конкретном примере учится организовывать мероприятия и рекламные кампании социально – культурного проекта
9	Социальные мероприятия В рамках работы на практических занятиях студенты осваивают навык планирования и проведения социальных мероприятий
10	Последовательность в планировании акций и разработка сценария акции event В результате работы над кейсом студент учится на конкретном примере организовывать мероприятие по запуску бренда/новой продукции для различных целей
11	Партнерские и спонсорские отношения в Event В результате выполнения практического задания студент учится организовывать и проводить Выставки, Профессиональные ассоциации, Конференции, Праздники
12	Контроллинг проекта В рамках работы над кейсом студенты осваивают навык разработки пакета документов по контроллингу event-мероприятия (сроки, ответственность, документирование результатов и др.) на конкретном примере
13	Посещение мероприятия В процессе работы над кейсрм посещает мероприятие на свой авбор (выставка, ярмарка, экскурсия и д.р.) и готовит рекламные материалы
14	Рынок event-услуг В рамках работы на практических занятиях студент знакомится с основами финансирования события и распределение бюджета, расходами на мероприятие, оценкой прибыльноси мероприятий и прочее.
15	Продвижение проекта событийного мероприятия В результате выполнения практического задания студенты осваивают умение подбирать современные актуальные каналы и способы продвижения события
16	Зонирование пространства на мероприятиии В результате выполнения практического задания студенты осваивают навык осуществления зонирования пространства площадки ивента для ее оптимального использования

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — ISBN 978-5-534-12592-4.	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496285 (дата обращения: 27.02.2023).
2	Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. —ISBN 978-5-534-04357-0. —	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511008 (дата обращения: 27.02.2023).
3	Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. ISBN 978-5-534-06841-2.	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513640 (дата обращения: 27.02.2023).

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (https://www.miit.ru/).

Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер.
Операционная система Microsoft Windows.
Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры «Экономика и управление на транспорте» Е.А. Иванова

старший преподаватель кафедры «Экономика и управление на транспорте» Ж.В. Смирнова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической комиссии М.В. Ишханян