

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)
 (НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)
 ФИО: Агабекян Раиса Леоновна
 Должность: ректор
 Дата подписания: 01.04.2024 16:44:38
 Уникальный программный ключ: 4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd49201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbе

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по учебной работе, доцент
 _____ Н.И. Севрюгина
 25.12.2023

Б1.В.ДЭ.06.02
Ивент коммуникации
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций**
 Учебный план **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
 Квалификация **бакалавр**
 Форма обучения **заочная**
 Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**
 Часов по учебному плану **108** Виды контроля на курсах:
 в том числе: экзамены 4
 аудиторные занятия **10**
 самостоятельная работа **89**
 контактная работа во время
 промежуточной аттестации (ИКР) **0**
 часов на контроль **8,7**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3		0,3	
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10,3	10	10,3	10
Сам. работа	89		89	
Часы на контроль	8,7	8,7	8,7	8,7
Итого	108	18,7	108	18,7

Программу составил(и):

канд. филол. наук, доцент, Немец Г.Н.

Рецензент(ы):

канд. филол. наук, доцент, Никулин И.О.

Рабочая программа дисциплины

Ивент коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 25.12.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций

Протокол от 19.12.2023 г. № 5

Зав. кафедрой Прилепский Вадим Владимирович

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол № 4 от 25.12.2023.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель дисциплины "Ивент-коммуникации" состоит в том, чтобы ознакомить студентов с основными принципами, стратегиями и инструментами организации и проведения мероприятий, а также развить их навыки в планировании, координации и управлении ивентами.
Задачи: Задачи дисциплины "Ивент-коммуникации" могут включать:	
1. Изучение основных теоретических аспектов и понятий, связанных с ивент-коммуникациями, включая цели, целевую аудиторию, форматы и виды мероприятий.	
2. Ознакомление студентов с методами планирования и организации ивентов, включая определение бюджета, выбор места проведения, времени и оформления.	
3. Разработка навыков в создании детального плана мероприятия, включая расписание, логистику и участников.	
4. Изучение методов продвижения и маркетинга мероприятий, включая использование социальных сетей, пресс-релизов, рекламы и других инструментов коммуникации.	
5. Развитие навыков взаимодействия с поставщиками услуг и внешними партнерами, такими как площадки, кейтеринговые компании и служба безопасности.	
6. Обучение студентов методам работы с командой и координации деятельности различных специалистов при организации и проведении ивентов.	
7. Анализ и оценка успешных кейсов ивент-коммуникаций для различных мероприятий, включая конференции, выставки, фестивали и корпоративные мероприятия.	
8. Проведение практических занятий, тренировок и симуляций для развития навыков решения проблем, управления стрессом и быстрого принятия решений во время проведения ивентов.	
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДЭ.06
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Введение в коммуникационные специальности
2.1.2	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Коммуникационный менеджмент
2.2.2	Психология медиакоммуникаций
3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
УК-4.1: Знает: принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий	
Знать	
Уровень 1	В общем виде знать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 2	Хорошо знать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 3	Отлично знать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уметь	
Уровень 1	В общем виде уметь реализовывать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 2	Хорошо уметь реализовывать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 3	Отлично уметь реализовывать принципы коммуникации в профессиональной этике
Владеть	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками реализации принципов коммуникации в профессиональной этике
Уровень 2	Хорошо владеть навыками реализации принципов коммуникации в профессиональной этике
Уровень 3	Отлично владеть навыками реализации принципов коммуникации в профессиональной этике
УК-4.2: Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации	
Знать	
Уровень 1	В общем виде знать принципы создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уровень 2	Хорошо знать принципы создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках

Уровень 3	Отлично знать принципы создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уметь	
Уровень 1	В общем виде уметь создавать рекламные и PR-тексты на русском и иностранных языках
Уровень 2	Хорошо уметь создавать рекламные и PR-тексты на русском и иностранных языках
Уровень 3	Отлично уметь создавать рекламные и PR-тексты на русском и иностранных языках
Владеть	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уровень 2	Хорошо владеть навыками создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уровень 3	Отлично владеть навыками создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
УК-4.3: Владеет: реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий	
Знать	
Уровень 1	В общем виде знает принципы реализации способов устной и письменной видов коммуникации
Уровень 2	Хорошо знает принципы реализации способов устной и письменной видов коммуникации
Уровень 3	Отлично знает принципы реализации способов устной и письменной видов коммуникации
Уметь	
Уровень 1	В общем виде умеет реализовывать способы устной и письменной видов коммуникации
Уровень 2	Хорошо умеет реализовывать способы устной и письменной видов коммуникации
Уровень 3	Отлично умеет реализовывать способы устной и письменной видов коммуникации
Владеть	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками реализации способов устной и письменной коммуникации
Уровень 2	Хорошо владеет навыками реализации способов устной и письменной коммуникации
Уровень 3	Отлично владеет навыками реализации способов устной и письменной коммуникации
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
УК-5.1: Знает: психологические основы социального взаимодействия; направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия людей в организации, особенности диадического взаимодействия	
Знать	
Уровень 1	В общем виде знает психологические основы социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо знает психологические основы социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично знает психологические основы социального взаимодействия в профессиональной среде
Уметь	
Уровень 1	В общем виде умеет использовать психологические основы социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо умеет использовать психологические основы социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично умеет использовать психологические основы социального взаимодействия в профессиональной среде
Владеть	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками использования психологических основ социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо владеет навыками использования психологических основ социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично владеет навыками использования психологических основ социального взаимодействия в профессиональной среде
УК-5.2: Умеет: грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей	
Знать	
Уровень 1	В общем виде знает принципы изложения профессиональной информации
Уровень 2	Хорошо знает принципы изложения профессиональной информации
Уровень 3	Отлично знает принципы изложения профессиональной информации
Уметь	
Уровень 1	В общем виде умеет излагать профессиональную информацию

Уровень 2	Хорошо умеет излагать профессиональную информацию
Уровень 3	Отлично умеет излагать профессиональную информацию
Владеть	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками грамотного и доступного изложения профессиональной информации
Уровень 2	Хорошо владеет навыками грамотного и доступного изложения профессиональной информации
Уровень 3	с
УК-5.3: Владеет: организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодолением коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	
Знать	
Уровень 1	В общем виде знает принципы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо знает принципы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично знает принципы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уметь	
Уровень 1	В общем виде умеет реализовывать принципы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо умеет реализовывать принципы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично умеет реализовывать принципы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Владеть	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо владеет навыками организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично владеет навыками организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	Раздел 1. Основы ивент-коммуникаций					
1.1	Основы ивент-коммуникаций /Лек/	4	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.2	Основы ивент-коммуникаций /Пр/	4	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	Раздел 2. Планирование и организация специальных мероприятий					
2.1	Планирование и организация специальных мероприятий /Лек/	4	2	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.2	Планирование и организация специальных мероприятий /Пр/	4	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	Раздел 3. Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)					
3.1	Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий) /КАЭ/	4	0	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к экзамену:

- 1) Понятие ивент-коммуникаций. Роль ивент-коммуникаций в современном бизнесе.
- 2) Основные цели и задачи ивент-коммуникаций.
- 3) Этапы планирования и организации ивент-мероприятий.
- 4) Принципы разработки и содержание концепции ивента.
- 5) Принципы выбора места и даты проведения ивент-мероприятия.
- 6) Принципы подбора ключевых участников и партнеров для ивента.
- 7) Принципы формирования программы ивент-мероприятия.
- 8) Стратегии продвижения ивентов.
- 9) Использование рекламы для привлечения целевой аудитории ивента.
- 10) PR-инструменты, используемые для продвижения ивентов.
- 11) Социальные сети для привлечения участников ивент-мероприятия.
- 12) Координация работы команды ивент-мероприятия.
- 13) Распределение обязанностей между членами команды ивент-мероприятия.
- 14) Управление процессом проведения ивент-мероприятия.
- 15) Принципы работы с поставщиками и подрядчиками на ивент-мероприятии.
- 16) Специфика размещения гостей на ивент-мероприятии.
- 17) Принципы персонализации ивента для участников
- 20) Методы оценки результатов проведенного ивент-мероприятия.
- 21) Основные тренды ивент-коммуникаций.
22. Продвижение ивентов посредством сотрудничества с инфлюенсерами.
23. Организация интерактивных зон на ивент-мероприятии.
24. Основные риски бюджетирования ивент-мероприятий.

5.2. Темы письменных работ

Тематика рефератов:

- 1) Роль и значимость ивент-коммуникаций в современном бизнесе.
- 2) Основные цели и задачи ивент-коммуникаций и их влияние на достижение бизнес-целей.
- 3) Определение ивент-коммуникаций и их ключевые характеристики.
- 4) Влияние планирования на успешность ивентов: основные этапы и методы планирования.
- 5) Роль концепции в организации и проведении мероприятий: основные элементы и разработка концепции ивента.
- 6) Определение бюджета и оценка финансовых рисков при организации мероприятий.
- 7) Выбор места и даты проведения ивента: факторы, влияющие на принятие этих решений.
- 8) Подбор ключевых участников и партнеров для успешного проведения ивента.
- 9) Организация программы мероприятия: выбор форматов, контент и способы взаимодействия с аудиторией.
- 10) Стратегия продвижения ивентов: использование рекламы, PR-инструментов и социальных сетей.
- 11) Работа команды на ивенте: координация, распределение обязанностей и контроль выполнения задач.
- 12) Управление процессом проведения мероприятия: взаимодействие с поставщиками и подрядчиками, решение проблемных ситуаций.
- 13) Создание положительного опыта для участников: факторы, влияющие на удовлетворенность и взаимодействие с участниками.
- 14) Обеспечение комфортного пребывания гостей на ивенте: организация питания, размещения и других дополнительных услуг.
- 15) Взаимодействие с участниками на ивенте: методы организации и стимулирования обратной связи.
- 16) Методы оценки результатов проведенного мероприятия и эффективности использования ресурсов.
- 17) Измерение влияния ивентов на бизнес-цели компании: метрики и инструменты анализа.
- 18) Новые технологии и тренды в организации и проведении мероприятий.
- 19) Виртуальные и гибридные форматы ивентов: преимущества и недостатки, реализация и взаимодействие с участниками.
- 20) Разработка инновационных концепций ивентов: использование новых технологий и творческий подход в организации мероприятий.

Тематика эссе:

- 1) Влияние ивент-коммуникаций на формирование имиджа компании.
- 2) Роль ивент-коммуникаций в укреплении взаимоотношений с клиентами.
- 3) Ключевые принципы успешной организации и проведения мероприятий.
- 4) Преимущества и недостатки использования виртуальных и гибридных форматов ивентов.
- 5) Эффективность использования социальных сетей в продвижении ивентов.
- 6) Роль PR-инструментов в успешном продвижении ивентов.
- 7) Особенности организации международных ивентов: вызовы и возможности.
- 8) Инновационные подходы к организации и проведению бизнес-мероприятий.
- 9) Взаимосвязь маркетинговых коммуникаций и ивент-коммуникаций.
- 10) Влияние эмоционального воздействия на участников ивента.
- 11) Применение контент-маркетинга для продвижения ивентов.
- 12) Психологические аспекты привлечения и удержания внимания участников на ивенте.
- 13) Как улучшить качество обратной связи с участниками после проведения ивента.
- 14) Роль технологий в повышении интерактивности на ивенте.

5.3. Фонд оценочных средств**5.4. Перечень видов оценочных средств****6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Мишон Е. В.	Связи с общественностью в органах власти: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/933616
Л1.2	Чумиков А.Н., Бочаров М. П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=348165
Л1.3	Кузнецов П.А.	Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии: Практические приемы и технологии	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=376164

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю.	Деловые коммуникации: Учебник	Москва: КноРус, 2019, URL: https://book.ru/book/931096
Л2.2	Тен Ю. П.	Кросс-культурные коммуникации (с практикумом): Учебник	Москва: КноРус, 2021, URL: https://book.ru/book/938671
Л2.3	Ульянова Н. Ю.	Психология делового общения и межличностные коммуникации: Учебник	Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/938697

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Васильев А. Ю.	Рабочая тетрадь дисциплины "Связи с общественностью в органах власти": Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2019, URL: https://book.ru/book/934613
Л3.2	Чаган Н. Г.	PUBLIC RELATIONS в режиме реального маркетинга: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2021, URL: https://book.ru/book/936947
Л3.3	Чаган Н. Г.	Public Relations: управление преднамеренными коммуникациями: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2018, URL: https://book.ru/book/931049

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Научный электронный журнал "European Journal of Communication". - Режим доступа: https://journals.sagepub.com/		
Э2	Электронный научный журнал «Медиаскоп». - Режим доступа: URL: http://www.mediascope.ru/		
Э3	Академический рецензируемый журнал «Социологическое обозрение». - Режим доступа: https://sociologica.hse.ru/		
Э4	Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. - Режим доступа: https://vestnik.journ.msu.ru/		
Э5	Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - Режим доступа: http://www.vestnik.vsu.ru/content/phyllolog/index_ru.asp		
Э6	Научная электронная библиотека. - Режим доступа: www.elibrary.ru		
Э7	Электронно-библиотечная система «Ibooks». - Режим доступа: https://ibooks.ru/		
Э8	PR-портал Российской ассоциации по связям с общественностью. - Режим доступа: http://www.raso.ru		
Э9	Сайт Международного Клуба PR-управляющих. - Режим доступа: http://www.pr-professional.ru		

6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS	Операционная система – Windows 10 Pro RUS	Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.2	7-Zip	Архиватор 7-Zip	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.3	Яндекс Браузер	Браузер Яндекс Браузер	Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер https://yandex.ru/legal/browser_agreement/
6.3.1.4	Mozilla Firefox	Браузер Mozilla Firefox	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL

6.3.1.5	Adobe Photoshop CS3 Графический редактор Adobe Photoshop Creative Suite 3 Adobe Software License Certificate ID CE0707281 от 12.07.2007
6.3.1.6	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00037842 от 4 декабря 2023 г. (ООО Прима АйТи)
6.3.1.7	1С:Предприятие 8. Комплект 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)
6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
6.3.2.1	Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru
6.3.2.2	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии https://www.gost.ru/portal/gost/
6.3.2.3	ИСО Международная организация по стандартизации https://www.iso.org/ru/home.html
6.3.2.4	ABOUT THE UNIFIED MODELING LANGUAGE SPECIFICATION https://www.omg.org/spec/UML
6.3.2.5	ARIS BPM Community https://www.ariscommunity.com
6.3.2.6	Global CIO Официальный портал ИТ-директоров http://www.globalcio.ru
6.3.2.7	Консультант Плюс http://www.consultant.ru
6.3.2.8	Проект IDEF.ru http://idef.ru
6.3.2.9	Портал выбора технологий и поставщиков http://www.tadviser.ru

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
10	Кабинет гуманитарных дисциплин Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	41 посадочное место, рабочее место преподавателя, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
113	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы.	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Visual Studio Code Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox PostgreSQL IntelliJ IDEA	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя 20 компьютеров P55-UD3/INTEL-i5-750/DDR3-1333-8Гб/SSD Flexis 120Gb /WD3200AAKS/Radeon HD-4600/DWL-G520 Wireles 20 мониторов Acer V193W-19” 20 комплектов клавиатура+мышь 1 коммутатор неуправляемый DES-1024D 1 беспроводная точка доступа DWL-3200AP 3 Комплект оборудования Arduino 5 учебных комплектов SDK 1.1s 1 МФУ HP LJ M1212nf MFP 12 Инструмент для сборки ПК (отвертка rh-1, плоскогубцы 150 мм, термопаста 2гр., Антистатический браслет, стяжки 150 мм)

		PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Diptrace Ramus Educational Micro-Cap Evaluation	
119	Лекционная аудитория	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice Inkscape Kaspersky Endpoint Security MS Visio Pro 2016 Blender Gimp Adobe Reader DC Klite Mega Codec Pack	Стол - 20 шт., стул - 21 шт., рабочее место преподавателя – 1 шт., персональный компьютер с выходом в интернет - 21 шт., доска учебная – 1 шт., многофункциональное устройство – 1 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., соответствующее программное обеспечение

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания к практическим занятиям

В рамках освоения дисциплины «Ивент-коммуникации» проведение практических занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

7.6 Методические указания и материалы по видам занятий

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Контекстная и таргетированная реклама»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Практические занятия Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

Домашние задания Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Ивент-коммуникации» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Ивент-коммуникации» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по спецдисциплинам. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Ивент-коммуникации» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой в сфере Интернет-рекламы.

Дисциплина «Ивент-коммуникации» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д. Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются.

Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanСут или ArialСут, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны

быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события,

аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются.

Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanСут или ArialСут, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

Методические указания к лабораторным занятиям

В рамках освоения дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

Методические указания и материалы по видам занятий

Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Практические занятия Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

Домашние задания Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки

обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по специальности. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой и опыт признанных мастеров фотографии в сфере рекламы.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачет.

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе

дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.

Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются.

Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanСут или ArialСут, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью

Кейс-стади в рамках самостоятельной работы:

Кейс-стади 1: Организация презентационного мероприятия для запуска нового продукта.

Описание: Компания планирует запустить новый продукт на рынок и хочет провести презентационное мероприятие для его представления широкой аудитории. Однако, у компании возникли некоторые сложности в планировании и организации этого мероприятия.

Алгоритм выполнения:

1) Разработка концепции: Определите основную идею и цели мероприятия, а также ключевые сообщения, которые вы хотите передать аудитории. Составьте подробный план программы мероприятия.

2) Определение бюджета: Рассмотрите все расходы, связанные с мероприятием, включая зал, аренду оборудования, персонал, рекламные материалы и прочее. Разделите бюджет на позиции и приоритизируйте расходы.

3) Выбор места и даты проведения: Исследуйте разные варианты мест и дат проведения мероприятия. Учитывайте доступность локации, ее емкость, а также соответствие атмосферы и стиля вашего продукта или бренда.

4) Подбор ключевых участников и партнеров: Идентифицируйте группы целевой аудитории, которые вы хотите привлечь к мероприятию. Разработайте стратегию привлечения важных участников, таких как журналисты, мнениеливые люди, представители отрасли.

5) Формирование программы мероприятия: Создайте подробный график мероприятия с учетом времени для презентации продукта, демонстрации, взаимодействия с участниками и других важных активностей.

Вариант решения: Организуйте презентационное мероприятие в просторном и современном месте, подходящем для вашего продукта. Разработайте эффективную коммуникационную стратегию для привлечения важных участников и партнеров. Создайте уникальную программу мероприятия, которая будет информативной и привлекательной для аудитории.

Кейс-стади 2: Проведение фирменного корпоративного мероприятия для укрепления команды.

Описание: Компания желает провести фирменное корпоративное мероприятие с целью укрепления команды и повышения мотивации сотрудников. Однако, у компании возникли сложности в организации этого мероприятия и создании

подходящей атмосферы.

Алгоритм выполнения:

- 1) Определение целей: Определите, какие именно цели и задачи вы хотите достичь на корпоративном мероприятии. Например, это может быть укрепление команды, повышение мотивации и создание положительного коллективного опыта.
- 2) Разработка концепции: Разработайте концепцию мероприятия, основываясь на целях и задачах. Рассмотрите различные форматы, такие как игры, тренинги, квесты и другие, которые помогут достичь желаемого результата.
- 3) Подбор места и даты проведения: Выберите подходящее место для проведения мероприятия, учитывая размер команды и атмосферу, которую вы хотите создать. Определите дату и время, удобные для большинства сотрудников.
- 4) Организация программы: Разработайте программу мероприятия с учетом задач и целей. Включите в нее различные активности и игры, которые способствуют укреплению командного духа и улучшению взаимодействия между сотрудниками.
- 5) Обеспечение комфорта и питания: Заранее позаботьтесь о комфорте участников и организуйте питание в соответствии с предпочтениями и диетическими требованиями сотрудников.

Вариант решения: Организуйте корпоративное мероприятие в неформальной обстановке с активностями и играми, направленными на укрепление командного духа и повышение мотивации. Включите интересные тренинги и активности, которые помогут сотрудникам лучше узнать друг друга и создать положительный опыт в коллективе.

Кейс-стади 3: Организация пресс-конференции для запуска нового продукта.

Марти | ChatGPT, [31.03.2024 10:19]

Описание: Компания планирует запустить новый продукт на рынок и хочет провести пресс-конференцию для представления его прессе и общественности. Однако, у компании возникли сложности в организации этого мероприятия и привлечении важных представителей СМИ.

Алгоритм выполнения:

- 1) Разработка концепции: Определите цели пресс-конференции и сообщения, которые вы хотите передать представителям СМИ. Создайте подробный план программы и выделите время для презентации продукта и ответов на вопросы.
- 2) Подбор места и даты проведения: Выберите подходящее место для проведения пресс-конференции, учитывая доступность для журналистов и привлекательность для медиа. Определите дату, чтобы избежать конфликта с другими мероприятиями.
- 3) Привлечение важных представителей СМИ: Разработайте стратегию привлечения и информирования важных журналистов о мероприятии. Используйте персонализированные приглашения, телефонные звонки или электронные письма для передачи информации о пресс-конференции.
- 4) Подготовка презентации и материалов: Подготовьте информационные материалы о продукте, пресс-релизы и визуальные материалы для презентации. Убедитесь, что все материалы ясны, содержат важные факты и поддерживают ключевые сообщения.
- 5) Координация на мероприятии: Организуйте работу команды на пресс-конференции, распределите обязанности и обеспечьте гладкое проведение мероприятия. Задайте сообщение и сделайте пресс-конференцию интерактивной, включив вопросы и ответы.

Вариант решения: Организуйте пресс-конференцию в просторном и комфортабельном месте, чтобы привлечь важных представителей СМИ. Разработайте пресс-релизы, информационные материалы и презентацию, которые хорошо структурированы и ясно передают ключевые сообщения. Убедитесь, что команда готова к ответам на вопросы журналистов и сделайте пресс-конференцию интерактивной и привлекательной для представителей СМИ.

Кейс-стади 4: Создание интерактивного мероприятия для повышения узнаваемости бренда.

Описание: Компания хочет провести интерактивное мероприятие с целью увеличения узнаваемости своего бренда среди широкой аудитории. Однако, у компании возникли сложности в организации и создании уникального опыта для участников.

Алгоритм выполнения:

- 1) Разработка концепции: Определите основную идею мероприятия и сообщение, которое вы хотите передать аудитории. Разработайте нестандартный подход или формат, чтобы привлечь внимание и дать участникам уникальный опыт.
- 2) Подбор места и даты проведения: Выберите место, которое соответствует концепции мероприятия и может обеспечить необходимую инфраструктуру для интерактивных активностей. Определите дату, чтобы достичь наибольшей осведомленности и участия.

- 3) **Формирование программы:** Создайте интерактивные активности, составьте расписание и план мероприятия. Включите элементы конкурсов, игр, демонстраций или другие интересные и вовлекающие задания для участников.
- 4) **Взаимодействие с участниками:** Разработайте стратегию для сбора обратной связи от участников и создания возможностей для межличностного взаимодействия. Используйте социальные сети и цифровые инструменты для взаимодействия и продвижения мероприятия.
- 5) **Оценка эффективности и измерение влияния:** Разработайте методы оценки эффективности мероприятия, такие как количество участников, уровень участия, обратная связь и другие метрики. Измерьте влияние мероприятия на узнаваемость бренда и другие бизнес-цели компании.

Марти | ChatGPT, [31.03.2024 10:19]

Вариант решения: Организуйте интерактивное мероприятие в соответствии с выбранной концепцией, которая будет привлекательной и уникальной для целевой аудитории. Разработайте интерактивные активности, которые стимулируют участников к взаимодействию и созданию уникального опыта. Соберите обратную связь от участников и измерьте влияние мероприятия на бренд и бизнес-цели компании.

Кейс-стади 5: Организация благотворительного ивента для привлечения внимания к социальной проблеме.

Описание: Компания хочет организовать благотворительное ивент-мероприятие с целью привлечения внимания и поддержки определенной социальной проблемы. Однако, у компании возникли сложности в организации и привлечении аудитории к данному мероприятию.

Алгоритм выполнения:

- 1) **Разработка концепции:** Определите социальную проблему, которую вы хотите поддержать, и выявите ключевые сообщения, которые вы хотите передать аудитории. Разработайте концепцию мероприятия, которая будет подчеркивать важность данной проблемы.
- 2) **Подбор места и даты проведения:** Выберите место, которое соответствует концепции мероприятия и может обеспечить необходимую инфраструктуру для благотворительных активностей. Определите дату, чтобы привлечь наибольшее количество участников.
- 3) **Привлечение целевой аудитории:** Разработайте стратегию для привлечения целевой аудитории к мероприятию. Используйте социальные сети, пресс-релизы, информационные партнерства и другие медийные инструменты для распространения информации о мероприятии и его цели.
- 4) **Формирование программы:** Создайте программу мероприятия, которая будет информативной и вовлекающей. Включите благотворительные активности, аукционы, лотереи или другие форматы для сбора средств и привлечения внимания к проблеме.
- 5) **Измерение влияния и оценка результатов:** Разработайте методы оценки эффективности мероприятия и измерения его влияния на проблему. Используйте метрики, такие как собранные средства, краткосрочные и долгосрочные результаты в различных областях.

Вариант решения: Организуйте благотворительное ивент-мероприятие в соответствии с выбранной концепцией, которая будет вовлекать аудиторию и привлекать внимание к социальной проблеме. Соберите средства и измерьте влияние мероприятия на помощь проблеме. Сочетайте различные форматы благотворительных активностей, чтобы удовлетворить различные интересы и предпочтения аудитории.