

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина:	Организация рекламных и ПР -мероприятий
Факультет	ФКИ
Кафедра:	Связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4

Направление(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____
 Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в
 коммерческих и некоммерческих организациях _____
 Форма обучения _ очная, заочная _____

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2022 г.
 (При актуализации рабочей программы на заседании кафедры указывается максимальное число записей о
 актуализации и заполняется следующая форма актуализации):

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 10.05.2023 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от 20 г.
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от 20 г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры (ПЦК, отделения и др.)	Должность, Ученая степень, звание
Кузьмина Е.В.	СОРиК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО	
Заведующий выпускающей кафедрой	
()	_ А.К. Магомедов _ /
Подпись	ФИО
«10»_06_2022_ г.	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

В настоящее время значимую роль в комплексе продвижения играет организация рекламных, а также PR-мероприятий. В последние годы все чаще компании, организации прибегают не только к медиа-опосредованным коммуникациям (радио-, телереклама и пр.), но и обращаются к потенциальным и реальным покупателям непосредственно, во время проведения специальных маркетинговых и рекламных, PR-мероприятий. Поэтому целесообразно их изучение, ознакомление с практикой их применения и спецификой проведения, видами, этапами подготовки и организации.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать представление в целом о бизнес- и деловых мероприятиях, их видах, основных этапах проведения (вне зависимости от типа);
- ознакомить с понятием event-маркетинга, составить представление об основных видах специальных маркетинговых мероприятий и специфике организации, проведения некоторых из них (включая праздники, фестивали и пр.);
- изучить основные правила, принципы и рекомендации по проведению основных видов PR-мероприятий (пресс-конференций, пресс-туров, брифингов и т.д.) и этапы их организации;
- охарактеризовать основные этапы подготовки и участия предприятия, организации выставочных мероприятий, осветить этап подведения итогов;
- составить представление о подготовке и организации презентаций как типах рекламных и PR-мероприятий (этапах их подготовки и проведения), получить базовые навыки в этой сфере (разработки презентаций);
- дать общее представление о промо-акциях и их видах (этапах их разработки, проведения, формах контроля), а также ознакомиться с проведением дегустаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Организация рекламных и PR-мероприятий» относится к базовому циклу дисциплин – вариативной части учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучается в 7-ом-8-ом семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания по следующим дисциплинам: Основы теории и практики рекламы. Основы теории и практики связей с общественностью Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью Компьютерная графика и дизайн в рекламе Конструирование рекламы Планирование рекламных кампаний Планирование PR-кампаний Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью Внутрифирменные коммуникации Коммуникационный менеджмент Инфографика и визуализация коммуникационного продукта Основы интегрированных коммуникаций Основы брендинга Продвижение СМИ Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов Современная пресс-служба Планирование антикризисных коммуникаций Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Связи с Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях общественностью и реклама в некоммерческих организациях Стимулирование сбыта Технологии производства рекламного продукта Профессионально-творческая практика Научно-исследовательская работа

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей или изучается параллельно: Управление общественным мнением Цифровой маркетинг Креативные технологии в рекламе Преддипломная практика, ГИА

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ(МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине(модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-1: Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: виды и классификации деловых и бизнес-мероприятий, основные этапы их планирования, подготовки и проведения, подведения итогов, включая выставочные мероприятия, основные виды ПР-мероприятий, презентаций и др. в качестве инструментов и средств коммуникаций с внешней и внутренней средой.</p> <p>Уметь: планировать некоторые виды рекламных и промо-мероприятий в качестве средств и инструментов внешней коммуникации.</p> <p>Владеть навыками: планирования, организации и проведения отдельных видов рекламных мероприятий, ПР-мероприятий как инструментов внешней коммуникации.</p>
ПК-2:Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по Продвижению продуктов	<p>Знать: виды и классификации деловых и бизнес-мероприятий, основные этапы их планирования, Подготовки и проведения, подведения итогов, включая выставочные мероприятия и об этапах подготовки и участия предприятия в выставке; презентацию как вид рекламного и ПР-мероприятия, сферы и задачи ее применения в рекламно-маркетинговых целях; определения, этапы планирования, проведения и контроля промо-акций, в т.ч. специфику различных видов и механик; основные виды ПР-мероприятий (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги и др.)</p> <p>Уметь: принимать участие под контролем в планировании некоторых видов рекламных и промо-мероприятий (презентации, промо-акции и др.); уметь применять правила и рекомендации по организации презентаций (в т.ч. разработке и подготовке визуальных материалов); осуществлять коммуникации с посетителями во время работы выставки и стенда; определять необходимый тип стенда как средства коммуникации на выставке;</p> <p>Владеть навыками: планирования, организации и проведения под контролем отдельных видов рекламных мероприятий (промо-акций, презентаций и пр.), базовыми принципами проведения промо-акции (в т.ч. при составлении промо-текста) и презентации (при разработке текста выступления), а также участия в выставках и правилами проведения основных видов ПР-мероприятий (пресс-конференций, пресс-брифингов и пр.).</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) _____ 5 _____

по видам учебной работы (в часах) 180 _____

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	7	8
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	64		36	28
Аудиторные занятия:				
Лекции	18		18	-
Практические и Семинарские занятия	46		18	28
Лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	80		36	44
Текущий контроль(количество и вид: контр. работа, коллоквиум, реферат)			Доклад, Реферат Практическое задание	Доклады, Практическиеработы(задания)
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации(экзамен, зачет)	Экзамен 36		Зачет	Экзамен 36
Всего часов по дисциплине	180		72	108

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слэш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате при применении электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	7	8
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	18		10	8
Аудиторные занятия:				
Лекции	8		4	4
Практические и Семинарские занятия	10		6	4

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа дисциплины				
Лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	149		58	91
Текущий контроль (количество и вид: контр. работа, коллоквиум, реферат)				Доклады, Практические работы (задания)
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет 4 +Экзамен 9		Зачет 4	Экзамен 9
Всего часов по дисциплине	180		84	96

** В случае необходимости использования в учебном процессе*

частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

3.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения _____ очная _____

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			в т.ч. занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	Практические занятия, семинары	лабораторная работа			
1	2	3	4	5	6	7	8
<i>Раздел 1. Виды и этапы проведения деловых и бизнес-мероприятий, Обзор основных видов специальных событий (event marketing) и ПР-мероприятий</i>							
Тема 1. Деловые и бизнес-мероприятия: Виды и этапы проведения	24	6	6			12	
Тема 2. Event marketing: обзор основных видов специальных событий, мероприятий	24	6	6		3	12	Дискуссия по докладам, Реферат, Практическое задание

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа дисциплины							
Тема 3. Основные виды мероприятий: их подготовка и проведение	24	6	6		3	12	Доклад, Реферат Практическое задание
<i>Раздел 2. Презентации, выставки: этапы планирования и проведения</i>							
Тема 4. Презентации: специфика мероприятия, виды, этапы подготовки и проведения	13	-	7		4	6	Дискуссия по докладам, Реферат
Тема 5. Планирование, подготовка участия в выставке	11	-	5			6	
Тема 6. Участие предприятия в выставке и подведение итогов	11	-	4		3	7	Дискуссия по докладам Реферат
<i>Раздел 3. Промо-акции, флэш-мобы: подготовка и проведение</i>							
Тема 7. Промо акции: основные виды, этапы разработки.	11	-	4		3	7	Дискуссия по докладам
Тема 8. Промо акции: этап проведения и контроля	13	-	4		3	9	Дискуссия по докладам, реферат
Тема 9. Флешмобы: специфика и виды	13	-	4		3	9	Доклад, Практическое задание
Итого	144	18	46		22	80	

***144+36(контроль)=180 часов**

Форма обучения _____ заочная _____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Формат текущего контроля
		Аудиторные занятия			в т.ч. занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторная работа			
1	2	3	4	5	6	7	8

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа дисциплины							
<i>Раздел 1. Виды и этапы проведения деловых и бизнес-мероприятий, обзор основных видов специальных событий (event marketing) и PR-мероприятий</i>							
Тема 1. Деловые и бизнес-мероприятия: виды и этапы проведения	18	1	1			16	
Тема 2. Eventmarketing: обзор основных видов специальных событий, мероприятий	20	1	1		1	18	Дискуссия по докладам, Реферат Практическое задание
Тема 3. Основные виды PR-мероприятий: их подготовка и проведение	18	1	1		1	16	Доклад, Реферат Практическое задание
<i>Раздел 2. Презентации, выставки: этапы планирования и проведения</i>							
Тема 4. Презентации: специфика мероприятия, виды, этапы подготовки и проведения	18	1	1		1	16	Дискуссия по докладам, Реферат
Тема 5. Планирование, подготовка участия в выставке	18	1	1			16	
Тема 6. Участие предприятия в выставке и подведение итогов	18	1	1		1	16	Дискуссия по докладам Реферат
<i>Раздел 3. Промо-акции, флэш-мобы: подготовка и проведение</i>							

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа дисциплины							
Тема 7. Промоакции: основные виды, этапы разработки.	19	1	2		1	17	Дискуссия по докладам
Тема 8. Промоакции: этап проведения и контроля	18	1	1		1	16	Дискуссия по докладам, реферат
Тема 9. Флешмобы: специфика и виды	19		1		1	18	Доклад, Практическое задание
Итого	167	8	10		7	149	

***167+13(контроль)=180 часов**

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Виды и этапы проведения деловых и бизнес-мероприятий, обзор основных видов специальных событий (используемых в рамках event marketing) и PR-мероприятий

Тема 1. Деловые и бизнес-мероприятия: виды и этапы проведения.

Понятие «мероприятия», классификации и виды мероприятий (в деловой и бизнес-сфере) Классификации и виды, выделяемые в зависимости от цели, от состава участников, места проведения. Регулярные/нерегулярные мероприятия. Массовые и корпоративные мероприятия (специфика, виды).

Основные этапы подготовки и планирования мероприятий. Возникновение идеи (повода) проведения, ее утверждение руководством, назначение ответственных за организацию. Выбор типа мероприятия, определение состава участников и бюджета, выбор места проведения (включая перечень требований к месту проведения), подготовка помещения. Оповещение о предстоящем событии – составление и рассылка пригласительных писем.

Основные этапы проведения мероприятий. Встреча и регистрация участников (вручение канцелярского пакета), их размещение, организация питания. Регламент мероприятия, его техническое оснащение, культурная и развлекательная программа, анкетирование участников. Подведение итогов. Освещение в СМИ.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Тема 2. Eventmarketing: обзор основных видов специальных событий, мероприятий.

Eventmarketing: основные направления и виды специальных событий, мероприятий – для внутренней и внешней корпоративной среды; деловые, развлекательные и обучающие, типы в зависимости от сценария, количества участников, уровня подготовки и сложности организации и пр. Понятие «событие» и «мероприятие». Классификации мероприятий по типу маркетинговой среды, по характеру взаимодействия, по масштабам проведения и целевой аудитории; по результату для участников, по периодичности и др.

Праздники: его функции, специфика мероприятия, организации и проведения в маркетинговых целях. Различные виды и классификации праздников (в т.ч. для сотрудников, клиентов, массовые и пр.). Фестивали: определение, специфика, виды и классификации, основные моменты, важные для разработки и проведения.

Тема 3. Основные виды PR-мероприятий: их подготовка и проведение Обзор основных видов PR-мероприятий.

Пресс-конференции: поводы, условия времени, обстоятельства, формы проведения и важные др. моменты: приглашение, сценарный план, подготовка ведущего, регистрация участников, организация угощения и пр..

Основные правила проведения пресс-конференций и брифингов. Их общие и отличительные черты.

Поводы проведения брифингов (в т.ч. с примерами из практики госорганов, учреждений и частных компаний)

Пресс-туры: условия и поводы проведения, основные принципы и критерии отбора СМИ и их представителей, правила приглашения и предварительная работа с журналистами, основные структурные моменты данного вида мероприятия, программа, бюджет, организация работы после проведения.

Круглые столы и дискуссии.

Форумы и конференции как масштабные мероприятия, их виды и предназначение (включая основные форматы проведения).

Приемы (включая их виды, основные пункты проведения). Дни открытых дверей, церемонии открытий и др.

Раздел 2. Презентации, выставки: этапы планирования и проведения

Тема 4.

Презентации: специфика мероприятия, виды, этапы подготовки и проведения

Презентация как вид рекламного и делового мероприятия: классификации, условия и цели применения. Отличия презентаций от др. видов мероприятий, включая пресс-конференции. Различные виды презентаций: по продвижаемому объекту (презентация компании и презентация товара и пр.); внешние и внутренние (в т.ч. восходящие и нисходящие), стандартные (классические) и концептуальные; по форме, используемым средствам, стилю подачи (в т.ч. статической и динамической формой подачи) и др.

Презентация: подготовка и проведение (основные этапы), разработка наглядных материалов и др.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

аписаниеречи(правилаирекомендации).Структурныечастипрезентационной речи (вступление, основная часть, заключение и ответы на вопросы), ееформатидлительность.Требованиякместупроведенияпрезентации.Учтсоставааудитории .Рольспикеравпрезентации.Подготовкаииспользованиенаглядных,демонстрационных материалов.Заключительная часть — ответы на вопросы (в т.ч. ихвиды: вопрос-переадресация, вопрос-демонстрация, вопрос -испытания и пр.) Примерынаиболееизвестныхпрезентацийтоваров и мировых брендов.

Тема5.Планированиеиподготовкаучастияввыставке

Планированиевыставочнойдеятельностидляпредприятия-экспонентаиподготовкаучастия в выставке—основные моменты и этапы: выбор выставки и способа участия вней,определениецелейвыставочнойдеятельности,отправлениезаявки,заключениедоговора обучастии,разработкарекламнойкампании(предвыставочнаяреклама)иизготовление рекламных материалов,определение размеров необходимой выставочнойплощади,выбор экспонатов, подготовка персоналаи пр.

Тема6.Участиепредприятияввыставкеиподведениеитогов

Периодучастияввыставкепредприятия-экспонента(включаяработустендистов,технического персонала и пр.). Стенд как основное средство коммуникации, рекомендации по проектированию и оформлению стенда, расположение и виды стендов.Зоны выставочной площадки. Правила коммуникации с посетителями. Раздача рекламныхииинформационныхматериалов.Регистрация посетителей.

Послевыставочныйэтапдляпредприятия–экспонента:подведениеитогов,проведениесовещания,работасклиентскойбазой,освещениев СМИ,вИнтернете,составлениеотчетаи пр.

Раздел 3. Промо-акции, флешмобы: подготовка и

проведениеТема7.Промоакции:основныевиды,этапразработкиипрове

дения.

ПромоакциякаквидрекламныхмероприятийиВТL-коммуникаций.Видыпромо-акций.

Разработка и подготовка рекламных, промо-акций (определение цели, целевой аудитории,выбор вида, мест и географии проведения, графика, бюджета, каналов информирования обакции,разработкаееназвания ипр.) Ролькреативапри разработкеакции.

Дегустации как форма продвижения. Специфика и цели проведения дегустаций (включаяграфик, время, место проведения, требования к демонстратору, к выбору и внешнему видупродукции,вступительная речь демонстратораипр.).

Тема8.Промоакции:этаппроведенияиконтроля

Проведение промо-акции. Требования к промоутеру и его работе, его внешний вид

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

и форма. Промотекст. Этап реализации, проведения рекламных и промо-акций, оценка результатов и эффективности. Формы контроля промо-акций.

Тема 9. Флешмобы: специфика и виды

Флешмобы как специфический вид активности (основные принципы и правила). Виды и типовые сценарии флешмобов. Применение флешмобов в рекламно-маркетинговых целях (примеры из российской и зарубежной практики).

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Виды и этапы проведения деловых и бизнес-мероприятий, обзор основных видов специальных событий (используемых в рамках event marketing) и PR-мероприятий

Тема 1. Деловые и бизнес-мероприятия: виды и этапы проведения (форма проведения - семинар)

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

- Дайте определение понятию «мероприятие».
- Какие виды бизнес-деловых мероприятий вы можете назвать? Охарактеризуйте их.
- Что понимается под регулярными и нерегулярными мероприятиями? Приведите

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

примеры деловых регулярных мероприятий. В чем отличия корпоративных и массовых мероприятий? Назовите виды мероприятий в зависимости от цели. Перечислите виды мероприятий по составу участников, месту проведения.

- Назовите и охарактеризуйте в целом основные этапы проведения мероприятий.

- Опишите начальные этапы подготовки мероприятия – возникновение идеи (повода), ее организационное или юридическое закрепление, определение группы ответственных за проведение, определение цели. Каковы основные требования к постановке цели мероприятия? Охарактеризуйте основные критерии постановки цели (реализуемость, возможность замерить результаты др.).

- Каковы основные критерии выбора места проведения мероприятия?

- Каким образом происходит определение состава участников мероприятия, их оповещение о предстоящем событии? Для мероприятий с участием иногородних (или иностранных граждан), расскажите, как осуществляется их встреча, размещение, организация питания и культурной программы.

Что такое регламент мероприятия и чем он определяется? Приведите примеры регламента какого-либо делового мероприятия.

- Чем обычно завершается мероприятие, каковы его итоги, завершающие этапы?

Тема 2. Eventmarketing: обзор основных видов специальных событий, мероприятий (форма проведения семинари дискуссия, практическое занятие)

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

- С чем, какими условиями связано возникновение и распространение Eventmarketing за рубежом, в западных странах и в России. Каково его место в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций?

Какие основные направления и виды специальных событий, мероприятий вы можете назвать? (мероприятий для внутренней и внешней корпоративной среды; деловых, развлекательных и обучающих). Охарактеризуйте различные классификации мероприятий: по типу маркетинговой среды, по характеру взаимодействия, по масштабам проведения и целевой аудитории; по результату для участников, по периодичности и др.

Перечислите типы мероприятий в зависимости от сценария, количества участников и пр.

- В чем состоит специфика организации и проведения праздников в маркетинговых целях? Назовите виды праздников, известные вам (для сотрудников, клиентов, массовые и пр.). Приведите примеры местного масштаба.

- Что такое фестиваль как форма массового мероприятия. Назовите его характерные черты и примеры. Включая примеры организации и проведения фестивалей для продвижения брендов.

Практическое задание к теме:

– Провести праздник заданного формата и по определенным целям (место, время, состав участников и прочие организационные моменты остаются на усмотрение студента).

Тема 3. Основные виды PR-мероприятий: их подготовка и проведение (форма проведения — семинари дискуссия по итогам выступления докладчиками-сообщениями)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

- Опишите основные правила, рекомендации, этапы подготовки и проведения, завершены я пресс-конференций.
- Опишите основные правила, рекомендации, этапы подготовки и проведения пресс-туров. Когда, в каких именно случаях (и маркетинговых коммуникационных целях) целесообразно применение такого вида мероприятия? На кого оно обычно бывает рассчитано?
- Приведите примеры проведения брифингов. Что отличает брифинг от пресс-конференции? В каких случаях он проводится? Кто является его участниками?
- Озвучьте основные правила проведения пресс-конференций и брифингов.
- Перечислите остальные известные вам PR-мероприятия, и мероприятия, которые могут использоваться в PR-практике и для целей СО. Опишите основные правила, рекомендации, этапы их подготовки и проведения.
- Что отличает такой тип PR-мероприятий как пресс-туры? Каким образом ведется предварительная работа журналистами по их оповещению и приглашению? Как овы основные важные моменты, этапы проведения пресс-тура и его подготовки?
- Что характерно для таких типов как круглые столы и конференции? Как они проводятся?
- Расскажите о таких видах как приемы, дни открытых дверей, церемонии открытия

Задание 1 – подготовка доклада: в качестве самостоятельной подготовки студентам предлагается составить краткие сообщения —

доклады для презентации их на семинарском занятии в группе по основным видам PR-мероприятий (для того, чтобы избежать дублирования, они распределяются заранее). Презентации должны обязательно содержать иллюстрации, примеры, видео-материалы с различных видов PR-мероприятий. Каждый доклад помимо краткой теоретической справки состоит из примеров из российской и зарубежной практики. По итогам прослушанных и просмотренных материалов проводится обсуждение, дискуссия.

Задание 2-

практическое. Провести презентацию на заданную тематику. Студенческая группа делится на 4 группы по 3-4 участника в каждой. Каждая группа готовит одну из презентаций (возможные темы: презентация выбранной специальности или направления

обучения; презентация региона (в рамках территориального брендинга и туристического бизнеса). Обязательными условиями являются: наличие демонстрационных материалов, фото и пр.

Раздел 2. Презентации и промо-акции: подготовка и проведение

Тема 4. Презентации: специфика мероприятия, виды, этапы подготовки и проведения (форма проведения — семинар и дискуссия по итогам выступления с докладами и сообщениями)

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

– Охарактеризуйте презентацию как вид рекламного и делового мероприятия, перечислите их виды, условия цели применения. В каких случаях презентации используются в сфере рекламной деятельности?

– Перечислите и охарактеризуйте известные вам виды и классификации презентаций (по разным основаниям —

по типу объекта, по ориентированности на различные аудитории, по форме и стилю изложения, в зависимости от используемых технических средств и пр.)

- Назовите и опишите основные этапы подготовки и проведения презентаций.

- Каким образом состав аудитории (степень ее подготовленности, заинтересованности

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ипр.) влияет на составление речи?

- Перечислите основные требования к месту проведения презентации (ее различных видов).

- Каковы основные структурные части презентационной речи, требования к ее формату, длительности, способу презентации? Расскажите о том, как осуществляется подготовка и использование наглядных, демонстрационных материалов?

- Каковы основные правила и рекомендации, касающиеся того, как следует отвечать на вопросы аудитории? Какие вам известны основные виды вопросов (провокационного или негативного характера)?

Опишите правила и рекомендации по реагированию на них.

Задания к семинарскому занятию:

- Составить краткие сообщения, используя материалы Интернета, о различных видах презентаций, как коммерческого плана, так и некоммерческого, включая, презентации товаров, услуг, проектов и пр.

- Подготовить краткий доклад — сообщение с элементами виде-, фотоидр. материалов о примерах проведения, прохождения различных презентаций (в основном посвященных продвижению товаров, услуг, появлению новых марок, моделей и пр. различного уровня — от презентаций мировых брендов, например, масштабных мероприятий при появлении новой модели авто до презентаций местного уровня, местных производителей). По итогам выступлений проводится обсуждение — дискуссия.

Тема 5. Планирование и подготовка участия в выставке (форма проведения - семинар) **Вопросы по теме раздела** (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

- Чем определяется выбор выставки предприятием-экспонентом? Перечислите основные критерии. Какие бывают способы участия в выставке?

- Каки маркетинговые цели чаще всего преследуют участники выставки?

- Каким образом осуществляется отправление заявки и заключение договора на участие в выставке? По возможности приведите примеры таких договоров.

- Что представляет из себя реклама (или рекламная кампания) на этапе подготовки к выставке и оповещения о ней ее участниках? Какие виды рекламы обычно задействуются? Как и виды печатной рекламной продукции изготавливаются заранее и используются чаще всего различными предприятиями?

- Расскажите, каким образом осуществляется выбор экспонатов для демонстрации на выставке подготовка, обучение персонала?

Тема 6. Участие предприятия в выставке и подведение итогов (форма проведения — семинар дискуссия по итогам выступления с докладами-сообщениями)

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

- В чем заключается работа стендистов, технического персонала на выставке? Каковы основные задачи и сложности в работе стендистов? Какие к ним предъявляются требования?

Перечислите основные правила коммуникации посетителям выставки?

- Охарактеризуйте стенд как основное средство коммуникации предприятия — участника выставки? Какие виды стендов вы знаете?

- Перечислите и охарактеризуйте зоны выставочной площадки.

- Каким образом осуществляется регистрация посетителей?

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

- Каковы основные рекомендации, касающиеся рекламы и ПР по освещению хода итогов выставки, результатов участия предприятий в ней? Какие каналы коммуникации общественностью обычно используются?

- Каким образом осуществляется работа клиентской базой (по результатам регистрации посетителей на выставке) в после выставочный период? Как проходит совещание и составление отчета по итогам участия предприятия в выставке?

Задание к семинарскому занятию:

- Составить краткие сообщения – доклады небольшой длительности о выставках различного назначения и масштаба (от всемирных до региональных), рассказать и описать в презентации ход выставки, оформление стендов, демонстрацию экспонатов, и, по возможности, ее итоги и пр.

Тема 7. Промоакции: основные виды, этапы разработки (форма проведения — семинары дискуссия по итогам выступления с докладами-сообщениями)

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

- Охарактеризуйте промо-акцию как вид рекламных мероприятий и BTL-коммуникаций. Охарактеризуйте, что такое сэмплинг? Раскройте понятие «образец». В каких случаях, сферах целесообразно проводить раздачу образцов товаров, рекламных материалов? Что такое игровой маркетинг? Перечислите известные вам виды игр для потребителей. Чем конкурсы отличаются от лотерей?

– Назовите и охарактеризуйте основные этапы подготовки и проведения рекламных, промо-акций. Поясните, почему и в каких случаях важно предварительное проведение рекламной кампании, анонсирования в СМИ предстоящей акции?

- Приведите примеры из современной рекламной практики проведения промоакций различного вида.
- Назовите специфику и цели проведения дегустаций. В какое время и где чаще всего проводятся дегустации? Каковы требования к демонстратору, к его виду. А как вы боретесь с внешним видом продукции? Приведите примеры вступительной речи демонстратора.
- Расскажите о примерах организации дегустаций в нашем городе? (по следующей схеме: место и время проведения, заказчик и исполнитель, кто работал демонстраторами, что они предлагали, ваша оценка эффективности данного мероприятия).
- Назовите известные вам агентства (работающие как на местном, так и на столичном уровне), специализирующиеся на их проведении.

Задание к теме:

- Составить краткий доклад — сообщение с элементами презентации (с демонстрацией фото, видео- и др. материалов о ходе проведения) о реализации одного из видов промоакций. По итогам выступлений с докладами проводится обсуждение, дискуссия. Рассматриваются и демонстрируются в том числе и примеры проведения промо-акций на местном уровне.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Тема 8. Промоакции: этап проведения и контроля (форма проведения — семинар и дискуссия по итогам выступления с докладами-сообщениями)

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

– Каким образом на основании каких критериев можно оценить успешность/неуспешность проведенной промо-акции?

– Какие вам известны формы контроля промо-акций? Расскажите об этом на конкретных примерах. Кто и какие именно организации занимаются контролем проведения промо-акций. В каком виде составляются отчетные документы?

Задание. Составить краткий доклад — сообщение с элементами презентации (с демонстрацией фото, видео- и др. материалов о ходе проведения) о проведении одного из примеров промо-акций по схеме, соответствующей основным пунктам ее подготовки, разработки и реализации, о осуществлении контроля, подведения итогов (детально освещаются все возможные этапы, включая составление бюджета и сметы). По итогам выступлений с докладами проводится обсуждение, дискуссия. Рассматриваются и демонстрируются в том числе и примеры проведения промо-акций на местном уровне.

Тема 9. Флешмобы: специфика и виды (форма проведения — семинар и дискуссия по итогам выступления с докладами-сообщениями)

Вопросы по теме раздела (для обсуждения на занятии, для самостоятельного изучения):

- Когда появились первые флешмобы? Приведите примеры. В чем состоит специфика даного вида социальной активности? Охарактеризуйте роль современных цифровых технологий в организации флэшмобов.

- Перечислите основные виды флэшмобов, охарактеризуйте их.

- Какова специфика использования флэшмобов в рекламно-маркетинговых целях? Приведите известные вам примеры использования флэшмобов для продвижения различных товаров, услуг.

Задания к теме.

- 1) Составить краткий доклад — сообщение с элементами презентации (с демонстрацией фото, видео- и др. материалов о ходе проведения) об одном из примеров флэшмоба (различных видов) и его применения в рекламно-маркетинговых целях (по примерной схеме: продвигаемый бренд/марка/товар/услуга, место и время проведения, сценарий, примерное количество и состав участников и пр.) Рассматриваются и демонстрируются, анализируются, в том числе, и примеры проведения флэшмобов на местном уровне.
- 2) Разработать (самостоятельно) сценарий флэш-моба по заданной социальной тематике (важной социальной теме или проблеме, близкой тематике социальной рекламы).

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Данный вид работы не предусмотрен УП.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

8. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ,

РЕФЕРАТОВ тематика рефератов:

1. Организация различных типов ПР-мероприятий (например — указать тип мероприятия и компанию, организацию).
2. Проведение презентации например... (указать компанию или бренд)
3. Подготовка и участие предприятия — экспонента (указать компанию или бренд) в выставке (название выставки).
4. Проведение промо-акции например (указать компанию или бренд)

Цель реферата №1: показать на практике (с небольшой теоретической справкой) специфику, правила и этапы проведения различных видов ПР-мероприятий (готовится, в том числе, и по материалам Сети, имеющимся в открытом доступе и основе материалов сайтов различных организаций).

Цель реферата №2 состоит в том, чтобы раскрыть, проанализировать и показать на практике этапы разработки, подготовки, реализации презентации. Он составляется на основе материалов, в основном посвященных продвижению товаров, услуг, появлению новых марок, моделей и пр. различного уровня — от презентаций мировых брендов, например, масштабных мероприятий, приуроченных к появлению новой модели авто до презентаций местного уровня, местных производителей товаров.

Цель реферата №3 продемонстрировать на практике работу одной из организаций / кампаний этапы подготовки, участия в выставке и подведения итогов. Реферат обязательно должен содержать фото-, видео и пр. материалы (включая планы выставочных площадей, фотографии стендов и пр.), которые выносятся в Приложения.

Цель реферата №4 — проиллюстрировать и проанализировать например проведение конкретной промо-акции этапы ее разработки, анонсирования, проведения, и, возможно, осуществления ее контроля и подведения итогов. На основе составленных реферат о готовятся краткие доклады — сообщения с элементами видео-, фото и др. материалов о примерах проведения, прохождения различных промо-акций для озвучивания и демонстрации в группенасеминаре и дискуссии.

Требования к содержанию, объему, оформлению. Реферат выполняется на листах формата А4, 12-14 кеглем, полуторный интервал (поля стандартные). Объем не менее 15-17 страниц. Содержание должно соответствовать приведенным выше целям. Список используемых источников приводится в конце, причем по возможности должен содержать разные их типы: материалы периодических изданий по теме; сайты компаний и агентств, специализирующихся на проведении различных мероприятий; данные исследовательских центров и аналитических структур, представленные в открытом доступе в Интернете (с указанием электронных адресов) и др. Материалы с примерами проведения мероприятий выносятся в приложение, также как фотографии, и видеоматериалы по итогам проведения различных мероприятий по продвижению (рекламных, ПР-мероприятий, участия в выставках и др.)

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

1. Понятие «мероприятия», классификации и виды мероприятий (в деловой и бизнес-сфере).
2. Основные этапы подготовки и планирования мероприятий, применяемых в деловой и бизнес-сфере.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

3. Основные этапы проведения мероприятий.

4 Презентация как вид рекламного и делового мероприятия: определения, условия и цели применения.

5. Виды классификации презентаций (по продвигаемому объекту, по техническому оснащению). Примеры рекламных презентаций новых товаров, моделей, продуктов в т.ч. с использованием новых технологий.

6. Подготовка презентации: основные этапы и моменты (например, учет состава и характера аудитории и пр.)

7. Разработка наглядных материалов и написание речи для презентации (правила и рекомендации). Структура презентационной речи. Способы ее озвучивания.

8. Проведение и ход презентации. Роль спикера в презентации. Рекомендации для спикера. 9. Завершающая часть презентации. Ответы на вопросы. Типы вопросов.

10. Промо- и рекламные акции: определение, виды (механики), цели и практика применения.

11. Этап разработки, подготовки промо-акции.

12. Роль креатива в разработке формата, места и вида проведения промо-акции. Примеры креативных форм промо-акций из отечественного и зарубежного опыта.

13. Проведение промо-акции, ее контроль, подведение итогов, оценка эффективности

14. Eventmarketing: основные направления и виды специальных событий, мероприятий – для внутренней и внешней корпоративной среды; деловые, развлекательные и обучающие

15. Различные типологии и классификации мероприятий. Типы специальных мероприятий в зависимости от сценария, количества участников, уровня проведения и пр.

16. Праздники: специфика мероприятия, виды праздников, их функции

17. Организация и проведение праздников в маркетинговых целях (включая примеры из российской практики).

17. Фестиваль как вид мероприятия: специфика, характерные черты. Виды фестивалей.

18. Этапы и важные моменты подготовки и проведения, сценарии и программа фестивалей.

Примеры организации фестивалей для продвижения брендов на российском рынке.

19. Специфика и виды флэш-

мобов (характерные черты данного вида активности), применение в рекламно-маркетинговых целях.

20. Подготовка к участию в выставке предприятия-экспонента (определение цели, выбор выставки, подготовка оборудования, выбор экспонатов и пр.)

21. Участие предприятия в выставке (включая работу стенда и пр.)

22. Послевыставочный период. Подведение итогов участия в выставке.

23. Правила и основные принципы подготовки и проведения пресс-конференций.

24. Правила и основные принципы подготовки и проведения брифингов.

25. Пресс-туры. Назначение и поводы проведения пресс-тура. Планирование пресс-тура. Оптимальное количество участников. Определение продолжительности пресс-тура. Бюджет (основные статьи расходов).

26. Этапы подготовки и проведения пресс-тура. Выбор СМИ (и конкретных представителей) для пресс-тура: основные критерии. Техническое задание (ТЗ) на пресс-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

тур. Программа пресс-тура. Завершение работы по итогам пресс-тура.

27. Приемы как виды пресс-мероприятий. Организация, проведение приемов. Виды приемов.
28. Дни открытых дверей. Специфика мероприятия, цели и этапы его проведения, организация.
30. Круглый стол.
31. Дискуссии, дебаты.
32. Бизнес-форумы (их назначение, особенности организации как типа мероприятия, форматы проведения)
- .
33. Бизнес (идр.) виды конференций (их цели, особенности организации как типа мероприятия)
- .

Задания:

1. Определить тип, вид выставочного стенда (из показанных).
2. Разработать сценарий праздника по заданной тематике.
3. Разработать сценарий и выбрать тип флешмоба по заданной социальной тематике.
4. Выбрать тип пресс-мероприятия в зависимости от ситуации из данных условий, цели.
5. Разработать план пресс-тура.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, материалами лекций, статистическими материалами, дополнительной литературой, в том числе материала ми Интернета;
- подготовка докладов, написание реферата;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету, экзамену и пр.

Форма обучения _____ очная _____

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
Тема 1. Деловые и бизнес-мероприятия: виды и этапы проведения	Подготовка к семинарскому занятию, проработка учебного материала	12	Проверка знаний в устной форме на семинаре
Тема 2. Event marketing: обзор основных видов специальных событий, мероприятий	Подготовка к семинарскому занятию, проработка учебного материала Выполнение практического задания	12	Проверка практического задания
Тема 3. Основные виды PR-мероприятий: их подготовка и проведение	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка доклада Написание реферата	12	Проверка реферата, докладов

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины			
Тема 4. Презентации: специфика мероприятия, виды, этапы подготовки и проведения	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практического задания Подготовка доклада Написание реферата	6	Проверка реферата, докладов
Тема 5. Планирование, подготовка участия в выставке	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада	6	Проверка докладов
Тема 6. Участие в предприятии на выставке и подведение итогов	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада Написание реферата	7	Проверка реферата, докладов
Тема 7. Промоакции: основные виды, этапы разработки.	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада	7	Проверка докладов
Тема 8. Промоакции: этап проведения и контроля	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада Написание реферата	9	Проверка реферата, докладов
Тема 9. Флешмобы: специфика и виды	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада Выполнение практического задания Подготовка к экзамену	9	Проверка практического задания, докладов

Форма обучения _____ заочная _____

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
Тема 1. Деловые и бизнес-мероприятия: виды и этапы проведения	Подготовка к семинарскому занятию, проработка учебного материала	16	Проверка знаний в устной форме на семинаре
Тема 2. Event marketing: обзор основных видов специальных событий, мероприятий	Подготовка к семинарскому занятию, проработка учебного материала Выполнение практического задания	18	Проверка практического задания
Тема 3. Основные виды PR-мероприятий: их подготовка и проведение	Подготовка к семинарскому занятию, подготовка доклада Написание реферата	16	Проверка реферата, докладов
Тема 4. Презентации: специфика мероприятия, виды, этапы подготовки и проведения	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практического задания Подготовка доклада Написание реферата	16	Проверка реферата, докладов

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины			
Тема 5. Планирование, подготовка участия в выставке	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада	16	Проверка докладов
Тема 6. Участие в приятии в выставке и подведение итогов	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада Написание реферата	16	Проверка реферата, докладов
Тема 7. Промоакции: основные виды, этапы разработки.	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада	17	Проверка докладов
Тема 8. Промоакции: этап проведения и контроля	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада Написание реферата	16	Проверка реферата, докладов
Тема 9. Флешмобы: специфика и виды	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада Выполнение практического задания Подготовка к экзамену	18	Проверка практического задания, докладов

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496326>.
2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488737>

Дополнительная

1. Герасимов, С.В. Теория и практика международных специальных событий : учебное пособие / С.В. Герасимов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2019. — 412 с. — ISBN 978-5-8114-3037-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/113156>
2. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493268>
3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489960>
4. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 4-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. — 126 с. - ISBN 978-5-394-03520-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093220>

учебно-методическая:

1. Кузьмина Е. В. Организация рекламных и ПР-мероприятий : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Е. В. Кузьмина; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон.текстовые дан. (1 файл : 336 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8232>

Согласовано:

Гл. библиотекарь / _____ Шевякова И.Н. / *Шевякова И.Н.* 12.04 2022 г

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.3. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-PRO / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Зам. начальника УИТТ



А.В. Ключкова

26.04.2022

Форма

1 из 2

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудиторию для проведения лекций, семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудиторию комплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии с сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащении образовательного процесса, размещенными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ СОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться один из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации и привлечение тифлопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации и привлечение тифлопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей



Разработчик

доцент Кузьмина Е.В.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		10.05.23
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		10.05.23

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Приложение 1

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная

1. 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. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513640>
2. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - ISBN 978-5-394-05290-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1927318> Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - ISBN 978-5-394-05290-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1927318>

Дополнительная

1. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515444>
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>
3. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 4-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. — 126 с. - ISBN 978-5-394-03520-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093220>
4. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516818>

учебно-методическая:

1. Кузьмина Е. В. Организация рекламных и PR-мероприятий : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Е. В. Кузьмина; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон.текстовые дан. (1 файл : 336 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8232>

Согласовано:

Главный библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.

ФИО

подпись

дата

 6.05.23

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Приложение 2

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft Office Std 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий
Должность, подпись, ФИО

Щуренко Ю.В.
ФИО



19.05.2023
Дата