

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Т.А. Хагуров



«10» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.10 ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2023

Рабочая программа дисциплины Организация специальных мероприятий составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

Ф.Н. Шакула, старший преподаватель

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Организация специальных мероприятий утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 13 «10» мая 2023 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 11-23 «25» мая 2023 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

И.Г. Крайних, генеральный директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»

Ю.В. Лучинский, д-р филологических наук, проф., зав. кафедрой истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных и PR-мероприятий.

1.2 Задачи дисциплины

В ходе реализации задач курса предполагается:

- изучить специфику планирования, организации и проведения специальных мероприятий;
- проанализировать особенности целевых аудиторий в рекламной и PR-коммуникации;
- развить навыки творческого мышления в области социального проектирования.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация специальных мероприятий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Организация специальных мероприятий» базируется на изучении таких предметов, как «Традиционные и инновационные технологии в рекламе и PR», «Управление информацией в современном медиапространстве», «Искусство бизнес-презентации», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
ИУК-3.1. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу.	Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная			заочная
		7 семестр (часы)			7 семестр (часы)

Контактная работа, в том числе:		68,2/26,2	68,2			26,2
Аудиторные занятия (всего):						
занятия лекционного типа		16/8	16			8
лабораторные занятия		34/6	34			6
занятия семинарского типа (практические занятия)		18/12	18			12
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		6	6			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2/0,2	0,2			0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		33,8/78	33,8			78
Реферат/эссе (подготовка)		20/50	20			50
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)		13,8/28	13,8			28
Подготовка к текущему контролю						
Контроль:		3,8				3,8
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	108/108	108			108
	в том числе контактная работа	68,2/26,2	68,2			26,2
	зач. ед	3/3	3			3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	16	2	2	6	6
2.	Проектирование специальных мероприятий	22	2	4	8	8
3.	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	24	4	4	8	8
4.	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	20	4	4	6	6
5.	Оценка эффективности проекта рекламной кампании. <i>Итоговое занятие</i>	19,8	4	4	6	5,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i>	101,8	16	18	34	33,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
6.	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	18	1	2	1	14
7.	Проектирование специальных мероприятий	21	2	2	1	16
8.	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	23	2	4	1	16
9.	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	22	2	2	2	16
10.	Оценка эффективности проекта рекламной кампании. <i>Итоговое занятие</i>	20	1	2	1	16
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i>	104	8	12	6	78
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	Виды специальных мероприятий: презентационно-событийные, информационно-образовательные, благотворительные. Подлинные (естественные) и специальные (искусственные) события. – Мероприятия для СМИ (пресс-конференция, брифинги, пресс-туры); - Мероприятия для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры); - Мероприятия для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции); - Информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы); - Развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали) и т.д.	Конспект лекции
2	Проектирование специальных мероприятий	Основные направления организации спец. мероприятий: - творческая часть, - административная часть, - работа со СМИ. Особенности организации разных видов спец. мероприятий	Конспект лекции
3	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	Специфика мероприятий рекламной кампании: - круглые столы и семинары, - выставки, экспозиции, - презентации, - церемонии открытия, - приемы, - дни открытых дверей.	Конспект лекции
4	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	Основные методы расчёта рекламного бюджета: - В процентах к объёму сбыта; - Соответствие рекламным затратам конкурента; - Постоянный расход; - Максимальный расход; - Цели и задачи; - Максимальный доход; - На основе экспериментов; - На основе моделирования. Распределение бюджета по рынкам и по торговым маркам.	Конспект лекции
5	Оценка эффективности проекта рекламной кампании.	Оценка эффективности до и после передачи рекламного обращения. Сравнение затрат на рекламу и объёмов	Конспект лекции

		реализации товара по итогам деятельности в прошлом. Анализ результатов локальных рынков. Метод экспертных оценок по региону. Метод «эффект-затраты». Способы оценки эффективности рекламы в зависимости от целей: 1. Цель – информирование целевой аудитории. 2. Цель – побуждение целевой аудитории к покупке. 3. Цель – сочетание предыдущих целей в разных пропорциях.	
--	--	---	--

Занятия лекционного типа (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	Виды специальных мероприятий: презентационно-событийные, информационно-образовательные, благотворительные. Подлинные (естественные) и специальные (искусственные) события. – Мероприятия для СМИ (пресс-конференция, брифинги, пресс-туры); - Мероприятия для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры); - Мероприятия для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции); - Информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы); - Развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали) и т.д.	Конспект лекции
2	Проектирование специальных мероприятий	Основные направления организации спец. мероприятий: - творческая часть, - административная часть, - работа со СМИ. Особенности организации разных видов спец. мероприятий	Конспект лекции
3	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	Специфика мероприятий рекламной кампании: - круглые столы и семинары, - выставки, экспозиции, - презентации, - церемонии открытия, - приемы, - дни открытых дверей.	Конспект лекции
4	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	Основные методы расчёта рекламного бюджета: - В процентах к объёму сбыта; - Соответствие рекламным затратам конкурента; - Постоянный расход; - Максимальный расход; - Цели и задачи;	Конспект лекции

		- Максимальный доход; - На основе экспериментов; - На основе моделирования. Распределение бюджета по рынкам и по торговым маркам.	
5	Оценка эффективности проекта рекламной кампании.	Оценка эффективности до и после передачи рекламного обращения. Сравнение затрат на рекламу и объёмов реализации товара по итогам деятельности в прошлом. Анализ результатов локальных рынков. Метод экспертных оценок по региону. Метод «эффект-затраты». Способы оценки эффективности рекламы в зависимости от целей: 1. Цель – информирование целевой аудитории. 2. Цель – побуждение целевой аудитории к покупке. 3. Цель – сочетание предыдущих целей в разных пропорциях.	Конспект лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	Виды специальных мероприятий: презентационно-событийные, информационно-образовательные, благотворительные. Подлинные (естественные) и специальные (искусственные) события. – Мероприятия для СМИ (пресс-конференция, брифинги, пресс-туры); - Мероприятия для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры); - Мероприятия для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции); - Информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы); - Развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали) и т.д.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2	Проектирование специальных мероприятий	Основные направления организации спец. мероприятий: - творческая часть, - административная часть, - работа со СМИ. Особенности организации разных видов спец. мероприятий	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной	Специфика мероприятий рекламной кампании: - круглые столы и семинары, - выставки, экспозиции, - презентации, - церемонии открытия, - приемы, - дни открытых дверей.	опрос по ключевым аспектам раздела,

	кампании		реферат
4	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	Основные методы расчёта рекламного бюджета: - В процентах к объёму сбыта; - Соответствие рекламным затратам конкурента; - Постоянный расход; - Максимальный расход; - Цели и задачи; - Максимальный доход; - На основе экспериментов; - На основе моделирования. Распределение бюджета по рынкам и по торговым маркам.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5	Оценка эффективности проекта рекламной кампании.	Оценка эффективности до и после передачи рекламного обращения. Сравнение затрат на рекламу и объёмов реализации товара по итогам деятельности в прошлом. Анализ результатов локальных рынков. Метод экспертных оценок по региону. Метод «эффект-затраты». Способы оценки эффективности рекламы в зависимости от целей: 1. Цель – информирование целевой аудитории. 2. Цель – побуждение целевой аудитории к покупке. 3. Цель – сочетание предыдущих целей в разных пропорциях.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	Виды специальных мероприятий: презентационно-событийные, информационно-образовательные, благотворительные. Подлинные (естественные) и специальные (искусственные) события. – Мероприятия для СМИ (пресс-конференция, брифинги, пресс-туры); - Мероприятия для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры); - Мероприятия для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции); - Информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы); - Развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали) и т.д.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2	Проектирование специальных мероприятий	Основные направления организации спец. мероприятий: - творческая часть, - административная часть, - работа со СМИ. Особенности организации разных видов спец. мероприятий	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3	Специфика	Специфика мероприятий рекламной	опрос по

	мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	кампании: - круглые столы и семинары, - выставки, экспозиции, - презентации, - церемонии открытия, - приемы, - дни открытых дверей.	ключевым аспектам раздела, реферат
4	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	Основные методы расчёта рекламного бюджета: - В процентах к объёму сбыта; - Соответствие рекламным затратам конкурента; - Постоянный расход; - Максимальный расход; - Цели и задачи; - Максимальный доход; - На основе экспериментов; - На основе моделирования. Распределение бюджета по рынкам и по торговым маркам.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5	Оценка эффективности проекта рекламной кампании.	Оценка эффективности до и после передачи рекламного обращения. Сравнение затрат на рекламу и объёмов реализации товара по итогам деятельности в прошлом. Анализ результатов локальных рынков. Метод экспертных оценок по региону. Метод «эффект-затраты». Способы оценки эффективности рекламы в зависимости от целей: 1. Цель – информирование целевой аудитории. 2. Цель – побуждение целевой аудитории к покупке. 3. Цель – сочетание предыдущих целей в разных пропорциях.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

Лабораторные занятия (очная форма обучения)

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	2	3
1.	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
2.	Проектирование специальных мероприятий	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
3.	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
4.	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
5.	Оценка эффективности проекта рекламной кампании.	<i>Отчет по лабораторной работе</i>

Лабораторные занятия (очная форма обучения)

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1	Понятие и основные форматы специальных мероприятий	Отчет по лабораторной работе
2	Проектирование специальных мероприятий	Отчет по лабораторной работе
3	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	Отчет по лабораторной работе
4	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	Отчет по лабораторной работе
5	Оценка эффективности проекта рекламной кампании.	Отчет по лабораторной работе

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и т.д.)	1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в том числе по организации самостоятельной работы студентов и проведения интерактивных форм занятий, утвержденные на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью, протокол №11 от 20.05.2021

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа студентов.

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; [L] [SEP]
- логичность, четкость и ясность в изложении материала; [L] [SEP]
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью [L] [SEP] активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; [L] [SEP]
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; [L] [SEP]
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; [L] [SEP]
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначен для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Лабораторные занятия (ЛЗ)

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Организация специальных мероприятий».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИУК-3.1. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу.	Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы.	<i>Реферат</i>	Вопрос на зачете 1-36

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
Примерный перечень вопросов и заданий

Вопросы для семинаров

Примерная тематика семинарских занятий

Тема 1. Понятие и основные форматы специальных мероприятий

Вопросы для подготовки:

1. Виды специальных мероприятий: презентационно-событийные, информационно-образовательные, благотворительные. Подлинные (естественные) и специальные (искусственные) события.
2. Мероприятия для СМИ (пресс-конференция, брифинги, пресс-туры).

3. Мероприятия для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры).
4. Мероприятия для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции).
5. Информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы).
6. Развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали) и т.д.

Тема 2: Проектирование специальных мероприятий

Вопросы для подготовки:

1. Основные направления организации спец. мероприятий:
 - 1.1 творческая часть,
 - 1.2 административная часть,
 - 1.3 работа со СМИ.
2. Особенности организации разных видов спец. мероприятий

Тема 3. Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании

Вопросы для подготовки:

1. круглые столы и семинары,
2. выставки, экспозиции,
3. презентации,
4. церемонии открытия, приемы,
5. дни открытых дверей.

Тема 4. Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний

Вопросы для подготовки:

1. Основные методы расчёта рекламного бюджета:
 - 1.1. В процентах к объёму сбыта;
 - 1.2. На основе экспериментов;
 - 1.3. На основе моделирования.
2. Распределение бюджета по рынкам и по торговым маркам.

Тема 5. Оценка эффективности проекта рекламной кампании.

Вопросы для подготовки:

1. Сравнение затрат на рекламу и объёмов реализации товара по итогам деятельности в прошлом.
2. Анализ результатов локальных рынков. Метод экспертных оценок по региону.
3. Метод «эффект-затраты».
4. Способы оценки эффективности рекламы в зависимости от целей:
 - 4.1 Цель – информирование целевой аудитории.
 - 4.2 Цель – побуждение целевой аудитории к покупке.
 - 4.3 Цель – сочетание предыдущих целей в разных пропорциях.

Примерная тематика лабораторных занятий:

Тема 1. Понятие и основные форматы специальных мероприятий

Задание: рассмотреть виды специальных мероприятий на конкретных примерах (по

выбору студента)

Тема 2: Проектирование специальных мероприятий

Задание: рассмотреть основные направления организации спец. мероприятий по выбору студента)

Тема 3: Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании

Задание: рассмотреть специфику мероприятий в ходе проведения рекламной кампании на конкретных примерах (по выбору студента)

Тема 4. Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний

Задание: рассмотреть особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний на конкретных примерах (по выбору студента)

Тема 5. Оценка эффективности проекта рекламной кампании

Задание: осуществить оценку эффективности проекта рекламной кампании на конкретном примере (по выбору студента)

Реферат

Тематика рефератов

1. Проведение социологических исследований в ходе рекламной кампании.
2. Основные направления исследований для разработки и проведения рекламных кампаний.
3. Коммуникационный аудит как составная часть рекламной кампании.
4. Разработка общей концепции рекламной кампании для коммерческого сектора (по выбору студента).
5. Особенности разработки и реализации рекламных кампаний в сфере телекоммуникаций.
6. Разработка общей концепции рекламной кампании для общественной организации (по выбору студента).
7. Разработка общей концепции рекламной кампании для государственного учреждения (по выбору студента).
8. Формирование базы данных для проведения рекламной кампании (по выбору студента).
9. Разработка текстов для проведения эффективной рекламной кампании.
10. Использование услуг рекламного агентства в ходе проведения информационной кампании.
11. Фактор выбора времени в разработке и реализации кампании.
12. Правила расчета бюджета рекламной кампании и современная практика.
13. Принципы составления медиа-карты и ее продуктивного использования во время проведения рекламной и кампании. Анализ основных параметров медиаплана.
14. Привлечение информационных спонсоров во время организации и проведения рекламных и кампаний.
15. Проблема оценки эффективности реализации рекламных кампаний.
16. Методики измерения показателей оценки эффективности рекламной кампании.
17. Специфика проведения рекламных кампаний в регионах (по выбору студента).
18. Сравнительный анализ организации рекламных кампаний в России и за рубежом.
19. Проведение социологических опросов и маркетинговых исследований при оценке эффективности рекламных кампаний.

20. Разработка общей концепции рекламной кампании для государственного учреждения (по выбору студента).
21. Формирование базы данных для проведения рекламной кампании (по выбору студента).
22. Разработка текстов для проведения эффективной рекламной кампании.
23. Использование услуг рекламного агентства в ходе проведения информационной кампании.
24. Фактор выбора времени в разработке и реализации кампании.
25. Правила расчета бюджета рекламной кампании и современная практика
26. Принципы составления медиа-карты и ее продуктивного использования во время проведения рекламной и кампании. Анализ основных параметров медиаплана.
27. Привлечение информационных спонсоров во время организации и проведения рекламных и кампаний.
28. Проблема оценки эффективности реализации рекламных кампаний.
29. Методики измерения показателей оценки эффективности рекламной кампании.
30. Специфика проведения рекламных кампаний в регионах (по выбору студента).
31. Сравнительный анализ организации рекламных кампаний в России и за рубежом.
32. Проведение социологических опросов и маркетинговых исследований при оценке эффективности рекламных кампаний.
33. Проведение социологических исследований в ходе рекламной кампании.
34. Разработка общей концепции рекламной кампании для коммерческого сектора (по выбору студента)

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Понятие рекламного продукта. Виды рекламных продуктов.
2. Приемы создания творческой концепции рекламного продукта.
3. Отличие рекламного проекта от прогноза, плана, программы, концепции, стратегии.
4. Классификация целей, основные этапы, специфика рекламной кампании.
5. Аудит заказчика. Анализ коммуникационных потоков.
6. Основания проектирования: проблема, идея, потребность, возможность.
7. Методы информационной аналитики и прогностики: контент-анализ, ивент-анализ.
8. Методы информационной аналитики и прогностики: ассоциативный метод, метод аналогии, моделирование.
9. Методы информационной аналитики и прогностики: экспертные оценки, метод Дельфи.
10. Опрос общественного мнения как метод информационной аналитики и прогностики.
11. Понятие целевой аудитории и ключевых целевых групп рекламной кампании.
12. Количественные и качественные методы исследования целевой аудитории.
13. Характеристика процесса организации и планирования рекламной кампании.
14. Информационное планирование. Понятие информационного повода.
15. Основные этапы медиапланирования.
16. Инструменты медиапланирования: медиа-план, медиа-карта, медиа-бриф, «сетка вещания».
17. Событийное планирование. Виды рекламных мероприятий и их особенности.
18. Специфика и методология работы со СМИ в режиме планирования и организации кампании.
19. Анализ рисков и антикризисное реагирование в режиме планирования рекламной кампании.

20. Особенности ресурсного планирования и бюджетирования рекламной и кампании.
21. Основные направления исследований для разработки и проведения рекламных кампаний.
22. Коммуникационный аудит как составная часть рекламной кампании.
23. Классификация ресурсов. Постоянные и переменные затраты.
24. Оценка эффективности рекламной кампании. Ожидаемые результаты-продукты и результаты-эффекты.
25. Понятие фирменного стиля, его функции и основные элементы
26. Рекламный рынок, его структура, участники.
27. Рекламные агентства, как участники рекламного рынка: их права, ответственность, виды, должностные обязанности сотрудников.
28. Государственное регулирование рекламной деятельности в России.
29. Классификация рекламы и ее виды.
30. Приемы, элементы и средства рекламного обращения
31. «Позиционирование» - понятие, атрибуты, процесс
32. Рекламные агентства, как участники рекламного рынка: их права, ответственность, виды, должностные обязанности сотрудников.
33. Приемы конструирования новостной информации.
34. Слухи, их особенности и факторы распространения.
35. Процесс конструирования имиджа: характеристика этапов.
36. Бренд-менеджмент

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»: Выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

«не зачтено»: Выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий : учебное пособие / О.Я. Гойхман. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 194 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1071381. - ISBN 978-5-16-015949-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1859593> (дата обращения: 15.10.2022). — Режим доступа: по подписке.

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (дата обращения: 04.06.2021).

3. Каменец, А. В. Основы культурно-досуговой деятельности : учебник для вузов / А. В. Каменец, И. А. Урмина, Г. В. Заярская ; под научной редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06403-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471628> (дата обращения: 21.05.2021).

4. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 25.05.2021).

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО «ЭБС ЛАНЬ» Контракт № 1011/2022/4 от 01 декабря 2022 г.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 1011/2022/3 от 05 декабря 2022 г.
3. ОП «Юрайт» <https://urait.ru/> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 1011/2022/2 от 29 ноября 2022 г.
4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 1011/2022/9 от 06 декабря 2022 г.
5. ЭБС «ZNANIUM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1011/2022/5 от 30 ноября 2022 г.

Профессиональные базы данных

1. Scopus <http://www.scopus.com/>
2. ScienceDirect <https://www.sciencedirect.com/>
3. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

4. **Научная электронная библиотека (НЭБ)** <http://www.elibrary.ru/>
5. **Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН** <http://archive.neicon.ru>
6. **Национальная электронная библиотека** (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
7. **Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина** <https://www.prilib.ru/>
8. **База данных CSD Кембриджского центра кристаллографических данных (CCDC)** <https://www.ccdc.cam.ac.uk/structures/>
9. **Springer Journals:** <https://link.springer.com/>
10. **Springer Journals Archive:** <https://link.springer.com/>
11. **Nature Journals:** <https://www.nature.com/>
12. **Springer Nature Protocols and Methods:** <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. **Springer Materials:** <http://materials.springer.com/>
14. **Nano Database:** <https://nano.nature.com/>
15. **Springer eBooks (i.e. 2020 eBook collections):** <https://link.springer.com/>
16. **"Лекториум ТВ"** <http://www.lektorium.tv/>
17. **Университетская информационная система РОССИЯ** <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы

1. **Консультант Плюс** - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа

1. **КиберЛенинка** <http://cyberleninka.ru/>;
2. **Американская патентная база данных** <http://www.uspto.gov/patft/>
3. **Министерство науки и высшего образования Российской Федерации** <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. **Федеральный портал "Российское образование"** <http://www.edu.ru/>;
5. **Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"** <http://window.edu.ru/>;
6. **Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов** <http://school-collection.edu.ru/> .
7. **Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском"** <https://pushkininstitute.ru/>;
8. **Справочно-информационный портал "Русский язык"** <http://gramota.ru/>;
9. **Служба тематических толковых словарей** <http://www.glossary.ru/>;
10. **Словари и энциклопедии** <http://dic.academic.ru/>;
11. **Образовательный портал "Учеба"** <http://www.ucheba.com/>;
12. **Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы** http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ

1. **Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ** <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>
2. **Электронная библиотека трудов ученых КубГУ** <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6>
3. **Среда модульного динамического обучения** <http://moodle.kubsu.ru>

4. **База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций** <http://infoneeds.kubsu.ru/>
5. **Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий** <http://mschool.kubsu.ru/>;
6. **Электронный архив документов КубГУ** <http://docspace.kubsu.ru/>
7. **Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ"** <http://icdau.kubsu.ru/>

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

Изучение дисциплины «Организация специальных мероприятий» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие; лабораторное занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Методические указания по занятиям лекционного типа

В ходе занятия лекционного типа студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте. Тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также узловые моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование. Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая студенту немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу, его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей.

Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других. Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

1. Сориентироваться в общей концепции лекции (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
2. Увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
3. Выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
4. Определить детализирующую информацию.
5. Лаконично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых, их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения, имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

Во время лекции студенту рекомендуется иметь на столах помимо конспектов также программу курса, которая будет способствовать развитию мнемонической памяти,

возникновению ассоциаций между выступлением лектора и программными вопросами.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

По окончании лекции (в тот же или на следующий день, пока еще в памяти сохранилась информация) студентам рекомендуется доработать свои конспекты, привести их в порядок, дополнить сведениями с учетом дополнительно изученного нормативного, справочного и научного материала. Крайне желательно на полях конспекта отмечать не только изученные точки зрения ученых по рассматриваемой проблеме, но и выражать согласие или несогласие самого студента с законспектированными положениями.

Лекционное занятие предназначено для изложения особенно важных, проблемных, актуальных в современной науке вопросов. Лекция, также как и семинарское, практическое занятие, требует от студентов определенной подготовки. Студент обязательно должен знать тему предстоящего лекционного занятия и обеспечить себе необходимый уровень активного участия: подобрать и ознакомиться, а при необходимости иметь с собой рекомендуемый преподавателем нормативный материал, повторить ранее пройденные темы по вопросам, которые будут затрагиваться в предстоящей лекции, вспомнить материал иных дисциплин.

Применение отдельных образовательных технологий требует специальной подготовки не только от преподавателя, но и участвующих в занятиях студентов. Так, при проведении лекции-дискуссии, которая предполагает разделение присутствующих студентов на группы, студент должен быть способен высказать свою позицию относительно выдвинутых преподавателем точек зрения.

Методические указания для подготовки к занятиям семинарского типа (практическим занятиям)

Занятия семинарского типа (практические занятия) представляют собой одну из важных форм самостоятельной работы студентов над нормативными актами, научной и учебной литературой непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения занятий семинарского типа (практических занятий): обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, научные дискуссии, собеседования и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к занятию семинарского типа (практическому занятию) заключается в подробном изучении конспекта лекции, нормативных актов, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на занятиях семинарского типа (практических занятиях) предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на занятиях семинарского типа (практических занятиях) студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не

отраженные в конспекте.

Занятия семинарского типа (практические занятия) требуют предварительной теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при занятиях семинарского типа студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

Методические рекомендации по подготовке рефератов, сообщений

Первичные навыки научно-исследовательской работы должны приобретаться студентами при написании рефератов по специальной тематике.

Цель: научить студентов связывать теорию с практикой, пользоваться литературой, статистическими данными, привить умение популярно излагать сложные вопросы.

Рефераты составляются в соответствии с указанными темами. Выполнение рефератов предусмотрено на листах формата А 4. Они сдаются на проверку преподавателю в соответствии с указанным графиком.

Требования к работе. Реферативная работа должна выявить углубленные знания студентов по той или иной теме дисциплины. В работе должно проявиться умение работать с литературой. Студент обязан изучить и использовать в своей работе не менее 2–3 книг и 1–2 периодических источника литературы.

Оформление реферата:

1. Реферат должен иметь следующую структуру: а) план; б) изложение основного содержания темы; в) список использованной литературы.

2. Общий объём – 5–7 с. основного текста.

3. Перед написанием должен быть составлен план работы, который обычно включает 2–3 вопроса. План не следует излишне детализировать, в нём перечисляются основные, центральные вопросы темы.

4. В процессе написания работы студент имеет право обратиться за консультацией к преподавателю кафедры.

5. В основной части работы большое внимание следует уделить глубокому теоретическому освещению основных вопросов темы, правильно увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим и цифровым материалом.

6. В реферате обязательно отражается использованная литература, которая является завершающей частью работы.

7. Особое внимание следует уделить оформлению. На титульном листе необходимо указать название вуза, название кафедры, тему, группу, свою фамилию и инициалы, фамилию научного руководителя. На следующем листе приводится план работы.

8. При защите реферата выставляется дифференцированная оценка.

9. Реферат, не соответствующий требованиям, предъявляемым к данному виду работы, возвращается на доработку.

Качество реферата оценивается по тому, насколько полно раскрыто содержание темы, использованы первоисточники, логичное и последовательное изложение. Оценивается и правильность подбора основной и дополнительной литературы (ссылки по правилам: фамилии и инициалы авторов, название книги, место издания, издательство, год издания, страница).

Реферат должен отражать точку зрения автора на данную проблему.

Подготовка сообщения представляет собой разработку и представление небольшого по объёму устного сообщения для озвучивания на занятии семинарского типа. Сообщаемая

информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Возможно письменное оформление задания, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки; в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать

- обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом

самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (Ауд. 205, 209, 302, 309, 401, 402)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Ауд. 202, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 404, 405, 406, 407, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ (Ауд. 301, 307, 308, 400, 406, 407, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы	

	Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно- коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно- образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301, 307, 310, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно- коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно- образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский