

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

Ю.Ю. Суслова

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
PR И EVENT МАРКЕТИНГ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 PR и Event маркетинг

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

Год набора

очно-заочная

2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.06 Торговое дело

очно-заочная форма обучения

2021 год набора

Программу
составили

к.э.н, Доцент, Петрученя И.В

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель дисциплины - овладение знаниями о технологиях и технике продвижения товара или услуги с помощью создания и организации специальных мероприятий, создающих эмоциональные связи между потребителем и брендом; приобретение специальных знаний и умений, необходимых для работы с новыми информационными технологиями в современных условиях

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины:

- 1) овладеть комплексом современных методов построения связей между компанией, брендом и потребителем
- 2) изучить Event-маркетинг как технологию продвижения бренда;
- 3) освоить приемы создания креативных концепций событий;
- 4) научиться согласовывать концепцию события с платформой продви- гаемого бренда;
- 5) рассмотреть принципы успеха в отдельных видах событий, научиться применять эти принципы к продвижению конкретного бренда;
- 6) сформировать навыки оценка эффективности PR и Event-маркетинга

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

ПК-12:Способен организовывать и осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
ПК-12.1:Способен организовывать продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
Уровень 1	Знать: определение и общие характеристики event-маркетинга и PR
Уровень 1	Уметь: разрабатывать варианты маркетинговых решений и обосновывать их выбор по различным критериям
Уровень 1	Владеть:теоретическими знаниями в области Event-маркетинга с применением их на практике;
ПК-12.2:Способен осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
Уровень 1	Знать: интегрированные маркетинговые коммуникации
Уровень 1	Применять инструменты Event-маркетинга в практической деятельности
Уровень 1	Владеть:методикой разработки Event-мероприятий

ПК-13:Способен обеспечивать разработку каналов сбыта и управлять проектами по поставкам и продвижению товаров к потребителям	
ПК-13.1:Способен осуществлять разработку каналов сбыта	
Уровень 1	Знать: основные положения договорного законодательства;
Уровень 1	Уметь формировать HR-бренд и личный бренд первого лица
Уровень 1	Владеть: деловым общением, умением разрешать конфликты в организации;
ПК-13.2:Способен управлять проектами по поставкам и продвижению товаров к потребителям	
Уровень 1	Знать:современные технологии событийного маркетинга
Уровень 1	Уметь: формировать бюджет мероприятия;
Уровень 1	Владеть: профессиональной терминологией Event –маркетинга и PR

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Каналы сбыта и политика распределения

Web-аналитика и SEO-оптимизация

Бизнес-планирование на предприятии торговли

Бизнес-процессы коммерческой деятельности торгового предприятия

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр
		8
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	0,61 (22)	0,61 (22)
занятия лекционного типа	0,33 (12)	0,33 (12)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия		
практикумы		
лабораторные работы	0,28 (10)	0,28 (10)
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	1,39 (50)	1,39 (50)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	PR и Event - маркетинг: виды, цели и задачи, современные тенденции, место в управлении компанией, брендами и репутацией	2	0	2	16	ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-13.1 ПК-13.2
2	Организация PR-деятельности и создание контента в современных условиях	4	0	2	12	ПК-12.1
3	Современные технологии Event-маркетинга	2	0	2	10	ПК-12.1
4	Планирование, бюджетирование и оценка эффективности PR и M Event-маркетинга	4	0	4	12	ПК-12.1
Всего		12	0	10	50	

3.2 Занятия лекционного типа

№	№ раздела	Наименование занятий	Объем в акад. часах
---	-----------	----------------------	---------------------

п/п	дисциплины		Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Тема 1: PR и Event - маркетинг: виды, цели и задачи, современные тенденции, место в управлении компанией, брендами и репутацией	2	0	0
2	2	Тема 2: Организация PR-деятельности и создание контента в современных условиях	4	0	0
3	3	Тема 3: Современные технологии Event-маркетинга	2	0	0
4	4	Тема 4. Планирование, бюджетирование и оценка эффективности PR и Event- маркетинга	4	0	0
Всего			12	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Тема 1: PR и Event - маркетинг: виды, цели и задачи, современные тенденции, место в управлении компанией, брендами и репутацией	2	0	0
2	2	Тема 2: Организация PR-деятельности и создание контента в современных условиях	2	0	0

3	3	Тема3:Современные технологии Event-маркетинга	2	0	0
4	4	Тема 4. Планирование, бюджетирование и оценка эффективности PR и Event-маркетинга	4	0	0
Итого			10	0	0

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Годин А. М.	Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело"	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016
Л1.2	Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В.	Маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Яковлева Е. Ю.	Маркетинг: учеб. - метод. пособие для практических занятий [для студентов специальностей 08050.65 "Антикризисное управление", 080102.65 "Мировая экономика", 080104.65 "Экономика труда", 08050.65 "Государственное и муниципальное управление"; направлений бакалавриата 080500.62 "Менеджмент", 080100.62 "Экономика"]	Красноярск: СФУ, 2012
Л2.2	Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Юшкова Л. В.	Маркетинг: учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2017

Л2.3	Алексунин В.А.	Маркетинг: Рекомендовано Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по группе специальностей “Экономика и управление”	Москва: Дашков и К, 2016
------	----------------	--	--------------------------

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	"Энциклопедия маркетинга"	www.marketing.spb.ru
Э2	Сайт системы межрегиональных маркетинговых центров. Сайт московского фонда поддержки малого предпринимательства	www.marketcenter.ru
Э3	Новости маркетинга и ведется содержательный словарь.	www.sostav.ru

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций и др.

Активные методы носят элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине:

1. Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

В процессе изложения учебного материала по дисциплине применяются следующие виды лекций:

1) Вводная лекция - дает первое целостное представление об учебном предмете и ориентирует студента в системе работы по данному курсу. Основная цель - ознакомить студентов с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки бакалавров. Дается краткий обзор курса, имена известных ученых, излагаются перспективные направления

исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках курса, а также дается анализ учебно-методической литературы, рекомендуемой студентам, уточняются сроки и формы отчетности.

2) Лекция-информация. Данные лекционные занятия ориентированы на изложение и объяснение студентам научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию.

3) Проблемная лекция. На таких лекциях новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

4) Лекция-визуализация. Занятия представляют собой визуальную форму подачи лекционного материала с помощью аудио и видеотехники. Чтение лекций сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов (слайдов в виде схем, графиков, моделей).

2. Практические занятия по решению задач.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины. На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, использующиеся при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены

3. Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия по дисциплине формируют исследовательский подход к изучению учебного материала.

4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины.

Итоговый контроль знаний студентов включает зачет (итоговая аттестация по дисциплине).

5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к лабораторным или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом

для освоения теоретических знаний.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины заключается в необходимости подготовки студентов к занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, рассмотрение проблемных вопросов.

Минимальный удовлетворительный уровень знаний, приобретенных после изучения курса, предполагает прочное усвоение всех экономических категорий, их состава, назначения методов определения и применения, а также изучения их взаимосвязей в динамике. Высокий уровень усвоения содержания дисциплины требует системы знаний экономического кругозора, умения использования рыночных категорий, в изучении процессов и взаимосвязей в практике.

В качестве промежуточного контроля знаний по дисциплине рекомендуется использовать:

- письменные домашние задания;
- подготовка докладов выступлений по проблемным вопросам;
- промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.

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

Для лиц с нарушениями зрения:

- 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

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицензиат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
-------	---

9.1.2	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.3	ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
9.1.4	Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462170522081649547–546 от 22.05.2017.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Бакалаврам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
9.2.2	Российские электронные научные журналы и базы данных
9.2.3	Electronic Books Database – Книжная поисковая система: http://www.ebdb.ru/
9.2.4	Антиплагиат. ВУЗ: http://sfukras.antiplagiat.ru
9.2.5	Библиотека учебной и научной литературы: http://www.i-u.ru/biblio
9.2.6	ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: http://window.edu.ru/
9.2.7	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru
9.2.8	Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина: http://www.prlib.ru
9.2.9	Российское образование. Федеральный портал: http://www.edu.ru
9.2.1 0	РУССКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНТЕРНЕТ-УНИВЕРСИТЕТ
9.2.1 1	Университетская библиотека онлайн: www.biblioclub.ru
9.2.1 2	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ): http://uisrussia.msu.ru
9.2.1 3	Электронная библиотека "НЭЛБУК": http://www.nelbook.ru/
9.2.1 4	Электронная библиотека РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина: http://elib.gubkin.ru
9.2.1 5	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniium.com
9.2.1 6	Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook.com
9.2.1 7	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»»: http://rucont.ru
9.2.1 8	Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: http://elcat.kgtei.ru:82/
9.2.1 9	Локальные базы данных
9.2.2 0	КонсультантПлюс;
9.2.2 1	Электронный каталог НБ СФУ;
9.2.2 2	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;

9.2.2 3	Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
9.2.2 4	Электронный каталог Библиотеки института вычислительного моделирования СО РАН;
9.2.2 5	Электронный каталог Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева;

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).