

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью.

Организация: «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сертификат: V9jQ23MZQdX9THqAl7jdR+Gs5oCG+kyZ

Утверждено: Проректор по учебной и методической работе, Е.А. Каменева

Дата: 17.06.2026 г.

Н.В. Сахарова

Организация и продвижение коммуникативного мероприятия

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

37.03.01 - Психология,

Образовательная программа «Психология»

Профиль:

«Психология виртуальной среды и медиапространства»

Рекомендовано

*Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 52 от 23.04.2025 г.)*

Одобрено

*Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
(протокол № 09 от 09.04.2025 г.)*



Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1. Содержание дисциплины	7
5.2. Учебно – тематический план	9
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	10
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	14
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	15
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	6
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	9
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	27
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	27



1. Наименование дисциплины

Организация и продвижение коммуникативного мероприятия

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы	Знать: содержание, основные преимущества, способы и приемы реализации стратегии сотрудничества в контексте эффективного взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации коммуникативного мероприятия Уметь: приемы эффективного взаимодействия в команде при разработке и реализации коммуникативного мероприятия, презентации результатов работы
		2. Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении	Знать: нормы социальной и профессиональной этики, принципы межличностного взаимодействия Уметь: применять на практике нормы профессиональной этики и принципы межличностного взаимодействия при решении профессиональных задач в контексте разработки, реализации коммуникативного проекта



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
		3.Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности	Знать: способы управления поведением членов команды коммуникативного проекта в соответствии с целями и задачами Уметь: применять на практике способы и приемы управления поведением членов команды коммуникативного проекта в соответствии с целями и задачами
ПКП-4	Способен к просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической безопасности в информационной среде, включая Интернет и средства массовой информации	1. Демонстрирует знание методов и технологий просветительской деятельности среди населения, а также их возможности и ограничения использования в современном цифровом обществе	Знать: технологии разработки, создания и продвижения коммуникативного мероприятия в цифровом пространстве для различных сегментов целевой аудитории Уметь: разрабатывать, реализовывать и продвигать коммуникативные мероприятия в цифровом пространстве с учетом особенностей отдельных сегментов целевой аудитории



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
		2. Создает информационные ресурсы для населения с целью повышения уровня психологической культуры населения и поддержки психологической безопасности, в том числе готовит сообщения и публикации для средств массовой информации	Знать: подходы и технологии построения эффективной коммуникации с широкой целевой аудиторией в формате коммуникативного мероприятия в цифровом пространстве с целью повышения уровня психологической культуры и поддержки психологической безопасности населения Уметь: разрабатывать контент, применять современные информационно-коммуникационные технологии для организации и продвижения коммуникативных мероприятий с широкой целевой аудиторией с целью повышения уровня психологической культуры и поддержки ее психологической безопасности
		3. Осуществляет мониторинг информационно-коммуникационного пространства и анализ данных с целью оценки и контроля уровня психологической безопасности и комфортности информационной среды, включая Интернет-контент и средства массовой информации	Знать: технологии и ресурсы мониторинга информационно-коммуникационного пространства Уметь: осуществлять мониторинг информационно-коммуникационного пространства в контексте контроля уровня психологической безопасности, включая цифровой контент



3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация и продвижение коммуникативного мероприятия» относится к «Модулю "Анализ масс-медиа"».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
<i>Самостоятельная работа</i>	74	74
Вид текущего контроля	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет



5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Основные характеристики коммуникативных мероприятий

Понятия коммуникации, коммуникативного мероприятия, продвижения. Цели и задачи коммуникативных мероприятий. Подходы к классификации коммуникативных мероприятий. Основные форматы: конференции, семинары, форумы, круглые столы, мастер-классы, панельные дискуссии, социальные мероприятия и др. Виды коммуникационных мероприятий и их формы в современном цифровом обществе. Формат phygital: гибридные мероприятия, физические мероприятия с цифровыми компонентами, использование виртуальной и дополненной реальности, сетевые мероприятия с цифровыми элементами и др. Основные платформы проведения цифровых и гибридных мероприятий: Webinar.ru, Eventum, Sobytiye.ru, SberCloud, telemost.yandex.ru, Timerpad.ru и др. Роль коммуникативных мероприятий в деятельности организации.

Тема 2. Коммуникативное мероприятие: этапы разработки

Проектирование коммуникативного мероприятия: постановка целей и определение задач (SMART); этапы подготовки и реализации коммуникативного мероприятия. Определение целевой аудитории. Исследование коммуникационного пространства: сбор информации и анализ данных. Определение формата проведения мероприятия, ресурсов разработки и реализации коммуникативного мероприятия, цифровых платформ и сервисов. Анализ и выбор оптимальных каналов коммуникации, критериев успеха проекта. Подходы к формированию бюджета. Определение и формирование команды по подготовке и проведению коммуникативного мероприятия, распределение ролей и зон ответственности.

Тема 3. Организация продвижения коммуникативных мероприятий

Технологии продвижения коммуникативных мероприятий в цифровой среде. Инструменты и технологии продвижения в социальных сетях, баннерная, контекстная реклама, реклама в форумах и блогах, работа с лидерами мнений, инфлюенсерами, кросс-промоушн. Применение Веб-аналитики для разработки концепции online-продвижения мероприятия. Форматы: тематические спецпроекты, экспертные колонки



в СМИ, data PR, RealTime PR и др. Применение генеративных нейросетевых технологий в разработке контента для продвижения коммуникативных мероприятий. Продвижение информационного сайта/страницы. Pre- и post-событийные коммуникации. Содержание материалов pre-событийной коммуникации. Локативные медиа как актуальное средство социального взаимодействия с местом и с технологиями. Электронная рассылка. Особенности использования внутриорганизационных каналов коммуникации, включая Интранет, корпоративные приложения. Применение игровых методик для создания интерактивного инструмента продвижения коммуникативного мероприятия.

Тема 4. Инструменты мониторинга и оценка коммуникативного мероприятия

Мониторинг и контроль реализации коммуникативного мероприятия. Инструменты мониторинга и оценки результатов коммуникативной деятельности (соцсетей - Smmplanner, Медиалогия (СМИ)), инструменты получения обратной связи (Анкетолог, GoogleForms, Яндекс.Формы). Интегрированная система оценки коммуникаций АМЕС.



5.2. Учебно – тематический план

Очная форма обучения

п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Основные характеристики коммуникативных мероприятий	26	8	4	4	18
2	Коммуникативное мероприятие: этапы разработки	26	8	4	4	18
3	Организация продвижения коммуникативных мероприятий	30	8	4	4	22
4	Инструменты мониторинга и оценка коммуникативного мероприятия	26	10	4	6	16
В целом по дисциплине		108	34	16	18	74



5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Основные характеристики коммуникативных мероприятий	Виды коммуникативных мероприятий и их формы в современном цифровом обществе. Подходы к их классификации Спонсорство, партнерство, кобрендинговые коммуникативные мероприятия. Цели и задачи коммуникативных мероприятий. Основные форматы, phygital, платформы проведения цифровых и гибридных мероприятий. Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: раздел 8 - 1, 2, 4, раздел 9: все источники	Практическое занятие. Опрос, доклад, решение ситуационных задач, групповая дискуссия
Коммуникативное мероприятие: этапы разработки	Проектирование коммуникативного мероприятия: постановка целей (SMART). Исследование коммуникационного пространства: сбор информации и анализ данных. Определение цифровых ресурсов для разработки и реализации коммуникационного мероприятия. Анализ и выбор оптимальных каналов коммуникации, критериев успешности проекта. Особенности событийной коммуникации: pre- и post-событийные коммуникации. Формирование проектной команды по разработке и реализации коммуникативного мероприятия, распределение ролей и зон ответственности.	Анализ кейсов, выполнение ситуационных заданий, ролевая игра



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
	Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: раздел 8 - 1, 2, 4 раздел 9 – все источники	
Организация продвижения коммуникативных мероприятий	Технологии продвижения коммуникативных мероприятий в цифровой среде. Инструменты и технологии продвижения коммуникативного мероприятия. Веб-аналитика для разработки концепции online-продвижения коммуникативного мероприятия. Форматы продвижения: тематические спецпроекты, экспертные колонки в СМИ, data PR, RealTime PR и др. Продвижение информационного сайта/страницы мероприятия. Online-формат. Локативные медиа. Внутриорганизационные каналы коммуникации, включая Интранет, корпоративные приложения. Применение игровых методик для создания интерактивного инструмента продвижения коммуникативного мероприятия. Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: раздел 8 - 1, 2, 3, 4, раздел 9 – все источники	Групповая дискуссия, решение кейсов, выполнение аналитических заданий
Инструменты мониторинга и оценка коммуникативного мероприятия	Мониторинг и контроль реализации коммуникационного мероприятия. Инструменты мониторинга и оценки результатов коммуникативной деятельности. Интегрированная система оценки коммуникаций АМЕС Рекомендуемые источники из раздела 8, 9: раздел 8 - 1, 2, 3, 4, раздел 9 – все источники	Семинар, практическое занятие. Решение ситуационных и расчетных задач



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Основные характеристики коммуникативных мероприятий	Понятия коммуникации, продвижения, коммуникативного мероприятия. Коммуникативные мероприятия как составляющая комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Виды коммуникативных мероприятий и их формы в современном цифровом обществе.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Коммуникативное мероприятие: этапы разработки	Исследование коммуникативного пространства: сбор информации и анализ данных. Выбор каналов коммуникации. Содержание материалов pre-событийной коммуникации. Технология создания контента: содержание, форма, стилистическая направленность. Подходы к формированию бюджета	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к анализу кейсов; - подготовка к ролевой игре; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Организация продвижения коммуникативных мероприятий	Применение Веб-аналитики для разработки концепции online-продвижения коммуникативного мероприятия. Применение «узкого» и «общего» искусственного интеллекта в разработке и продвижении коммуникационных мероприятий. Электронная рассылка. Продвижение информационного сайта/страницы коммуникативного мероприятия. Игровые методики для	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к анализу кейсов; - подготовка к ролевой игре; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
	создания интерактивного инструмента продвижения коммуникационного мероприятия.	
Инструменты мониторинга и оценка коммуникативного мероприятия	Инструменты мониторинга, сбора обратной связи. Smmplanner, Медиалогия, Анкетолог, GoogleForms, Яндекс.Формы. Оценка результатов коммуникативной деятельности	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к анализу кейсов; - подготовка к ролевой игре; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме



6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные темы домашнего творческого задания

1. Мероприятие Сбербанка для сотрудников предпенсионного возраста «Уйти нельзя остаться».

2. Разработка гибридного формата продвижения Всероссийского родительского собрания «Трудный Я».

3. Применение игровых методик для продвижения специального коммуникационного мероприятия online-школы молодого психолога в сети Интернет.

Дополнительная информация

Требования к оформлению домашнего творческого задания содержатся в отдельном документе «Методические рекомендации по написанию домашнего творческого задания по дисциплине «Организация и продвижение коммуникативного мероприятия».

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы	Знать: содержание, основные преимущества, способы и приемы реализации стратегии сотрудничества в контексте эффективного взаимодействия в проектной команде при разработке и реализации коммуникативного мероприятия Уметь: приемы эф-	Определить состав проектной команды и составить схему взаимодействия с членами команды с учетом командных ролей и зон ответственности при подготовке и реализации коммуникативного проекта по продвижению новой программы поддержки москвичей «Серебряного возраста» под эгидой Правительства Москвы



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		эффективного взаимодействия в команде при разработке и реализации коммуникативного мероприятия, презентации результатов работы	
	2.Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении	Знать: нормы социальной и профессиональной этики, принципы межличностного взаимодействия Уметь: применять на практике нормы профессиональной этики и принципы межличностного взаимодействия при решении профессиональных задач в контексте разработки, реализации	Задание Разработать коммуникативный проект с использованием игровых механик по обучению эффективному коммуникативному взаимодействию членов команды на базе профессионального кодекса этики психолога. Обосновать предложенное решение



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		коммуникативного проекта	
	3.Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности	Знать: способы управления поведением членов команды коммуникативного проекта в соответствии с целями и задачами Уметь: применять на практике способы и приемы управления поведением членов команды коммуникативного проекта в соответствии с целями и задачами	Задание Разработать алгоритм действий руководителя команды в кризисной ситуации конфликта между отдельными членами команды. Обосновать свое предложение
ПКП-4. Способен к просветительской деятельности	1. Демонстрирует знание методов и технологий просветительской деятельности	Знать: технологии разработки, создания и продвижения коммуникативного меро-	Задание Разработать коммуникативное мероприятие для HR-ов ПАО «Северсталь», целями которого является информирование руководством о новой кадровой политике по привлечению молодых специалистов в группу предприятий «Северсталь». Приглашены HR-



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
среди населения с целью повышения уровня психологической безопасности в информационной среде, включая Интернет и средства массовой информации	сти среди населения, а также их возможности и ограничения использования в современном цифровом обществе	приятия в цифровом пространстве для различных сегментов целевой аудитории Уметь: разрабатывать, реализовывать и продвигать коммуникативные мероприятия в цифровом пространстве с учетом особенностей отдельных сегментов целевой аудитории	менеджеры, HR-бизнес-партнеры, специалисты кадровой службы, корпоративные психологи, представители подразделения стратегических коммуникаций. Определить выбранный для акторов информационного поля формат мероприятия
	2. Создает информационные ресурсы для населения с целью повышения уровня психологической культуры населения и поддержки психологической безопасно-	Знать: подходы и технологии построения эффективной коммуникации с широкой целевой аудиторией в формате коммуникативного мероприятия в циф-	Задание Предложить коммуникативное мероприятие, посвященное теме Разнообразия и единства традиционных религиозных конфессий. Приглашаются представители духовенства традиционных религий, общественные деятели, широкая общественность. Определить формат коммуникативного мероприятия, направленный на достижение понимания общих целей по снижению напряженности общества. Обосновать предложения.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	сти, в том числе готовит сообщения и публикации для средств массовой информации	ровом пространстве с целью повышения уровня психологической культуры и поддержки психологической безопасности населения Уметь: разрабатывать контент, применять современные информационно-коммуникационные технологии для организации и продвижения коммуникативных мероприятий с широкой целевой аудиторией с целью повышения уровня психологической культуры и поддержки ее пси-	



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		психологической безопасности	
	3. Осуществляет мониторинг информационно-коммуникационного пространства и анализ данных с целью оценки и контроля уровня психологической безопасности и комфортности информационной среды, включая Интернет-контент и средства массовой информации	Знать: технологии и ресурсы мониторинга информационно-коммуникационного пространства Уметь: осуществлять мониторинг информационно-коммуникационного пространства в контексте контроля уровня психологической безопасности, включая цифровой контент	Провести мониторинг социальной сети ВКонтакте на предмет анализа уровня психологической комфортности информационной среды социальной сети среди московских подростков



Примеры практико-ориентированных заданий

Примеры заданий:

1. Разработать коммуникационную кампанию по продвижению специального корпоративного мероприятия Сбербанка для сотрудников предпенсионного возраста «Уйти нельзя остаться». Кадровая политика Сбербанка направлена на удержание сотрудников предпенсионного и пенсионного возраста.

2. Определить ресурсы проекта по разработке и организации внутрикорпоративного обучающего мероприятия, посвященного развитию soft-skills сотрудников крупного издательства, сформировать рабочую команду, указать распределение зон ответственности членов команды, обосновать решение. Определить инструменты получения обратной связи обучающихся.

3. Для продвижения мероприятия «Ежегодное собрание акционеров» банка «ВТБ» определить ключевых акторов: миноритарные и мажоритарные акционеры, Совет директоров и сотрудники банка, представители власти. Провести анализ собственных внутрикорпоративных каналов коммуникаций, определить оптимальные цифровые каналы коммуникации, разработать текстовый и визуальный контент для выделенных сегментов целевой аудитории. Обосновать свои предложения.

Примеры вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

1. Понятия коммуникации, продвижения, коммуникативного мероприятия.
2. Цели и задачи коммуникативных мероприятий
3. Понятие цифрового общества
4. Основные форматы коммуникативных мероприятий, содержание и формы мероприятий формата phygital
5. Подходы к классификации коммуникативных мероприятий.
6. Основные платформы проведения цифровых и гибридных мероприятий: Webinar.ru, Eventum, Sobytiye.ru, SberCloud, telemost.yandex.ru, Timepad.ru
7. Спонсорство, партнерство, кобрендинговые коммуникационные мероприятия – общее и различия
8. Роль коммуникативных мероприятий в деятельности организации.
9. Коммуникативное мероприятие как проект – основные характеристики
10. Этапы проектирования коммуникативного мероприятия: постановка целей и определение задач коммуникационного мероприятия
11. Основные этапы подготовки и реализации коммуникативного мероприятия
12. Исследование коммуникационного пространства – цели, способы, инструменты.
13. Целевая аудитория. Акторы информационного поля.



14. Подходы к определению ресурсов разработки и реализации коммуникативного мероприятия.
15. Анализ и выбор оптимальных каналов коммуникации, критериев успеха проекта.
16. Особенности pre- и post-событийных коммуникаций.
17. Содержание материалов pre-событийной коммуникации.
18. Подходы к формированию бюджета.
19. Определение и формирование команды по подготовке и проведению коммуникативного мероприятия, распределение ролей и зон ответственности.
20. Технологии продвижения коммуникативных мероприятий в цифровой среде.
21. Инструменты и технологии продвижения коммуникативного мероприятия в социальных сетях, баннерная, контекстная реклама, реклама в форумах и блогах, работа с лидерами мнений, инфлюенсерами.
22. Веб-аналитика для разработки концепции online-продвижения коммуникативного мероприятия.
23. Генеративные нейросетевые технологии в разработке контента для продвижения коммуникативных мероприятий
24. Продвижение информационного сайта/страницы коммуникативного мероприятия.
25. Современное пространство формирования событийного мероприятия и реализации коммуникаций – online-формат
26. Локативные медиа как актуальное средство социального взаимодействия с местом и с технологиями.
27. Электронная рассылка – преимущества, недостатки, перспективы.
28. Особенности использования внутриорганизационных каналов коммуникации
29. Интернет, корпоративные приложения
30. Игровые методики как интерактивный инструмент продвижения коммуникативного мероприятия.
31. Мониторинг и контроль реализации коммуникативного мероприятия.
32. Инструменты мониторинга коммуникативной деятельности.
33. Инструменты оценки результатов коммуникативной деятельности (Smmplanner, Медиалогия).
34. Интегрированная система оценки коммуникаций АМЕС.
35. Инструменты получения обратной связи (Анкетолог, GoogleForms, Яндекс.Формы)



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Шпаковский , Вячеслав Олегович Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : Учебное пособие / Пензенский государственный университет ; Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского 4 Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" , 2020 126 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=358463> ISBN 978-5-394-03520-3
2. Кузнецов , Павел Александрович Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : Практические приемы и технологии : Практическое пособие 4 Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" , 2022 294 с. (Стратегия успешного бизнеса) ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=431545> ISBN 978-5-394-04872-2

Дополнительная литература:

1. Шпаковский , Вячеслав Олегович PR-дизайн и PR-продвижение : Учебное пособие / Пензенский государственный университет ; Пензенский государственный технологический университет 2 Вологда : Инфра-Инженерия , 2024 452 с. ВО - Магистратура <https://znanium.ru/catalog/document?id=452950> ISBN 978-5-9729-1821-8
2. Мандель , Борис Рувимович PR: методы работы со средствами массовой информации : Учебное пособие / Сибирский университет потребительской кооперации 2 , испр. и доп. Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М" , 2024 238 с. (Высшее образование) ВО - Бакалавриат <https://znanium.ru/catalog/document?id=439471> ISBN 978-5-16-019658-9 ISBN 978-5-16-112213-6 (электр. издание)

Нормативные правовые акты:

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>



3. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН"
<http://biblioclub.ru/>
4. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер"
<http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
5. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
6. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>



10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденным Приказом №1040/о от 11 мая 2021 года, и методические рекомендации, разработанные кафедрой.

Обучение по дисциплине «Организация и продвижение коммуникативного мероприятия» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекциях и семинарских занятиях) и самостоятельной работы студентов.

В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

1. программой по курсу «Организация и продвижение коммуникативного мероприятия»,
2. перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть,
3. тематическими планами лекций, семинарских занятий,
4. контрольными мероприятиями,
5. рекомендованными учебником, учебными пособиями по курсу «Организация и продвижение коммуникативного мероприятия», а также рекомендованными электронными ресурсами,
6. перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета и грамотного выполнения проектного творческого задания.

Рекомендации по написанию домашнего творческого задания

Для выполнения ДТЗ необходимо изучить рекомендованную литературу и использовать знания, навыки, полученные в процессе выполнения практических заданий на семинарах. Необходимо выполнить ДТЗ в соответствии с указаниями, сдать работу, оформленную по ГОСТу Р 7.05-2008 на электронном носителе. Приложения могут содержать текстовые, фото, видео, аудио материалы, программные продукты. Задания могут выполняться в парах (по 2 человека).

Тема для выполнения ДТЗ определяется преподавателем.

Пример домашнего творческого задания приводится ниже.

Разработка коммуникативного мероприятия ювелирного бренда «MIUZ Diamonds» в новых медиа



Задание: на основании открытых источников, включая российские и зарубежные информационные ресурсы, провести анализ стратегии развития и ювелирного бренда «MIUZ Diamonds» за последний период. В рамках выполнения задания для выбранной целевой аудитории - представителей поколения Z - и на основании актуальной стратегии развития компании, а также задачи по привлечению студентов 2-3 курсов, обучающихся по направлениям «Управление персоналом», «Психология», в компанию для трудоустройства на неполный рабочий день, определить коммуникационную цель, и разработать коммуникативное мероприятие по продвижению HR-бренда «MIUZ Diamonds» в новых медиа в целевой аудитории, определить формат коммуникативного мероприятия, способ и каналы его продвижения.

Обосновать предложенное решение.

Оформить результат творческой работы в PowerPoint. Формат слайдов 16:9, фон – белый. Приложения: тексты, образцы оригинального или подобранного иллюстративного видео (референсы), аудио, дизайн-макеты и т.п.

Представить план реализации проекта по разработке коммуникативного мероприятия и его продвижения в целевой аудитории, определить перечень этапов разработки проекта с указанием их содержания, сроков выполнения, распределения ролей, ресурсов, зон ответственности в проектной команде, критериев успешности проекта.

Провести подготовку и презентацию проекта ДТЗ преподавателю и группе.

Критерии оценивания работы определяются преподавателем.

ДТЗ выполняется в форматах word (со ссылками на источники),ppt(x) и другом выбранном цифровом формате и сдается в электронном виде в срок, указанный преподавателем, но не менее, чем за 3 дня до даты защиты



11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Kaspersky
2. Конструктор учебных планов
3. Libre Office
4. Astra Linux
5. Microsoft Office (Windows)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)