


|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

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

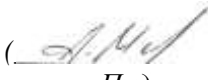
Направление(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью \_\_\_\_\_  
 Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в  
 коммерческих и некоммерческих организациях \_\_\_\_\_  
 Форма обучения \_ очная, заочная \_\_\_\_\_


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

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 10.05.2023 г.  
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 14.05.2024 г.  
 Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_\_\_ от 20 г.

Сведения о разработчиках:

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

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель освоения дисциплины:

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

### Задачи освоения дисциплины:


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

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

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


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

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_

по видам учебной работы ( в часах) 180 \_\_\_\_\_

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

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

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

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


*\* В случае необходимости использования в учебном процессе*

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

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

Форма обучения \_\_\_\_\_ очная \_\_\_\_\_


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

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


\*144+36(контроль)=180 часов

Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

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

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



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

**\*167+13(контроль)=180 часов**

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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


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

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

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

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



|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

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

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

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

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

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

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

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

Круглые столы и дискуссии.

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

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


## Раздел 2. Презентации, выставки: этапы планирования и проведения

### Тема 4.

Презентации: специфика мероприятия, виды, этапы подготовки и проведения

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

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

описание речи (правила и рекомендации). Структурные части презентационной речи (вступление, основная часть, заключение и ответы на вопросы), ее формат и длительность. Требования к месту проведения презентации. Учет состава аудитории. Роль спикера в презентации. Подготовка и использование наглядных, демонстрационных материалов. Заключительная часть — ответы на вопросы (в т.ч. их виды: вопрос-переадресация, вопрос-демонстрация, вопрос-испытания и пр.) Примеры наиболее известных презентаций товаров и мировых брендов.

#### **Тема 5. Планирование и подготовка участия в выставке**

Планирование выставочной деятельности для предприятия-экспонента и подготовка участия в выставке — основные моменты и этапы: выбор выставки и способа участия в ней, определение целей выставочной деятельности, отправление заявки, заключение договора об участии, разработка рекламной кампании (предвыставочная реклама) и изготовление рекламных материалов, определение размеров необходимой выставочной площади, выбор экспонатов, подготовка персонала и пр.

#### **Тема 6. Участие предприятия в выставке и подведение итогов**

Период участия в выставке предприятия-экспонента (включая работу стендистов, технического персонала и пр.). Стенд как основное средство коммуникации, рекомендации по проектированию и оформлению стенда, расположение и виды стендов. Зоны выставочной площадки. Правила коммуникации с посетителями. Раздача рекламных и информационных материалов. Регистрация посетителей.

После выставочный этап для предприятия-экспонента: подведение итогов, проведение совещания, работа с клиентской базой, освещение в СМИ, в Интернете, составление отчета и пр.

### **Раздел 3. Промо-акции, флешмобы: подготовка и**

#### **проведение Тема 7. Промоакции: основные виды, этап разработки и прове**

дения.


Промоакция как вид рекламных мероприятий и ВТЛ-коммуникаций. Виды промо-акций.

Разработка и подготовка рекламных, промо-акций (определение цели, целевой аудитории, выбор вида, мест и географии проведения, графика, бюджета, каналов информирования об акции, разработка ее названия и пр.) Роль креатива при разработке акции.

Дегустации как форма продвижения. Специфика и цели проведения дегустаций (включая график, время, место проведения, требования к демонстратору, к выбору и внешнему виду продукции, вступительная речь демонстратора и пр.).

#### **Тема 8. Промоакции: этап проведения и контроля**

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

### **Тема 9. Флешмобы: специфика и виды**

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


## **6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

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

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

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

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

- Назовите и охарактеризуйте в целом основные этапы проведения мероприятий.

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

- Каковы основные критерии выбора места проведения мероприятия?

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

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

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

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

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

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

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

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


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

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

Практическое задание к теме:

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

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

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

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

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

**Задание 2-**

**практическое.** Провести презентацию на заданную тематику. Студенческая группа делится на асти и несколько участников готовят одну из презентаций (возможные темы: презентация выбранной специальности или направления

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

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

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

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


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

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

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

- Назовите и опишите основные этапы подготовки и проведения презентаций.

- Каким образом состав аудитории (степень ее подготовленности, заинтересованности

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

ипр.) влияет на составление речи?

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

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

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

Опишите правила и рекомендации по реагированию на них.

Задания к семинарскому занятию:

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

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

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

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

- Каки маркетинговые цели чаще всего преследуют участники выставки?

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

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

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

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

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

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


Перечислите основные правила коммуникации посетителями выставки?

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

- Перечислите и охарактеризуйте зоны выставочной площадки.

- Каким образом осуществляется регистрация посетителей?



|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

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

#### Задание к семинарскому занятию:

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

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

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

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


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

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

#### Задание к теме:

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



|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

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

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

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

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

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

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

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

- Перечислите основные виды флэшмобов, охарактеризуйте их.


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

**Задания к теме.**

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

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Данный вид работы не предусмотрен УП.

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

## 8. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ,

### РЕФЕРАТОВ тематика рефератов:

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

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

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


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

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

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


## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

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

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

### 3. Основные этапы проведения мероприятий.

- 4 Презентация как вид рекламного и делового мероприятия: определения, условия и цели применения.
5. Виды классификации презентаций (по продвигаемому объекту, по техническому оснащению). Примеры рекламных презентаций новых товаров, моделей, продуктов в т.ч. с использованием новых технологий.
6. Подготовка презентации: основные этапы и моменты (например, учет состава и характера аудитории и пр.)
7. Разработка наглядных материалов и написание речи для презентации (правила и рекомендации). Структура презентационной речи. Способы ее озвучивания.
8. Проведение и ход презентации. Роль спикера в презентации. Рекомендации для спикера. 9. Завершающая часть презентации. Ответы на вопросы. Типы вопросов.
10. Промо- и рекламные акции: определение, виды (механики), цели и практика применения.
11. Этап разработки, подготовки промо-акции.
12. Роль креатива в разработке формата, места и вида проведения промо-акции. Примеры креативных форм промо-акций из отечественного и зарубежного опыта.
13. Проведение промо-акции, ее контроль, подведение итогов, оценка эффективности
14. Event marketing: основные направления и виды специальных событий, мероприятий – для внутренней и внешней корпоративной среды; деловые, развлекательные и обучающие
15. Различные типологии и классификации мероприятий. Типы специальных мероприятий в зависимости от сценария, количества участников, уровня проведения и пр.
16. Праздники: специфика мероприятия, виды праздников, их функции
17. Организация и проведение праздников в маркетинговых целях (включая примеры из российской практики).
17. Фестиваль как вид мероприятия: специфика, характерные черты. Виды фестивалей.
18. Этапы и важные моменты подготовки и проведения, сценарии и программа фестивалей. Примеры организации фестивалей для продвижения брендов на российском рынке.
19. Специфика и виды флэш-мобов (характерные черты данного вида активности), применение в рекламно-маркетинговых целях.
20. Подготовка к участию в выставке предприятия-экспонента (определение цели, выбор выставки, подготовка оборудования, выбор экспонатов и пр.)
21. Участие предприятия в выставке (включая работу стенда и пр.)
22. Послевыставочный период. Подведение итогов участия в выставке.
23. Правила и основные принципы подготовки и проведения пресс-конференций.
24. Правила и основные принципы подготовки и проведения брифингов.
25. Пресс-туры. Назначение и поводы проведения пресс-тура. Планирование пресс-тура. Оптимальное количество участников. Определение продолжительности пресс-тура. Бюджет (основные статьи расходов).
26. Этапы подготовки и проведения пресс-тура. Выбор СМИ (и конкретных представителей) для пресс-тура: основные критерии. Техническое задание (ТЗ) на пресс-

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

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

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

Задания:

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


## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

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


Форма обучения \_\_\_\_\_ очная \_\_\_\_\_

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

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

Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

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

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



## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы

#### Основная

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

#### Дополнительная

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


#### учебно-методическая:

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

Согласовано:

Гл. библиотекарь / \_\_\_\_\_ Шевякова И.Н. /  12.04 2022 г



|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ<br>Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

*Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы*

**1. Электронно-библиотечные системы:**

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

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

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

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

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

**3. Базы данных периодических изданий:**

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

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

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

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

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

**6. Федеральные информационно-образовательные порталы:**

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

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

**7. Образовательные ресурсы УлГУ:**

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

Зам. начальника УИТТ




А.В. Ключкова

26.04.2022

Форма

1 из 2

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

## **12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

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

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

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

## **13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ СО ГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

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


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

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

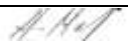






Разработчик

доцент Кузьмина Е.В.

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

| № п/п | Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения   | ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой | Подпись   | Дата     |
|-------|--|---|---|----------|
| 1     | Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1                             | Магомедов А.К.  |    | 10.05.23 |
| 2     | Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2 | Магомедов А.К.  |    | 10.05.23 |
| 3     | Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 3                             | Магомедов А.К.  |   | 14.05.24 |
| 4     | Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 4 | Магомедов А.К.  |  | 14.05.24 |

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

## Приложение 1

### 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### а) Список рекомендуемой литературы

##### Основная

1. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513640>
2. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2023. — 544 с. — ISBN 978-5-394-05290-3. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1927318> Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2023. — 544 с. — ISBN 978-5-394-05290-3. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1927318>

##### Дополнительная

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


##### учебно-методическая:

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

Согласовано:

Главный библиотекарь / Должность сотрудника научной библиотеки \_\_\_\_\_ / Шевякова И.Н. / \_\_\_\_\_ / 06.05.23  
 ФИО \_\_\_\_\_ / Подпись \_\_\_\_\_ / Дата \_\_\_\_\_



|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

## Приложение 2

### б) Программное обеспечение

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

### в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

#### 1. Электронно-библиотечные системы:

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

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

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

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

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

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

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

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

#### 3. Базы данных периодических изданий:

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

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

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

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

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

Согласовано:


Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023

Должность: ведущий УИПТ

0190

подпись

дата

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

Приложение 1

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературы основная

- Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «коммерция» (351300) и «реклама» (350400) / В. Г. Петелин ; В. Г. Петелин. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 447 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Лицензия до 26.03.2022. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81815.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 5-238-00935-6. / .— ISBN 0\_146973
- Комарова Лидия Константиновна. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л.К. Комарова, В.П. Нехорошков ; Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. -2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 194 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/513640> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-06841-2 : 669.00. / .— ISBN 0\_498612

### дополнительная

- Есикова, И. В. Ключевые правила организации выставки / И. В. Есикова ; И. В. Есикова. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. - 105 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/832.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 2227-8397. / .— ISBN 0\_118367
- Жильцова Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : Учебник и практикум для вузов / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов ; Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. – Москва : Юрайт, 2020. - 233 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 26.10.2021). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-9916-9889-4 : 519.00. / .— ISBN 0\_273616
- Жильцова Ольга Николаевна. Связи с общественностью : Учебное пособие Для академического бакалавриата / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов ; Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. - Москва : Юрайт, 2017. - 337 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/398106> (дата обращения: 26.10.2021). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-9916-9890-0 : 649.00. / .— ISBN 0\_277078

### учебно-методическая

- Кузьмина Е. В. Организация рекламных и ПР-мероприятий : учебно-методические указания для направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Е. В. Кузьмина ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 336 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_41711.

Согласовано:

Главный редактор

Должность сотрудника Научной библиотеки


/ Мамаева Е.П. /

ФИО

  
подпись

2024

дата

|  |       |   |
|--|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования<br>РФ Ульяновский государственный университет | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа дисциплины   |       |   |

Приложение 4

### 1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urnit.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-ur.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]; справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

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

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

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024