

Приложение

К ООП по специальности/профессии

42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.В.16 Event-маркетинг

2025

Программу составили:

1. Мохова Елена Александровна

Дисциплина: ОПЦ.В.16 Event-маркетинг

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании учебного плана по специальности «42.02.01 Реклама»

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №8 от 20.05.2025

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.В.16 Event-маркетинг

(наименование дисциплины)

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОПЦ.В.16 Event-маркетинг является обязательной частью обязательной частью цикла основной образовательной программы в соответствии ФГОС «42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub)» по специальности . Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК):

1. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
2. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
3. ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
4. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
5. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
6. ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
7. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 04., ОК 01., ОК 06., ПК 3.3., ПК 2.2., ПК 2.1., ПК 1.4.	<p>ориентироваться в методологии управления Event-маркетингом;</p> <p>ориентироваться в деловых events;</p> <p>ориентироваться в продвижении мероприятий;</p> <p>ориентироваться в концепциях мероприятиях;</p> <p>ориентироваться в Event планировании и проектных группах;</p> <p>ориентироваться в современных концепциях Event-маркетинга;</p> <p>следовать предмету и содержанию Event -маркетинга;</p> <p>ориентироваться в праздничных events</p>	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

Вид учебной работы	Объём в часах
Лекционные занятия	20
Практические занятия	20
Самостоятельная работа под руководством преподавателя	8
Общий объём образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	48
Форма(-ы) контроля: Дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.В.16 Event-маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	
Тема 1 Предмет и содержание Event-маркетинга	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	
	1	Лекционные занятия №1 Предмет и содержание Event-маркетинга	2		1
	2	Практические занятия №1 Предмет и содержание Event-маркетинга	2		2
	3	Самостоятельная работа под руководством преподавателя Предмет и содержание Event-маркетинга	2		2
Тема 2 Современная концепция Event-маркетинга.	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	
	1	Лекционные занятия №2 Современная концепция Event-маркетинга.	2		1
	2	Практические занятия №2 Современная концепция Event-маркетинга.	2		2
Тема 3 Event планирование и проектная группа	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	
	1	Лекционные занятия №3 Event планирование и проектная группа	2		1
	2	Практические занятия №3 Event планирование и проектная группа	2		2
	3	Самостоятельная работа под руководством преподавателя Event планирование и проектная группа	2		2
Тема 4 Концепция мероприятия	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	
	1	Лекционные занятия №4 Концепция мероприятия	2		1
	2	Практические занятия №4 Концепция мероприятия	2		2
Тема 5 Продвижение мероприятия	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	
	1	Лекционные занятия №5 Продвижение мероприятия	2		1
	2	Практические занятия №5 Продвижение мероприятия	2		2
	3	Самостоятельная работа под руководством преподавателя Продвижение мероприятия	2		2
Тема 6 Деловые events	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	
	1	Лекционные занятия №6 Деловые events	2		1
	2	Практические занятия №6 Деловые events	2		2
	3	Самостоятельная работа под руководством преподавателя Деловые events	2		2
Тема 7 Праздничные events	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	
	1	Лекционные занятия №7 Праздничные events	2		1
	2	Лекционные занятия №8 Праздничные events	2		1
	3	Практические занятия №7 Праздничные events	2		2
	4	Практические занятия №8 Праздничные events	2		2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 8	Содержание учебного материала			ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.
Методология управления Event-маркетингом	1 Лекционные занятия №9 Методология управления Event-маркетингом	2	1	
	2 Лекционные занятия №10 Методология управления Event-маркетингом	2	1	
	3 Практические занятия №9 Методология управления Event-маркетингом	2	2	
	4 Практические занятия №10 Методология управления Event-маркетингом	2	2	
	Всего	48		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (ознакомление с ранее изученными объектами, свойствами);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие помещения:

Кабинет менеджмента и предпринимательства,
Кабинет основ маркетинга,
Кабинет экономики и управления в здравоохранении:

1. Стулья (20 шт.)
2. Стол (2 шт.)
3. Доска поворотная (1 шт.)

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. 1. Евдокимов, О. Г. Интернет-маркетинг : методические рекомендации / О. Г. Евдокимов, П. А. Булахова. — Москва : РУТ (МИИТ), 2024. — 17 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459653>
2. 2. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902>
3. 3. Цифровой маркетинг : учебник / Д. Р. Амирова, Е. В. Духанина, А. Б. Зубков [и др.]. — Москва : МУИВ, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-9580-0716-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/443030>

3.2.2. Дополнительные источники

1. 1. Дегтярева, Я. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Я. В. Дегтярева, Л. В. Крылова. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2024. — 155 с. — ISBN 978-5-00202-727-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/481790>
2. 2. Костромина, Е. А. Маркетинг услуг : учебное пособие / Е. А. Костромина, И. А. Имшинецкая. — Москва : МУИВ, 2023. — 127 с. — ISBN 978-5-9580-0672-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная

система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/433724>

3.2.3. Интернет-ресурсы

1. 1. Электронно-библиотечная система Лань.com
2. 2. Электронно-библиотечная система Znanium
3. 3. Электронно-библиотечная система BOOK.RU

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Образовательные результаты освоения образовательной программы учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умение		
ориентироваться в методологии управления Event-маркетингом	уметь ориентироваться в методологии управления Event-маркетингом	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в деловых events	уметь ориентироваться в деловых events	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в продвижении мероприятий	уметь ориентироваться в продвижении мероприятий	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в концепциях мероприятий	уметь ориентироваться в концепциях мероприятий	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в Event планировании и проектных группах	уметь ориентироваться в Event планировании и проектных группах	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в современных концепциях Event-маркетинга	уметь ориентироваться в современных концепциях Event-маркетинга	решение задач, решение ситуационных задач
следовать предмету и содержанию Event -маркетинга	уметь следовать предмету и содержанию Event -маркетинга	решение задач, решение ситуационных задач
ориентироваться в праздничных events	уметь ориентироваться в праздничных events	решение задач, решение ситуационных задач

4.2. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам учебной дисциплины

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
ориентироваться в методологии управления Event-маркетингом	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №9-10
ориентироваться в деловых events	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №6; Вопросы к самостоятельной работе №4
ориентироваться в продвижении мероприятий	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №5; Вопросы к самостоятельной работе №3
ориентироваться в концепциях мероприятиях	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №4
ориентироваться в Event планировании и проектных группах	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №3; Вопросы к самостоятельной работе №2
ориентироваться в современных концепциях Event-маркетинга	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №2
следовать предмету и содержанию Event -маркетинга	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №1; Вопросы к самостоятельной работе №1
ориентироваться в праздничных events	ОК 01., ОК 04., ОК 06., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 3.3.	Задания к практическим занятиям №7-8

Вопросы и задания к практическому занятию и практической подготовке указаны в методических указаниях к практическим занятиям и практической подготовке по дисциплине Event-маркетинг для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2025