


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой


И.А. Батанина

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

«Событийные коммуникации»

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма(ы) обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик(и):

Ваховский А.М., доц. кафедры СиП, канд. полит. наук



1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины (модуля), а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.1)

1. Событийные коммуникации в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Соотношение понятий: событийные коммуникации, событийный маркетинг, событийный менеджмент, ивент-менеджмент, событийный PR.
3. Причины появления событийного маркетинга.
4. Понятие события и мероприятия в событийном маркетинге.
5. Организация специальных мероприятий как инструмент связей с общественностью.
6. Виды специальных событий и социальных мероприятий.
7. Социокультурные функции событийных коммуникаций.
8. Основные черты и характеристики специальных событий: ангажированность корпоративными целями, противоположность повседневности, исключительность, эксклюзивность, режиссура события, постановочный характер действия, зрелищный фактор, эмоциональная включенность зрителей, интерактивное участие целевых и общественных аудиторий.
9. Событие как новость: социально значимое событие; присутствие ньюсмейкеров; чрезвычайное происшествие; информация в СМИ (пресс-релизы; информационный резонанс; фото и видеосъемка).
10. Классификация специальных событий: по преследуемым конечным целям.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.1)

1. Массовый праздник (МП) как важный инструментом социальной коммуникации между всеми субъектами социальной жизни.
2. Особенности подготовки корпоративных праздников. Цели и задачи организации и проведения.
3. Сценарий развлекательной программы. Особенности и основные принципы составления программы корпоративного праздника.
4. Проектирование «специальных событий». Процесс подготовки специального мероприятия.
5. Координация и логистика мероприятия.
6. Этапы и принципы организации специального события.
7. Менеджмент деятельности по организации специальных событий.
8. Оценка эффективности специального мероприятия.

9. Выставка. Цели и практические функции выставки. Особенности подготовки и проведения.
10. Особенности подготовки фестивального проекта.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.2)

1. Проведите презентацию собственного event-проекта.
2. Охарактеризуйте работу с ключевыми группами: работу со СМИ, привлечение партнеров и спонсоров, привлечение участников.
3. Подготовьте имиджевые, презентационные и информационные материалы для специальных мероприятий.
4. Как реализуется «Post-event» менеджмент?
5. Проведите оценку результатов специального мероприятия.
6. Как проводится подготовка отчетной документации по проекту.
7. Разработайте механизм организации обратной связи с ключевыми группами.
8. Охарактеризуйте механизмы реализации успешного события: теоретические и практические аспекты.
9. Раскройте реализацию принципа единства и ограниченности времени и пространства в событийных коммуникациях.
10. Раскройте реализацию принципа событийной субъективности в событийных коммуникациях.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.2)

1. Выделите особенности драматургии и режиссуры специальных мероприятий.
2. Предложите замысел мероприятия под конкретную цель.
3. Подготовьте эссе на тему «Роль и значение событийных коммуникаций в PR-деятельности».
4. Раскройте содержание управления техническим ресурсом в процессе подготовки специальных мероприятий: взаимодействие с техническими партнерами; составление брифа; составление технического задания: разработка и подготовка к производству рекламно-информационной и сувенирной продукции.
5. Подберите кейсы, демонстрирующие возможности визуального оформления пространства и создания атмосферы мероприятия с учетом технологических трендов.
6. Раскройте содержание управления финансовым ресурсом в процессе подготовки специальных мероприятий: бюджет, смета, отчетность, взаимодействие со спонсорами.
7. Предложите подробную режиссерскую экспликацию театрализованного массового праздника (тематика - по выбору).

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.3)

1. Подготовка в деловой игре «Проект специального мероприятия».

Тема (проблема) Аргументированная деятельность нескольких групп обучающихся и преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной ситуации позволяет оценить умение анализировать и решать профессиональные задачи.

Концепция игры Концепция игры заключается в доказательном поиске аргументов участниками за свой проект разработки специального мероприятия и против проектов конкурентов. Концепция базируется на принципах нацеленности элементов деловой игры на решение поставленных задач; абстрактности деловой игры; наглядности и обоснованности.

Роли Деление группы на 3 подгруппы, каждая из которых отстаивает в игровой форме свою точку зрения, свой интерес. Каждая подгруппа выступает как единый разработчик проекта.

Участники до начала игры и её хода изучают литературу, анализируют необходимую информацию и интерпретируют полученные результаты, в соответствии со сценарием игры, принимают участие в различных моделируемых ситуациях.

По окончании каждого этапа игры игровые подгруппы докладывают о результатах групповой работы. На заключительном этапе игры оценивается работа каждой игровой команды.

2. Событийный маркетинг и событийный менеджмент: сравнительный анализ.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.3)

1. Групповое творческое задание. Подготовить к защите презентацию. Тема: "Проект специального мероприятия" (на примере конкретной организации).

Примерный план:

1. Краткая характеристика предприятия (технико-экономическая характеристика, организационная структура, функции отдела маркетинга, отдела персонала).
2. Особенности PR - деятельности в организации.
3. Целевые группы общественности.
4. План мероприятия - анализ ситуации; - определение цели и задач проекта; - определение целевой аудитории; - концепция (идея события).
5. Подробное описание; - выбор медиа и методов работы с целевой аудиторией; - планирование бюджета; - анализ результатов (оценка эффективности, механизм обратной связи, действия после события).

2. Охарактеризуйте модель Г.Л. Тульчинского как инструмент исследования эффективности специальных событий.

3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.1)

1. Менеджмент деятельности по организации специальных событий.
2. Обзор и характеристика необходимых ресурсов для подготовки специальных мероприятий.
3. Методы календарного и сетевого планирования.
4. Раскройте содержание режиссерского подхода к будущему специальному событию.
5. Определите роль и значение событийных коммуникаций в системе маркетинговых коммуникаций.
6. Расскажите о теории и практике событийных коммуникаций. Об основных исторических этапах развития.
7. Дайте характеристику понятий: событийный маркетинг, событийный менеджмент, ивентменеджмент, событийный PR.
8. Охарактеризуйте теоретико-методологическое и прикладное направление событийного маркетинга.
9. Расскажите об организации специальных мероприятий как инструменте связей с общественностью.
10. В чем заключается значение специальных мероприятий и событий?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.1)

1. Выделите этапы постановочного проекта.
2. Сюжетно-композиционное построение и монтаж программы.
3. Режиссерско-постановочная работа в организации специальных мероприятий.
4. Режиссерская экспликация театрального действия.
5. Назовите виды специальных событий и социальных мероприятий.
6. Перечислите социокультурные функции событийных коммуникаций.
7. Расскажите об основных чертах и особенностях специальных событий.
8. Охарактеризуйте общие требования к подготовке и организации специальных событий.
9. Какие возможны презентации и от чего зависит их сценарный план?
10. Расскажите о основных этапах подготовки и проведения конференции.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.2)

1. Какова роль сценария развлекательной программы при подготовке корпоративного праздника?
2. Опишите фестиваль с двух позиций: фестиваль как публичное действие и как рекламный продукт.
3. Охарактеризуйте современную специфику шоу-программ.
4. В чем заключается значение выставок для формирования и развития имиджа фирмы?
5. Что вы вкладываете в понятие «проектирование специальных событий»?
6. Опишите этапы и принципы организации специального события (на примере любого организованного мероприятия).
7. Раскройте сущность позиционирования ивент-агентства как неотъемлемой части маркетинговой стратегии ивент-кампании.
8. Раскройте технологические аспекты организации и проведения пресс-конференции.
9. Приведите примеры успешных пресс-конференций.
10. Укажите способы активизации зрительской аудитории.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.2)

1. Продемонстрируйте реализацию принципа аттракциона в событийных коммуникациях.
2. Продемонстрируйте реализацию принципа взаимного обмена.
3. Подготовьтесь и выступите с самопрезентацией, используя различные формы публичного выступления.
4. Предложите сценарный план презентации (фирмы, товара, события - по выбору или заданию).
5. Предложите сценарный план церемонии (открытия, закрытия, вручения, чествования и т. п. - по выбору или заданию).
6. Предложите тематический и сценарный план двухдневной конференции на базе конкретной фирмы.
7. Предложите сценарный план корпоративного праздника в рамках программы PR конкретной фирмы.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.3)

1. Проанализируйте событийные медийные проекты коммерческих организаций. Приведите примеры эффективных и неэффективных кейсов.
2. Проанализируйте событийные медийные проекты некоммерческих организаций. Приведите примеры эффективных и неэффективных кейсов.
3. Продемонстрируйте воздействие корпоративной культуры на формат событийных коммуникаций. Приведите примеры.
4. Подготовьте «бриф» проекта по организации выпускного вечера для студентов 4 курса.. Разработать концепцию. Прописать программу события. Определить подрядчиков.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.3)

1. Выделите критерии выбора информационного канала для решения коммуникационных задач корпорации посредством событийных коммуникаций.
2. Продемонстрируйте особенности освещения и оценки деятельности корпорации в СМИ с учетом событийной коммуникации организации.
3. Разработайте систему факторов эффективности специальных событий.
4. Рассчитайте бюджет мероприятия (по выбору студента), определить риски.