

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра всеобщей истории

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан исторического факультета

Р.М. Фролов

20 мая 2025 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«Организация массовых мероприятий»**

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)  
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения  
Очная

Программа одобрена  
на заседании кафедры  
от «21» апреля 2025 года, протокол № 5

Программа одобрена НМК  
исторического факультета  
протокол № 1 от «22» апреля 2025 года

Ярославль

### 1. Цели освоения дисциплины:

Дать знания и навыки в сфере организации публичных мероприятий. Научить основным принципам организации мероприятий, технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий.

Образовательные задачи включают в себя:

- анализ специализированной литературы по организации публичных мероприятий;
- анализ законодательства РФ в данной сфере;
- изучение методики создания и проведения мероприятий.

### 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Организация массовых мероприятий» является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
<b>Профессиональные компетенции</b>		
<b>ПК-1.</b> Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с составленными проблемами, целями и задачами.	<b>ИД-ПК-1.1.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	<b>Знать:</b> ключевые требования законодательства и профессионального сообщества к рекламным и PR материалам; базовые приемы создания рекламных и PR текстов для телевидения в России; базовые отраслевые источники информации по предмету и актуальную отраслевую и исследовательскую литературу. <b>Уметь:</b> грамотно сформулировать техническое задание для создания рекламного и PR материала; идентифицировать телевизионный материал в части его принадлежности к рекламе, информации, агитации или PR; написать пресс-релиз о событии; <b>Владеть:</b> отраслевой терминологией, навыками составления рекламного текста.

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часов.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа						Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа	
1.	Понятие и содержание публичного мероприятия	4	4					13	
2.	Законодательство РФ о публичных мероприятиях	4	2					13	
3.	Массовые мероприятия и их отличие от публичных мероприятий	4	2					13	
4.	Массовые мероприятия в политических компаниях	4	4					13	
5.	Организация и проведение массовых и публичных мероприятий	4	5					14	
6.	План организации публичного мероприятия	4		10		2		14	
7.	План организации массового мероприятия	4		7		2		14	
	Курсовая работа							10	
							0,3	1,7	Зачет
	Итого за 1 семестр		17	17		4	0,3	105,7	144

Содержание разделов дисциплины:

- 1. Понятие и содержание публичного мероприятия.** Собрание, митинг, шествие, пикетирование, демонстрация. Классификация публичных мероприятий. Цели публичного мероприятия. Санкционированные и несанкционированные мероприятия. История развития публичных мероприятий в России и в мире.
- 2. Законодательство РФ о публичных мероприятиях.** Федеральные законы. Обеспечение общественного порядка.
- 3. Массовые мероприятия и их отличие от публичных мероприятий.** Виды и функции массовых мероприятий. Классификация массовых мероприятий. Корпоративные мероприятия. Особенности социальных Event мероприятий.
- 4. Массовые мероприятия в политических компаниях.** Содержание и виды массовых мероприятий в политических компаниях. Политический и электоральный ПР.
- 5. Организация и проведение массовых и публичных мероприятий.** Основные этапы организации массового мероприятия. Выбор темы и места, массовость, эмоциональный

настрой, проблемы безопасности, питания, финансирования, техническое и IT-сопровождение, документация, транспорт и пр. Этапы подготовки мероприятия: исследование, планирование, реализация, координация, анализ результатов. Подбор персонала и управление командой.

**6. План организации публичного мероприятия.** Группа студентов разрабатывает детальный план мероприятия и его рекламную кампанию.

**7. План организации массового мероприятия.** Группа студентов разрабатывает детальный план мероприятия и его рекламную кампанию.

## **5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

**Вводная лекция** – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

**Академическая лекция с элементами лекции-беседы** – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Элементы лекции-беседы обеспечивают контакт преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным темам дисциплины, активно вовлекать их в учебный процесс, контролировать темп изложения учебного материала в зависимости от уровня его восприятия.

**Практическое занятие** – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных на лекции знаний.

**Консультации** – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

## **6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader.

## **7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» [http://www.lib.uni-yar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uni-yar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)
- справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор с ЯрГУ)
- электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/>

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины**

### **а) основная литература**

1. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебник для вузов / Н. В. Красовская. – 3-е изд., испр. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 116 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/566838>
2. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 438 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/560059>

### **б) дополнительная литература**

1. Бурмистрова, Е. В. Методика организации досуговых мероприятий : учебник для среднего профессионального образования / Е. В. Бурмистрова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 150 с. // Образовательная платформа Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/564441>

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Доцент кафедры всеобщей истории, к.и.н.

О.Д. Куликова

**Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины  
«Организация массовых мероприятий»**

**Фонд оценочных средств  
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания или иные материалы,  
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,  
характеризующих этапы формирования компетенций**

**Самостоятельная работа студентов**

Студенты делятся на команды и выбирают тему для самостоятельной работы – разрабатывают детальный план мероприятия в течение нескольких занятий. На каждом занятии команды отчитываются о проделанной работе и консультируются с преподавателем. На последнем занятии каждая команда представляет свою презентацию по итогам разработки проекта.

**Список вопросов к зачету**

**Проверка сформированности ПК-1, индикатор ИД-ПК-1.1**

1. Понятие «публичное мероприятие»
2. Законодательство РФ о публичных мероприятиях
3. Организация и проведение массовых и публичных мероприятий
4. Массовые мероприятия в политических компаниях
2. Формы публичных мероприятий.
3. История развития публичных мероприятий в России и мире.
5. Порядок организации и проведения собраний, митингов, демонстраций, шествий и пикетирований.
6. Основные цели и социальные функции специальных (Event) мероприятий.
7. Этапы подготовки мероприятия
8. Подбор персонала и управление командой мероприятий
9. Особенности реализации рекламных и PR-проектов.
10. Организация мероприятий в сфере политики и государственного управления.
11. Политический PR
12. Электоральный PR и его составляющие.
13. Организация публичных мероприятий в сфере политики и государственного управления.
14. Организация публичных мероприятий в сфере бизнеса.
15. Праздники, конкурсы, фестивали, церемонии в системе зрелищных мероприятий.
16. Цели, задачи и функции корпоративных, праздничных и юбилейных мероприятий.

**Правила оценки ответа на зачете.**

**Оценка «Зачтено»** выставляется студенту, который демонстрирует уверенные знания по всем разделам дисциплины, дает полные и логически выверенные ответы на вопросы зачета. Студент выполнил основной объем самостоятельной работы.

**Оценка «Не зачтено»** выставляется студенту, который не дает полный ответ на вопрос зачета, демонстрирует разрозненные, бессистемные знания, допускает ошибки в устной речи, которые препятствуют пониманию логики ответа. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответов студента. Студент не выполнил основной объем самостоятельной работы.

Оценка «Не зачтено» выставляется также студенту, который получил вопрос на зачете, но отвечать отказался.

## **Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Организация массовых мероприятий»**

### **Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

В ходе изучения данного курса студент должен овладеть методами сбора, хранения и обработки данных, получить знания и навыки необходимые при организации публичных мероприятий.

Основной формой изложения учебного материала по дисциплине являются лекции и практические занятия, причем последние в достаточно большом объеме.

Для проверки и контроля усвоения теоретического материала, приобретенных практических навыков работы, в течение обучения проводится итоговое занятие с презентацией студентами их самостоятельной работы – плана проведения публичного мероприятия. Также проводятся консультации по разбору заданий для самостоятельной работы, которые вызвали затруднения.

В конце курса студенты сдают зачет в форме устного собеседования. При этом учитывается текущая работа студента в семестре на практических занятиях.