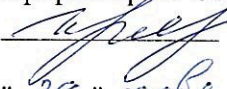


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
 (НГУАДИ)

РПД одобрена
 Ученым советом НГУАДИ
 протокол № 17 от 28.02.2022

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по ОиМД
 И.В. Рязанцева
 " 28 " февраля 2022 г.

Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Промышленного дизайна**
 Учебный план 42.03.01_2023_РиО.plx
 Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
 в том числе:
 аудиторные занятия 30
 самостоятельная работа 42

Виды контроля в семестрах:
 зачеты с оценкой 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>) | 7 (4.1) | | Итого | |
|--|---------|-----|-------|----|
| | УП | РП | | |
| Неделя | 15 | 5/6 | | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Практические | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Итого ауд. | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Контактная работа | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Сам. работа | 42 | 42 | 42 | 42 |
| Итого | 72 | 72 | 72 | 72 |

Программу составил(и):

канд. техн. наук, доцент кафедры ПД, Соболева Е.Л.



Рецензент(ы):

канд. экон. наук, доцент кафедры ПД, Рязанцева И.В.



Рабочая программа дисциплины

Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью


утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2022 протокол № 17.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Промышленного дизайна


Протокол от 28.02.2022 г. № 07

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой  Н.В. Бекк

Согласовано:

Декан факультета  **Е.Л. Соболева**

Заведующий НТБ  Н.А.Патрушева

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|--------------------------------------|--|
| 1.1 | формирование совокупности компетенций обучающихся для организации бизнесмероприятий и спонсоринга. |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | |
|-------------------------------------|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Культурные институции и социальное взаимодействие |
| 2.1.2 | Маркетинговый анализ региональных художественных рынков |
| 2.1.3 | Производственная практика. Профессионально-творческая практика |
| 2.1.4 | Креативные технологии в рекламе и PR |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Организация музейно-выставочных проектов |
| 2.2.2 | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.3 | Производственная практика. Преддипломная практика |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|--|
| ПК-2: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | системы знаний о методических основах и методике организации бизнес-мероприятий и спонсоринга; |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | применять технологий подготовки и проведения бизнес-мероприятий и работы со спонсорами |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | методами коррекции корпоративной культуры организации средствами бизнес-мероприятий |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

| | |
|------------|--|
| 3.1 | Знать: |
| 3.1.1 | ПК-2.1.5 Терминологический аппарат спонсоринга и фандрайзинга, классификации, характеристики бизнесмероприятий, методы и инструменты привлечения инвестиций; |
| 3.2 | Уметь: |
| 3.2.1 | ПК-2.2.7 Осуществлять выбор мероприятия под конкретную бизнес-задачу, организовывать, проводить контроль и оценку эффективности мероприятий в рамках кампаний по привлечению инвестиций; |
| 3.3 | Владеть: |
| 3.3.1 | ПК-2.3.4 Навыками стандартного проведения и регламентации спонсорской, фандрайзинговой и бизнес-деятельности в сфере креативных индустрий |

| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | | | | |
|---|--|----------------|-------|-------------|---------------------------------------|------------|
| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Примечание |
| | Раздел 1. Сущностные характеристики бизнес-мероприятий | | | | | |
| 1.1 | История формирования бизнесритуалов. Развитие event-менеджмента как отдельной формы деятельности. Профессиональные ассоциации в области организации мероприятий. Понятие бизнес -мероприятий. Виды аудиторий и мероприятий. Характеристика trade events, corporate events, special events. /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |

| | | | | | | |
|------|---|---|---|------|---------------------------------------|--|
| 1.2 | Исторические корни современных бизнес-мероприятий. Таблица аудиторий и мероприятий /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.3 | Виды бизнес -мероприятий в секторе В2В. Классификация мероприятий делового характера. Конференции, приемы, конгрессы, саммиты. Новые формы деловых мероприятий: вебинары, веб - конференции. Основные интернет - мессенджеры. /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.4 | Организация конференции /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.5 | Основные типы презентаций. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации). Структура, содержание, стиль презентации. Этапы организации презентаций. Классификация выставок по разным основаниям. Специальные мероприятия на выставках и ярмарках. /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.6 | Организация презентации /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.7 | Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании, профессиональные праздники, торжественные банкеты, фуршеты, спортивные соревнования. Классификация корпоративных досуговых мероприятий (праздничный, повседневный досуг, инсентив -туризм, корпоративные тренинги, корпоративное добровольчество) /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.8 | Организация корпоративного мероприятия /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.9 | Специфика организации мероприятий для прессы: брифинги, пресс-конференции, пресс-туры по организации. Правила проведения пресс-конференций и брифингов. Специфика проведения пресс - тура по организации. /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 1.10 | Организация пресс-тура /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| | Раздел 2. Виды специальных мероприятий в сфере культуры и искусства | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--|---|---|------|---------------------------------------|--|
| 2.1 | Виды и способы взаимодействия бизнес-структур и социально-культурной сферы. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. Основная классификация спонсоров. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологи /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 2.2 | Особенности организации мероприятий в социально -культурной сфере (фестивали, вручение премий). Фестиваль, виды фестивалей, цели и задачи их проведения. Фестиваль как мероприятие и явление культуры. Церемонии открытия, награждения и закрытия /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 2.3 | Разработка и презентация спонсорского пакета оргкомитетом фестиваля /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 2.4 | Понятие благотворительности. Благотворители, меценаты, добровольцы, благополучатели. Форматы благотворительных мероприятий: социальноблаготворительный вечер, аукцион, благотворительный обед. Технология подготовки и проведения благотворительных мероприятий. Технологии подготовки добровольцев к участию в добровольческих акциях, проектах, движениях. /Лек/ | 7 | 1 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 2.5 | Подготовка, согласование, разработка концепции и плана благотворительного мероприятия. /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |
| 2.6 | Виды и способы взаимодействия бизнес-структур и социально-культурной сферы. Система благотворительных фондов. Государственные фонды, посреднические фонды, частные фонды: независимые, ассоциированные. Фонды прямого действия и региональные фонды. Основная классификация спонсоров. Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий. Практика работы подразделений по фандрайзингу в PRструктурах. Современная практика спонсоринга и фандрайзинга .Взаимодействие спонсоров и организаторов. Системы отчетности в спонсоринге и фандрайзинге. Отчет как неотъемлемая часть работы со спонсором. Основные способы проверки /Лек/ | 7 | 1 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 | |

| | | | | | |
|-----|---|---|----|------|---------------------------------------|
| 2.7 | Самостоятельная работа по дисциплине. Подготовка к контрольной работе и зачету с оценкой /Ср/ | 7 | 42 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.2 Л2.1 Э1 |
|-----|---|---|----|------|---------------------------------------|

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг"

5.2. Темы письменных работ

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг"

5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг"

5.4. Перечень видов оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг"

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|-------------------------------------|---|---|
| Л1.1 | Мазилкина Е. И. | Искусство успешной презентации: Практическое пособие | Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019 |
| Л1.2 | Назайкин А. | Медиарилейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой | Москва: Альпина Паблишер, 2019 |
| Л1.3 | Марочкина, С. С., Шуванов, И. Б. | Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие | Сочи: Сочинский государственный университет, 2020 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|------------------------------------|--|---|
| Л2.1 | Лазарев Д. | Корпоративная презентация: Как продать идею за 10 слайдов | Москва: Альпина Паблишер, 2019 |
| Л2.2 | Бусыгина М. В., Желтухина М. Р. | Медиажанр «пресс-релиз»: Учебное пособие | Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, ПринТерра-Дизайн, 2016 |
| Л2.3 | Бусыгина М. В., Желтухина М. Р. | Вербальные характеристики жанра «пресс-релиз» в медиадискурсе: Учебное пособие | Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, ПринТерра-Дизайн, 2016 |

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1 : ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг» - Режим доступа: <https://portal.nsuada.ru/course/>

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1 Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x6

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1 Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

7.3.2.2 Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | |
|-----|---|
| 7.1 | Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ |
| 7.2 | Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ |

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В

процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д.КРЯЧКОВА»
(НГУАДИ)**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины

«Организация бизнес-мероприятий и спонсоринг»

Учебный план: 42.03.01_2023_РиО.

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Креативный продукт в сфере культуры и искусства

1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 1

| Код Компетений | Оценочные средства | Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно) | Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно) | Базовый уровень 51-81 балл (хорошо) | Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично) |
|-----------------------|--|--|--|---|--|
| ПК-2 | Контрольная работа Вопросы для зачета | Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. | Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач | Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам | Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении |

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа

Событие в ивент-маркетинге может быть организовано с вовлечением

- 1.потенциальных клиентов
- 2.существующих клиентов
- 3.сотрудников компании
- 4.средств СМИ

К целям событий в event-маркетинге относятся:

- 1.повышение узнаваемости бренда
- 2.обеспечение роста продаж
- 3.командообразование.
- 4.расширение базы контактов.

Причиной снижения уровня креатива маркетинговых событий (ивентов) являются:

- 1.ритуальность процедур
- 2.бюджетные ограничения
- 3.отсутствие устоявшихся техник разработки креативных событий
- 4.политические причины

К базовым типам креативных идей в event-маркетинге относятся:

- 1.нестандартный объект в привычном пространстве
- 2.прямая ассоциация
- 3.гротеск
- 4.политические причины

Благотворительная деятельность, оказание помощи и покровительства неимущим, нуждающимся – это:

1. филантропия
2. фандрайзинг
3. спонсоринг

Комплекс мер, направленных на объединение разрозненных ресурсов с целью улучшения социальноэкономического положения региона, в котором расположены эти ресурсы – это:

1. филантропия
2. фандрайзинг
3. спонсоринг

Оказание определенной помощи отдельным группам населения – это:

1. филантропия
2. фандрайзинг
3. спонсоринг

Эффективная стратегия фандрайзинга содействует:

- 1.созданию четкого представления о целях/приоритетах организации;
2. обеспечению успешного финансирования;
3. повышению уровня известности фирмы

Восстановите последовательность этапов процесса разработки стратегии фандрайзинга:

- 1) Генерация идей.
- 2) Внутренний анализ
- 3) Классификация организационных целей
- 4) Мониторинг и оценка
- 5) Выбор портфолио
- 6) Планирование и обеспечение ресурсов

Типам спонсорских пакетов, обозначенных цифрами, соответствуют стоимость спонсорского пакета под буквенным обозначением:

- 1) Титульный спонсор
- 2) Генеральный спонсор
- 3) Официальный спонсор
- 4) Спонсор-участник
- а) 5-10 % стоимости затрат на проведение проекта,
- б) 100 % стоимости затрат на проведение проекта,
- в) 25 % стоимости затрат на проведение проекта,
- г) 50 % стоимости затрат на проведение проекта

Промежуточная аттестация – Зачет

Вопросы для зачета

- 1 История формирования бизнес-ритуалов.
- 2 Развитие event-менеджмента как отдельной формы деятельности.
- 3 Профессиональные ассоциации в области организации мероприятий.
- 4 Понятие бизнес-мероприятий. Характеристика trade events, corporate events, special events.
- 5 Виды аудиторий и мероприятий. Классификация мероприятий делового характера.
- 6 Конференции, приемы, конгрессы, саммиты.
- 7 Новые формы деловых мероприятий: вебинары, веб-конференции.
- 8 Основные интернет-мессенджеры.
- 9 Основные типы презентаций. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомондпрезентации) презентации.
- 10 Структура, содержание, стиль презентации. Этапы организации презентаций.
- 11 Классификация выставок по разным основаниям.
- 12 Специальные мероприятия на выставках и ярмарках.
- 13 Контроль выставочной статистики.
- 14 Цели и задачи corporate events. Виды corporate events
- 15 Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании
- 16 Организация корпоративных мероприятий: профессиональные праздники
- 17 Организация корпоративных мероприятий: торжественные банкеты, фуршеты
- 18 Организация корпоративных мероприятий: спортивные соревнования
- 19 Особенности организации мероприятий в социально-культурной сфере: фестивали
- 20 Особенности организации мероприятий в социально-культурной сфере: вручение премий
- 21 Специфика организации мероприятий для прессы: брифинги, пресс-конференции, пресс-туры по

организации. Правила проведения пресс-конференций и брифингов.

22 Специфика проведения пресс-тура по организации

23 Благотворительные мероприятия: социально-благотворительный вечер

24 Благотворительные мероприятия: аукцион

25 Благотворительные мероприятия: благотворительный обед.

26 Благотворительные мероприятия и их организация: подготовка и согласование

27 Виды и способы взаимодействия бизнес структур и социально-культурной сферы.

Система благотворительных фондов.

28 Взаимодействие спонсоров и организаторов. Системы отчетности в спонсоринге и фандрайзинге.

29 Спонсоринг и фандрайзинг в системе маркетинговых коммуникаций. Инновационная форма спонсорства, применение Интернет технологий

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Промежуточная аттестация – зачет с оценкой

Зачет с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения по дисциплинам модуля.