

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Кафедра библиотечно-информационной деятельности и межкультурных
коммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Учебно-
методического совета
от «15» мая 2024 г.,
протокол № 7

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.03.02 СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

51.03.03 Социально-культурная деятельность

Профиль

Менеджмент социально-культурной деятельности

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения *очная/заочная*

Симферополь, 2024

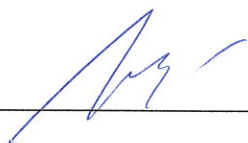
Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 Событийный менеджмент разработана для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности».

Программа составлена в соответствии с Основной профессиональной образовательной программой, утвержденной Ученым советом ГБОУ ВО РК «КУКИиТ» от «29» мая 2024 г., протокол № 5, разработанной на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 декабря 2017 г. №1179. Зарегистрировано в Минюсте РФ 09.01.2019г. Регистрационный №49575.

Рабочая программа дисциплины разработана:
старший преподаватель кафедры туризма

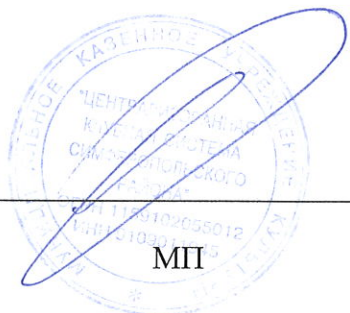
/Е.А. Тропина/

Рабочая программа дисциплины рассмотрена
и одобрена на заседании кафедры туризма
от «25» апреля 2024 г., протокол № 9
Зав. кафедрой туризма

/Э. Э. Ибрагимов/

ПРЕДСТАВИТЕЛИ РАБОТОДАТЕЛЯ
Согласовано:

Муниципальное бюджетное учреждение
культуры «Централизованная клубная
система Симферопольского района»
Директор


МП _____/Д.Ю. Кристин/

Рабочая программа согласована на заседании Учебно-методического совета Университета
от «15» мая 2024 г., протокол № 7

Председатель /Л.Ф. Ващенко/

Секретарь /М.С. Юсупова/

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Событийный менеджмент» является частью основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, профиль подготовки «Менеджмент социально-культурной деятельности».

Цель дисциплины:

Цель изучения дисциплины «Событийный менеджмент» – дать целостное представление о сущности событийного менеджмента, его роли в деятельности учреждений социально-культурной деятельности на современном этапе, изучить возможности использования инструментария событийного менеджмента с целью продвижения социокультурных услуг и формирования имиджа учреждений социокультурной сферы.

Задачи дисциплины:

подготовить специалистов, владеющих инструментарием событийного менеджмента;

сформировать навыки, позволяющие эффективно использовать инструменты и методы событийного менеджмента;

приобщить к событийному менеджменту как эффективному средству социально-культурной коммуникации;

дать представление об основных принципах организации и осуществления событийного менеджмента в социокультурной сфере.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы, 144 часа.

Для очной формы обучения аудиторные занятия – 84 часа, самостоятельная работа – 24 часа, экзамен – 36 часов.

Для заочной формы обучения аудиторные занятия – 24 часов, самостоятельная работа – 111 часов, экзамен – 9 часов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

| Шифр компетенции | Знать | Уметь | Владеть |
|--|---|---|--|
| УК-4: способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах). | на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами и коллегами; информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в | осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах); коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые переговоры на государственном и иностранном (-ых) языках. | навыками осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); умением грамотно |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках. | | составлять и произносить тексты научных докладов и тексты, предусмотренные сценариями культурно-массовых мероприятий. |
| ПК-3: способен выявлять и изучать культурные потребности и запросы участников социально-культурной деятельности с целью принятия эффективных управленческих решений. | основные подходы к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности; | применять в своей профессиональной деятельности подходы к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности | применения в профессиональной деятельности подходов к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности |

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

| | |
|--------------------|--|
| Код УБ ОПОП | Учебный блок |
| Б1 | «Дисциплины (модули)» |
| Б1.В. | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Б1.В.ДВ.03.02 | Событийный менеджмент |

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Для очной формы обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | | | | | |
|--|-------------|----------|---|---|---|----|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Аудиторные занятия (Ауд) (всего) | 84 | | | | | 84 | | | |
| в том числе | | | | | | | | | |
| Лекции (Лек) | 28 | | | | | 28 | | | |
| Практические занятия (Пр) | 56 | | | | | 56 | | | |
| Индивидуальные занятия (Инд) | | | | | | | | | |
| Самостоятельная работа студента (СРС) (всего) | 24 | | | | | 24 | | | |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | |
| Зачет (Зач) | | | | | | | | | |
| Экзамен (Экз) | 36 | | | | | 36 | | | |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|-------|-----|--|--|--|--|-----|--|--|
| Курсовая работа (Кур) | | | | | | | | | |
| Контрольная работа (КР) | | | | | | | | | |
| Общая трудоемкость | 4 ЗЕТ | 144 | | | | | 144 | | |

Для заочной формы обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | | | | | | 9 | 10 |
|--|-------------|----------|---|---|---|---|---|----|----|---|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | | |
| Аудиторные занятия (Ауд) (всего) | 24 | | | | | | | 12 | 12 | | |
| в том числе | | | | | | | | | | | |
| Лекции (Лек) | 8 | | | | | | | 4 | 4 | | |
| Практические занятия (Пр) | 8 | | | | | | | 4 | 4 | | |
| Семинарские занятия (С) | 8 | | | | | | | 4 | 4 | | |
| Индивидуальные занятия (Инд) | | | | | | | | | | | |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | | | |
| Самостоятельная работа студента (СРС) (всего) | 111 | | | | | | | 60 | 51 | | |
| Зачет (Зач) | | | | | | | | | | | |
| Экзамен (Экз) | 9 | | | | | | | | 9 | | |
| Курсовая работа (Кур) | | | | | | | | | | | |
| Контрольная работа (КР) | | | | | | | | | | | |
| Общая трудоемкость | 4 з.е | 144 | | | | | | 72 | 72 | | |

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества астрономических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины, структурированное по темам

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание дисциплины по темам |
|-------|--|---|
| 1 | Роль событийного менеджмента в современном обществе | 1.1. Тема 1. История возникновения событийного (event) менеджмента, его сущность и классификация мероприятий Предмет и сущность событийного менеджмента. Функции и задачи событийного менеджмента. Сферы событийного менеджмента. Основные черты событийного менеджмента. Субъекты и объекты событийного менеджмента. Особенности событийного менеджмента. Событийный менеджмент в деятельности организаций социокультурной сферы. Предпосылки и источники менеджмента событий. Эволюция событийного (event) менеджмента. |
| | | 1.2. Тема 2. Общие требования к подготовке и организации специальных событий Понятие и сущность специального мероприятия. Общие требования к специальным мероприятиям. Критерии оценки эффективности проведённого специального мероприятия. |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Особенности восприятия специального мероприятия. Событие как новость. «Ньюсмейкинг». Менеджмент новостей. Критерии оценки эффективности специального события или социального мероприятия. Создание информационного повода, «псевдособытия». Текущий и представительский приём как проявление гостеприимства и демонстрация возможностей. Традиционная тематика новостей (по сферам общественной жизни). Составление программы приёма как специального мероприятия. Технологии ньюсмейкинга.</p> |
| | | <p>1.3. Тема 3. Виды специальных событий и общественных мероприятий</p> <p>Презентация как вид специального мероприятия. Особенности организации конференции. Планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии. Классификация специальных событий и общественных мероприятий. Выставки. Ярмарки. Типовые документы по организации специального события (договор, смета, акт выполненных работ). Организация праздничных событий. Фестивали: виды и специфика организации. Церемонии и их роль в событийном менеджменте. Шоу-мероприятия. Конкурсы и лотереи. Этапы организации праздника. Участие организации–экспонента в работе специализированной выставки или ярмарки. Алгоритм проведения открытого аукциона на право заключения государственного контракта. Событийный туризм. Организация массовых праздников. Корпоративные мероприятия. Тимбилдинг. Типы корпоративных праздников. Банкетные мероприятия. Праздничные концерты. Организация кейтеринга. Виды кейтеринга. Событийный кейтеринг.</p> |
| | | <p>1.4. Тема 4. Среда и целевая аудитория event-проектов.</p> <p>Понятие целевой аудитории (ЦА) в event-менеджменте. Теория поколений. Классификация целевой аудитории. Внутренняя и внешняя среда event-проектов. Этапы сегментирования целевой аудитории. Принципы сегментирования ЦА. Внешнее и внутренне окружение event-проектов: инвесторы, поставщики, спонсоры, посетители, персонал. Основные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций.. Концепция интегрированной маркетинговой коммуникации.</p> |
| | | <p>1.5. Тема 5. Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной практике</p> <p>Основные правила и этапы создания успешных event-проектов. Процесс разработки успешных event-проектов. Структурные составляющие успешных event-проекта. Методы и способы информирования целевых групп о деятельности и проводимых мероприятиях социокультурной организации. Специальные события как технология продвижения коммерческих радиостанций. Опыт организации специальных событий на примере радиостанции «Радио Балтика» Структурные составляющие успешных event-проектов. Международный проект: структура, особенности.</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | Международный опыт реализации успешных event-проектов. Этапы проектирования event-проекта. |
| 2 | Интерактивные технологии событийного менеджмента | <p>2.1 Тема 6. Этапы подготовки и кадровое и финансовое обеспечение специального события. Алгоритм проведения эффективного события. Обеспечение кадрами и управление персоналом. Финансово обеспечение и бюджетирование спец. мероприятия. Деловые коммуникации в рамках специального события. Управление кадрами. Источники привлечения финансовых средств. Фандрайзинг. Целевое финансирование. Грантовая поддержка. Виды грантов. Практическое задание. Разработать алгоритм проведения специального события. Составьте бюджет мероприятия и функционал для персонала.</p> <p>2.2. Тема 7. Реклама и паблик рилейшнз, их роль в организации и продвижении event-мероприятий Сущность рекламы как вида коммуникации. Современные технологии рекламной деятельности. Критерии оценки эффективности рекламы. Реклама как способ межкультурной коммуникации. Особенности рекламного продвижения. Роль рекламы при продвижении event-мероприятий. Медиаплан рекламной кампании. Средства распространения рекламы. Уровни реализации PR-мероприятий. Объекты паблик рилейшнз. PR как система управления общественным мнением. Субъекты паблик рилейшнз. Постоянная деятельность PR-специалистов по работе с общественностью. Сферы и области применения паблик рилейшнз. Задачи политического, экономического, социального и культурного PR. Понятия «общественность», «PR общественность», «целевая аудитория». Различные группы общественности. Внутренняя и внешняя общественность. Особенности организации связей с общественностью в учреждениях социокультурной сферы. Общая характеристика средств, методов и технологий PR. Сущность PR-проекта и PR-кампании. Технологии паблик рилейшнз. Событийный маркетинг в синтезе со связями с общественностью (PR).</p> <p>2.3. Тема 8. Техническая, административная и логистическая составляющие event-мероприятий Административный план event-мероприятия. Техническая составляющая мероприятий. Логистика event-мероприятий. Звуковое оформление. Световой райдер. Составление «горячего списка» и его роль в успешности профессиональной деятельности. Технологии работы с общественностью в социально-культурной сфере.</p> <p>2.4. Тема 9. Event-менеджмент и развитие социального партнёрства Сущность социального партнёрства. Презентация как акция социального партнёрства. Политическое социальное партнёрство. Деятельность спонсоров. Патронаж. Благотворительность. Социальный event-проект. Сущность имиджа. Основные проблемы и технологии конструирования</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>имиджа. Особенности формирования имиджа учреждений социально-культурной сферы.</p> <p>2.5. Тема 10. Особенности управления проектами в сфере культуры и искусства Сущность и классификация проектов в сфере культуры и искусства. PR и маркетинг для международных проектов. Фандразинг и спонсорство для международных проектов. Национальные досуговые интересы разных стран. Виды социокультурные проектов. Методы продвижения социокультурных проектов. Мероприятий по продвижению социально-культурного проекта. Структура PR-кампании для продвижения крупного события (фестиваля, праздника и др.) в социально-культурной сфере.</p> <p>2.6. Тема 11. Риск менеджмент при организации event-мероприятий. Риски в событийном менеджменте: сущность и классификация. Основные этапы управления рисками. Комплекс антикризисных мероприятий в событийном менеджменте. Методы снижения рисков. Форс-мажор в событийном менеджменте. Кризисный PR. Комплекс мероприятий направленных на снижение рисков при проведении специального мероприятия. Предлагаемые решения занести в таблицу. Сделать выводы. Приёмы, методы и технологии PR, используемые в период кризиса. Кризисные ситуации в экономике и бизнесе и социокультурной сфере.</p> |
|--|--|--|

5.2 Разделы дисциплин с указанием отведенного на них количества астрономических часов и видов учебных занятий (очная форма обучения/заочная форма обучения)

| № п/ п | Наименование раздела, темы дисциплины | Количество часов | | | | | |
|--------------|---|---------------------|-------------|-------------|------------|--------------|--------------|
| | | Очная/заочная форма | | | | | |
| | | всего | в том числе | | | | Конт роль |
| | | | Лек | Пр | СР | | |
| 1 | Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе | 54/72 | 14/4 | 28/4 | 0/4 | 12/60 | |
| | Тема 1. История возникновения событийного (event) менеджмента, его сущность и классификация мероприятий | 8/16 | 2/2 | 4/0 | 0/2 | 2/12 | |
| | Тема 2. Общие требования к подготовке и организации специальных событий | 8/16 | 2/2 | 4/2 | 0/0 | 2/12 | |
| | Тема 3. Виды | 22/14 | 6/0 | 12/2 | 0/0 | 4/12 | |

| | | | | | | | |
|----------|---|----------------|-------------|-------------|------------|---------------|-------------|
| | специальных событий и общественных мероприятий | | | | | | |
| | Тема 4. Среда и целевая аудитория event-проектов | 8/14 | 2/0 | 4/0 | 0/2 | 2/12 | |
| | Тема 5. Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной практике | 8/12 | 2/0 | 4/0 | 0/0 | 2/12 | |
| 2 | Раздел 2. Интерактивные технологии событийного менеджмента | 54/63 | 14/4 | 28/4 | 0/4 | 12/51 | |
| | Тема 6. Этапы подготовки и кадровое и финансовое обеспечение специального события | 8/13 | 2/2 | 4/0 | 0/0 | 2/11 | |
| | Тема 7. Реклама и паблик рилейшнз, их роль в организации и продвижении event-мероприятий | 14/10 | 4/0 | 8/0 | 0/2 | 2/8 | |
| | Тема 8. Техническая, административная и логистическая составляющие event-мероприятий | 8/10 | 2/0 | 4/2 | 0/0 | 2/8 | |
| | Тема 9. Event-менеджмент и развитие социального партнерства | 8/10 | 2/0 | 4/0 | 0/2 | 2/8 | |
| | Тема 10. Особенности управления проектами в сфере культуры и искусства | 8/10 | 2/0 | 4/2 | 0/0 | 2/8 | |
| | Тема 11. Риск менеджмент при организации event-мероприятий. | 8/10 | 2/2 | 4/0 | 0/0 | 2/8 | |
| 3 | Экзамен | 36/9 | | | | | 36/9 |
| 4 | Итого часов: | 144/144 | 28/8 | 56/8 | 0/8 | 24/111 | 36/9 |

5.3. Содержание программы по темам и видам занятий

5.3.1. Содержание программы по темам и видам занятий для очной формы обучения

| № п/п | Тема | Кол-во часов | Виды учебных занятий и учебные вопросы |
|-------|------|--------------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 |

| | | | |
|---|---|---|--|
| 1 | История возникновения событийного (event) менеджмента, его сущность и классификация мероприятий | Л– 2 ч. Пр.-2 ч. Пр.-2 ч. | Лекция 1 1. Предмет и сущность событийного (event) менеджмента. 2. Функции и задачи событийного менеджмента. 3. Предпосылки и источники менеджмента событий. Практическое занятие 1. 1. Основные черты современного событийного менеджмента. 2. Субъекты и объекты событийного менеджмента. 3. Сферы событийного менеджмента. Практическое занятие 2. Практическое задание. Подготовить презентацию об эволюции событийного менеджмента. |
| 2 | Общие требования к подготовке организации специальных событий | Л– 2 ч. Пр.-2 ч. Пр.-2 ч. | Лекция 2 1. Событие как новость, «нюсмейкинг». 2. Менеджмент новостей 3. Критерии оценки эффективности специального события или социального мероприятия. Практическое занятие 3. 1. Создание информационного повода, «псевдособытия». 2. Текущий и представительский приём как проявление гостеприимства и демонстрация возможностей 3. Традиционная тематика новостей (по сферам общественной жизни) Практическое занятие 4. Практическое задание. Составить программу приёма как специального мероприятия. Используя технологию нюсмейкинга создать информационный повод для данного события. |
| 3 | Виды специальных событий и общественных мероприятий | Л– 6 ч. Пр – 6 ч Пр.-6 ч. | Лекция 3 1. Презентация как вид специального мероприятия 2. Особенности организации конференции. 3. Планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии. Практическое занятие 5 1. Классификация специальных событий и общественных мероприятий 2. Выставки 3. Ярмарки. Практическое занятие 6. Практическое задание. Составить примеры (макеты) типовых документов по организации специального события (договор, смету, акт выполненных работ). Лекция 4. 1. Организация праздничных событий 2. Фестивали: виды и специфика организации. 3. Церемонии и их роль в событийном менеджменте 4. Шоу-мероприятия. 5. Конкурсы и лотереи. |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | | <p>Практическое занятие 7.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Этапы организации праздника. 2. Участие организации–экспонента в работе специализированной выставки или ярмарки 3. Алгоритм проведения открытого аукциона на право заключения государственного контракта. <p>Практическое занятие 8.</p> <p>Практическое задание. Составить программу праздника (по выбору обучающегося). Список необходимых документов для проведения открытого аукциона на право заключения государственного контракта.</p> <p>Лекция 5.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Событийный туризм. 2. Организация массовых праздников 3. Корпоративные мероприятия <p>Практическое занятие 9.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тимбилдинг 2. Типы корпоративных праздников. 3. Организация кейтеринга. <p>Практическое занятие 10. Практическое задание. Составьте проект проведения событийного кейтеринга для корпоративного мероприятия.</p> |
| 4 | Среда и целевая аудитория event-проектов | <p>Л– 2 ч.</p> <p>Пр.-2 ч.</p> <p>Пр.-2 ч.</p> | <p>Лекция 6.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие целевой аудитории (ЦА) в event-менеджменте. 2. Теория поколений. Классификация аудитории. 3. Внутренняя и внешняя среда event-проектов <p>Практическое занятие 11.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Этапы сегментирования целевой аудитории. 2. Принципы сегментирования ЦА. <p>2. Внешнее и внутренне окружение event-проектов: инвесторы, поставщики, спонсоры, посетители, персонал.</p> <p>Практическое занятие 12.</p> <p>Практическое задание. Выявите целевую аудиторию планируемого event-проекта. Осуществите её сегментирование. Разработайте комплекс мероприятий по привлечению посетителей (гостей) события. Разработать 4-5 рекламных сообщений, направленных на информировании разных целевых групп о планируемом мероприятии.</p> |
| 5 | Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной практике. | <p>Л– 2 ч.</p> <p>Пр.-2 ч.</p> | <p>Лекция 7.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Специальные события как технология продвижения коммерческих радиостанций. 2. Опыт организации специальных событий на примере радиостанции «Радио Балтика» 3. Структурные составляющие успешных event-проектов. <p>Практическое занятие 13.</p> |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | Пр.-2 ч. | <p>1. Международный event-проект: структура, особенности.</p> <p>2. Международный опыт реализации успешных event-проектов</p> <p>3. Этапы проектирования event-проекта.</p> <p>Практическое занятие 14</p> <p>Практическое задание. Составить проект совместного (международного) event-проекта.</p> |
| 6 | Этапы подготовки и кадровое и финансовое обеспечение специального события | <p>Л– 2 ч.</p> <p>Пр.-2 ч.</p> <p>Пр.-2 ч.</p> | <p>Лекция 8.</p> <p>1. Алгоритм проведения эффективного события</p> <p>2. Обеспечение кадрами и управление персоналом.</p> <p>3. Финансово обеспечение и бюджетирование спец. мероприятия</p> <p>Практическое занятие 15.</p> <p>1. Деловые коммуникации в рамках специального события.</p> <p>2. Управление кадрами.</p> <p>3. Источники привлечения финансовых средств</p> <p>Практическое занятие 16.</p> <p>Практическое задание. Разработать алгоритм проведения специального события. Составьте бюджет мероприятия и функционал для персонала.</p> |
| 7 | Реклама и публич-рилейшнз, их роль в организации и продвижении event-мероприятий | <p>Л– 4 ч.</p> <p>Пр – 4ч.</p> <p>Пр.-4 ч.</p> | <p>Лекция 9</p> <p>1. Сущность рекламы как вида коммуникации.</p> <p>2. Современные технологии рекламной деятельности</p> <p>3. Критерии оценки эффективности рекламы.</p> <p>Практическое занятие 17</p> <p>1. Реклама как способ межкультурной коммуникации.</p> <p>2. Особенности рекламного продвижения</p> <p>2. Роль рекламы при продвижении event-мероприятий</p> <p>Практическое занятие 18.</p> <p>Практическое задание. Составить медиаплан рекламной кампании. Заполнить таблицу средств распространения рекламы, отметив все преимущества и недостатки того или иного средства при составлении медиа плана рекламной кампании.</p> <p>Лекция 10</p> <p>1. Общая характеристика средств, методов и технологий PR.</p> <p>2. Сущность PR-проекта и PR-кампании.</p> <p>3. Технологии публич-рилейшнз (PR)</p> <p>Практическое занятие 19.</p> <p>1. Событийный маркетинг в синтезе со связями с общественностью (PR) и его задачи.</p> <p>2. Уровни реализации PR-мероприятий.</p> <p>3. Постоянная деятельность PR-специалистов по работе с общественностью.</p> <p>Практическое занятие 20.</p> <p>Практическое задание. Составить план работы на месяц для PR-специалистов социокультурной сферы,</p> |

| | | | |
|----|--|---|--|
| | | | включающий в себя деятельность на регулярной основе, организацию спецсобытия, организацию PR-проекта или PR-кампании. |
| 8 | Техническая, административная и логистическая составляющие event-мероприятий | Л– 2 ч. Пр.-2 ч. Пр.-2 ч. | <p>Лекция 11</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Административный план event-мероприятия. 2. Техническая составляющие мероприятий 3. Логистика event-мероприятий <p>Практическое занятие 21.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Звуковое оформление. 2. Световой райдер. 3. Составление «горячего списка» и его роль в успешности профессиональной деятельности. <p>Практическое занятие 22</p> <p>Практическое задание. Составить технический, административный и логистический план планируемого события. Занести данные в таблицу, сделать выводы.</p> |
| 9 | Event-менеджмент и развитие социального партнерства | Л– 2 ч. Пр.-2 ч. Пр.-2 ч. | <p>Лекция 12</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность социального партнёрства 2. Презентация как акция социального партнёрства 3. Политическое социальное партнёрство <p>Практическое занятие 23.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Деятельность спонсоров. 2. Патронаж. 3. Благотворительность. <p>Практическое занятие 24</p> <p>Практическое задание. Разработать комплекс мероприятий по созданию фирменного стиля (или бренда) социального event-проекта.</p> |
| 10 | Особенности управления проектами в сфере культуры и искусства | Л– 2 ч. Пр.-2 ч. Пр.-2 ч. | <p>Лекция 13.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность и классификация проектов в сфере культуры и искусства. 2. PR и маркетинг для международных проектов 3. Фандрайзинг и спонсорство для международных проектов <p>Практическое занятие 25.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Национальные досуговые интересы разных стран 2. Виды социокультурные проектов. 3. Методы продвижения социокультурных проектов. <p>Практическое занятие 26.</p> <p>Практическое задание. Разработать структуру мероприятий по продвижению социально-культурного проекта. Разработать структуру PR-кампании для продвижения крупного события (фестиваля, праздника и др.) в социально-культурной сфере</p> |
| 11 | Риск менеджмент при организации event-мероприятий. | Л– 2 ч. | <p>Лекция 14</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Риски в событийном менеджменте: сущность и классификация |

| | | | |
|--|--------------|---------------------------|---|
| | | Пр.-2 ч. . Пр.-2 ч. | 2. Основные этапы управления рисками. 3. Комплекс антикризисных мероприятий в событийном менеджменте. Практическое занятие 27 1. Методы снижения рисков. 2. Форс-мажор в событийном менеджменте 3. Кризисный PR Практическое занятие 28. Практическое задание. Разработать комплекс мероприятий направленных на снижение рисков при проведении специального мероприятия. Предлагаемые решения занести в таблицу. Сделать выводы. |
| | ИТОГО | | Лекции – 28 часов. Практические занятия – 56 часов. |

5.3.2. Содержание программы по темам и видам занятий для заочной формы обучения

| № п/п | Тема | Кол-во часов | Виды учебных занятий и учебные вопросы |
|-------|---|---------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | История возникновения событийного (event) менеджмента, его сущность и классификация мероприятий | Л– 2 ч. С – 2 ч. | Лекция 1 1. Предмет и сущность событийного (event) менеджмента. 2. Функции и задачи событийного менеджмента. 3. Предпосылки и источники менеджмента событий Семинар 1 1. Основные черты современного событийного менеджмента. 2. Субъекты и объекты событийного менеджмента. 3. Сферы событийного менеджмента. |
| 2 | Общие требования к подготовке и организации специальных событий | Л– 2 ч. Пр.-2 ч. | Лекция 2 1. Событие как новость, «нюсмейкинг». 2. Менеджмент новостей 3. Критерии оценки эффективности специального события или социального мероприятия. Практическое занятие 1. Практическое задание. Составить программу приёма как специального мероприятия. Используя технологию нюсмейкинга создать информационный повод для данного события. |
| 3 | Виды специальных событий и общественных мероприятий | Пр.-2 ч. | Практическое занятие 2. Практическое задание. Составить программу праздника (по выбору обучающегося). Список необходимых документов для проведения открытого аукциона на право заключения государственного контракта. |

| | | | |
|----|--|--|--|
| 4 | Среда и целевая аудитория event-проектов | С – 2 ч. | Семинар 2. 1. Этапы сегментирования целевой аудитории. 2. Принципы сегментирования ЦА. 2. Внешнее и внутренне окружение event-проектов: инвесторы, поставщики, спонсоры, посетители, персонал. |
| 5 | Этапы подготовки и кадровое и финансовое обеспечение специального события | Л– 2 ч. | Лекция 3. 1. Алгоритм проведения эффективного события 2. Обеспечение кадрами и управление персоналом. 3. Финансово обеспечение и бюджетирование спец. мероприятия |
| 6 | Реклама и паблик рилейшнз, их роль в организации и продвижении event-мероприятий | С – 2 ч. | Семинар 3 1. Событийный маркетинг в синтезе со связями с общественностью (PR) и его задачи. 2. Уровни реализации PR-мероприятий. 3. Постоянная деятельность PR-специалистов по работе с общественностью. |
| 7 | Техническая, административная и логистическая составляющие event-мероприятий | Пр.-2 ч. | Практическое занятие 3 Практическое задание. Составить технический, административный и логистический план планируемого события. Занести данные в таблицу, сделать выводы. |
| 8 | Event-менеджмент и развитие социального партнерства | С – 2 ч. | Семинар 4 1. Деятельность спонсоров. 2. Патронаж. 3. Благотворительность. |
| 9 | Особенности управления проектами в сфере культуры и искусства | Пр.-2 ч. | Практическое занятие 4. Практическое задание. Разработать структуру мероприятий по продвижению социально-культурного проекта. Разработать структуру PR-кампании для продвижения крупного события (фестиваля, праздника и др.) в социально-культурной сфере |
| 10 | Риск менеджмент при организации event-мероприятий. | Л– 2 ч. | Лекция 4 1. Риски в событийном менеджменте: сущность и классификация 2. Основные этапы управления рисками. 3. Комплекс антикризисных мероприятий в событийном менеджменте. |
| 11 | Итого: | Лекции – 8 часов. Семинарские занятия – 8 часов. Практические занятия – 8 часов. | |

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (для очной формы обучения).

| № | Наименование темы | Кол-во часов | Вопросы для самостоятельного изучения | Форма контроля выполнения самост. работы |
|----------|---|---------------------|--|---|
| 1 | История возникновения событийного (event) менеджмента, его сущность и классификация мероприятий | 2 | 1. История и предпосылки возникновения event-менеджмента 2. Основные понятия событийного менеджмента 2. Потребительские мотивы, используемые при разработке рекламного сообщения. | Проверка конспекта, опрос. |
| 2 | Общие требования к подготовке и организации специальных событий | 2 | 1. Законодательное регулирование мероприятий в сфере событийного менеджмента. 2. Перечень профессиональных требований к менеджеру. 3. Обязательные условия для организации успешного event-мероприятия. | Проверка конспекта, опрос. |
| 3 | Виды специальных событий и общественных мероприятий | 4 | 1. Классификация событий А.Шумовича 2. Градация событий В. Музаканта 3. Выездные специальные события: взаимосвязь с туризмом. 4. Учет мотивов туристов при организации event- мероприятия. 5. Фестиваль как точка притяжения туристов. | Проверка конспекта, опрос. |
| 4 | Среда и целевая аудитория event-проектов | 2 | 1. Маркетинговые исследования. 2. Использование инструментов маркетинга для определения ЦА.. 3. Факторы, влияющие на сегментирование ЦА. 4. Анализ внешней и внутренней среды в событийном маркетинге. | Проверка конспекта, опрос. |
| 5 | Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной практике. | 2 | 1. Принципы подготовки event-проектов 2. Элементы event-проектов 3. Формула рекламного воздействия. 4. Международная практика event-менеджмента. | Проверка конспекта, опрос. |

| | | | | |
|----|--|---|---|----------------------------|
| 6 | Этапы подготовки и кадровое и финансовое обеспечение специального события | 2 | 1. Эффективность управления персоналом проекта. 2. Особенности использования приёмов фандрайзинга. 4. Эффективность интернет-рекламы. | Проверка конспекта, опрос. |
| 7 | Реклама и публичность, их роль в организации и продвижении event-мероприятий | 2 | 1. Стереотипы в области рекламы. 2. Рекламный креатив и его задачи. 3. Творческие теории: теория Разрыва, теория Проводника, теория «внутреннего драматизма» 4. Методы активизации творческих идей. 5. Сущность понятия «связи с общественностью», 6. PR как совокупность определенных технологий. 7. Основные характеристики пиарологии. | Проверка конспекта, опрос. |
| 8 | Техническая, административная и логистическая составляющие event-мероприятий | 2 | 1. Фундаментальные, прикладные и технологические задачи. 2. Создание бюджета мероприятия. 3. Договорной план event-мероприятия. 4. Обеспечение эффективных логистических потоков event-мероприятия. | Проверка конспекта, опрос. |
| 9 | Event-менеджмент и развитие социального партнерства | 2 | 1. Обзор рынка услуг в сфере социального предпринимательства. 2. Основные сферы социального предпринимательства. 3. Задачи политического, экономического, социального и культурного PR. 4. Состав спонсорского пакета. | Проверка конспекта, опрос. |
| 10 | Особенности управления проектами в сфере культуры и искусства | 2 | 1. Сущность гуманитарного проектирования 2. Различные группы общественности. 3. Внутренняя и внешняя общественность. | Проверка конспекта, опрос. |

| | | | | |
|----|--|---------|---|----------------------------|
| 11 | Риск менеджмент при организации event-мероприятий. | 2 | 1. Сущность риска в менеджменте. 2. Классификация рисков. 3. Расчёт возможных убытков в связи с возникновением рисков ситуации. | Проверка конспекта, опрос. |
| 12 | Итого | 24 часа | | |

6.2.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (заочной формы обучения).

| № | Наименование темы | Кол-во часов | Вопросы для самостоятельного изучения | Форма контроля выполнения самост. работы |
|---|---|--------------|---|--|
| 1 | История возникновения событийного (event) менеджмента, его сущность и классификация мероприятий | 12 | 1. История и предпосылки возникновения event-менеджмента 2. Основные понятия событийного менеджмента 2. Потребительские мотивы, используемые при разработке рекламного сообщения. | Проверка конспекта, опрос. |
| 2 | Общие требования к подготовке и организации специальных событий | 12 | 1. Законодательное регулирование мероприятий в сфере событийного менеджмента. 2. Перечень профессиональных требований к менеджеру. 3. Обязательные условия для организации успешного event-мероприятия. | Проверка конспекта, опрос. |
| 3 | Виды специальных событий и общественных мероприятий | 12 | 1. Классификация событий А.Шумовича 2. Градация событий В. Музаканта 3. Выездные специальные события: взаимосвязь с туризмом. 4.Учет мотивов туристов при организации event- мероприятия. 5. Фестиваль как точка притяжения туристов. | Проверка конспекта, опрос. |

| | | | | |
|---|--|----|---|----------------------------|
| 4 | Среда и целевая аудитория event-проектов | 12 | 1. Маркетинговые исследования. 2. Использование инструментов маркетинга для определения ЦА.. 3. Факторы, влияющие на сегментирование ЦА. 4. Анализ внешней и внутренней среды в событийном маркетинге. | Проверка конспекта, опрос. |
| 5 | Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной практике. | 12 | 1. Принципы подготовки event-проектов 2. Элементы event-проектов 3. Формула рекламного воздействия. 4. Международная практика event-менеджмента. | Проверка конспекта, опрос. |
| 6 | Этапы подготовки и кадровое и финансовое обеспечение специального события | 11 | 1. Эффективность управления персоналом проекта. 2. Особенности использования приёмов фандрайзинга. 4. Эффективность интернет-рекламы. | Проверка конспекта, опрос. |
| 7 | Реклама и публичность, их роль в организации и продвижении event-мероприятий | 8 | 1. Стереотипы в области рекламы. 2. Рекламный креатив и его задачи. 3. Творческие теории: теория Разрыва, теория Проводника, теория «внутреннего драматизма» 4. Методы активизации творческих идей. 5. Сущность понятия «связи с общественностью», 6. PR как совокупность определенных технологий. 7. Основные характеристики пиарологии. | Проверка конспекта, опрос. |
| 8 | Техническая, административная и логистическая составляющие event-мероприятий | 8 | 1. Фундаментальные, прикладные и технологические задачи. 2. Создание бюджета мероприятия. 3. Договорной план event-мероприятия. 4. Обеспечение эффективных логистических потоков event-мероприятия. | Проверка конспекта, опрос. |

| | | | | |
|----|---|-----------|---|----------------------------|
| 9 | Event-менеджмент и развитие социального партнерства | 8 | 1. Обзор рынка услуг в сфере социального предпринимательства. 2. Основные сферы социального предпринимательства. 3. Задачи политического, экономического, социального и культурного PR. 4. Состав спонсорского пакета. | Проверка конспекта, опрос. |
| 10 | Особенности управления проектами в сфере культуры и искусства | 8 | 1. Сущность гуманитарного проектирования 2. Различные группы общественности. 3. Внутренняя и внешняя общественность. | Проверка конспекта, опрос. |
| 11 | Риск менеджмент при организации event-мероприятий. | 8 | 1. Сущность риска в менеджменте. 2. Классификация рисков. 3. Расчёт возможных убытков в связи с возникновением рискованной ситуации. | Проверка конспекта, опрос. |
| 12 | Итого | 111 часов | | |

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Событийный менеджмент»

7.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

Для очной формы обучения

| № пп | Вид контроля и аттестации | № и наименование блока (раздела) дисциплины | Оценочные средства | | | Количество баллов |
|------|--|---|--|---|----------------------------------|-----------------------------------|
| | | | форма | Количество вопросов в задании | Количество независимых вариантов | |
| 1 | Рубежный контроль уровня усвоения обучающимся компетенций по темам 1-7 | Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе | 1.Выполнение заданий рубежного контроля. | 2 | 20 | до 10 (1 верный ответ – 5 баллов) |
| | | | 2.Оценивание текущей успеваемости | 1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы. | | до 10 баллов до 10 баллов |

| | | | | | | |
|---|--|---|---|--|----|---|
| 2 | Рубежный контроль уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 8-11 | Раздел 2. Интерактивные технологии событийного менеджмента | 1.Выполнение заданий рубежного контроля. | 2 | 20 | до 10 (1 верный ответ – 5 баллов) |
| | | | 2.Оценивание текущей успеваемости | 1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы | | до 10 баллов до 10 баллов |
| 3 | Промежуточная аттестация (экзамен) | | Контрольные вопросы и практическое задание для промежуточной аттестации (экзамена). | 2 контрольных вопроса и 1 практическое задание. | 30 | 40 (1 контрольный вопрос- 10 баллов, 1 практическое задание- 20 баллов) |
| 4 | Итого по результатам освоения обучающимися компетенций по темам 1-14 | | | | | до 100 баллов |

Для заочной формы обучения

| № пп | Вид контроля и аттестации | № и наименование блока (раздела) дисциплины | Оценочные средства | | | Количество баллов |
|------|---|--|--|---|----------------------------------|----------------------------------|
| | | | форма | Количество вопросов в задании | Количество независимых вариантов | |
| 1 | Контроль уровня освоения обучающимися компетенций по темам 1-11 | Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе. Раздел 2. Интерактивные технологии событийного менеджмента | Вопросы контрольно-проверочного мероприятия (по каждому разделу – 20 вариантов). | 20 (по разделу 1 – 20 вариантов, по разделу 2 – 20 вариантов) | 20 | до 20 |
| | | | 2.Оценивание текущей успеваемости. | 1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы. | | до 20 баллов до 20 баллов |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|----|---|
| 2 | Промежуточная аттестация (экзамен) | | Контрольные вопросы и практические задания для промежуточной аттестации (экзамена) | 2 контрольных вопроса и 1 практическое задание | 30 | до 40 (1 контрольный вопрос – до 10 баллов, 1 задание – до 20 баллов) |
| 3 | Итого по результатам освоения обучающимися компетенций по темам 1-11 | | | | | до 100 баллов |

Текущий контроль и его формы: Текущий контроль проводится в ходе занятий с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия, необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуальной помощи.

Объектами текущего контроля знаний обучающихся являются:

- систематичность и активность работы на практических занятиях. При контроле систематичности и активности работы на практических занятиях могут оцениваться: уровень знаний, продемонстрированный в ответах и выступлениях; правильность выполнения практических заданий;
- выполнение заданий для самостоятельной работы. При контроле выполнения заданий для СРО могут оцениваться: самостоятельная обработка тем в целом или отдельных вопросов; написание рефератов, подготовка докладов и т.д.;

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающихся, проверки результатов самостоятельной работы.

Рубежный контроль (для заочной формы обучения – контроль уровня освоения обучающимися компетенций) и его формы:

Для обучающихся очной формы обучения рубежный контроль проводится после изучения определённого раздела учебной дисциплины, объединяющего соответствующие темы. Форма рубежного контроля – анализ текущей успеваемости, ответы контрольные вопросы.

Для обучающихся заочной формы обучения контроль уровня освоения обучающимися компетенций проводится после изучения всех разделов учебной дисциплины, объединяющих соответствующие темы. Форма контроля – анализ текущей успеваемости, ответы контрольные вопросы.

Форма промежуточной аттестации (экзамен):

экзамен, который оформляется по результатам выполнения предусмотренных рабочей программой контрольных мероприятий.

Рубежный контроль (для заочной формы обучения – контроль уровня освоения обучающимися компетенций) и промежуточная аттестация проводятся с использованием балльно-рейтинговой технологии.

Критерии оценивания, перечень контрольных точек, требования к их выполнению и таблица планирования результатов обучения в баллах представлены в документе «Фонд оценочных средств» по учебной дисциплине «Событийный менеджмент».

Этот фонд включает: контрольные вопросы и задания для проведения текущего,

рубежных контролей и промежуточной аттестации, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

7.2. Примеры оценочных средств рубежного контроля уровня освоения обучающимися компетенций (для заочной формы обучения – контроль уровня освоения обучающимися компетенций) и промежуточной аттестации по дисциплине

Для рубежного контроля уровня освоения обучающимися компетенций (для заочной формы обучения – контроль уровня освоения обучающимися компетенций)

Контрольные вопросы

1. Функции и задачи событийного менеджмента.
2. Общая характеристика средств, методов и технологий PR.

Контрольные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (экзамена) по учебной дисциплине «Событийный менеджмент»

Вопросы для подготовки к экзамену по учебной дисциплине «Событийный менеджмент»

1. Расскажите о предмете и сущности событийного или event- менеджмента.
2. Перечислите функции и задачи событийного менеджмента.
3. Назовите предпосылки возникновения и источники менеджмента событий.
4. Перечислите основные черты современного событийного менеджмента, его субъекты и объекты.
5. Расскажите о менеджменте новостей. Событие как новость, понятие «ньюсмейкинг».
6. Расскажите о критериях оценки эффективности специального события или социального мероприятия.
7. Как осуществляется создание информационного повода, «псевдособытия».
8. Расскажите о специальном событии - приёме как проявлении гостеприимства и демонстрация возможностей.
9. Расскажите о традиционной тематике новостей (по сферам общественной жизни).
10. Расскажите о презентации как виде специального мероприятия.
11. Расскажите об особенностях организации конференции.
12. Расскажите о планировании и организации участия в выставочно-ярмарочном мероприятии.
13. Расскажите о классификации специальных событий и общественных мероприятий.
14. Охарактеризуйте выставки и ярмарки как специальные события.
15. Перечислите типовые документы по организации специального события (договор, смета, акт выполненных работ).
16. Расскажите об организации праздничных событий
17. Расскажите о фестивалях как о специальных событиях.
18. Расскажите о церемонии и их роли в событийном менеджменте
19. Расскажите о шоу-мероприятии. .
20. Охарактеризуйте конкурсы и лотереи как специальные события.
21. Перечислите этапы организации праздника.
22. Расскажите об участии организации–экспонента в работе специализированной выставки или ярмарки

23. Охарактеризуйте алгоритм проведения открытого аукциона на право заключения государственного контракта.
24. Охарактеризуйте событийный туризм.
25. Каким образом осуществляется организация массовых праздников?
26. Как организует корпоративные мероприятия? Тимбилдинг.
27. Перечислите типы корпоративных праздников.
28. Организация событийного кейтеринга.
29. Охарактеризуйте понятие целевой аудитории (ЦА) в event-менеджменте.
30. Расскажите о теории поколений. Классификация целевой аудитории.
31. Расскажите о внутренней и внешней среде event-проектов.
32. Перечислите этапы сегментирования целевой аудитории и принципы сегментирования ЦА.
33. Охарактеризуйте международный проект: структура, особенности.
34. Расскажите о международном опыте реализации успешных event-проектов
35. Перечислите этапы проектирования event-проекта.
36. Охарактеризуйте алгоритм проведения эффективного события
37. Как осуществляется обеспечение кадрами и управление персоналом event-проекта?
38. Расскажите о финансовом обеспечении и бюджетировании спец. мероприятий?
39. Расскажите о деловых коммуникациях в рамках специального события.
40. Расскажите об управлении кадрами проекта в социокультурной сфере.
41. Перечислите источники привлечения финансовых средств
42. Расскажите о сущности рекламы как вида коммуникации.
43. Расскажите о современных технологиях рекламной деятельности
44. Охарактеризуйте критерии оценки эффективности рекламы.
45. Расскажите о роли рекламы при продвижении event-мероприятий
46. Расскажите об общей характеристике средств, методов и технологий PR.
47. Расскажите о сущности PR-проекта и PR-кампании.
48. Охарактеризуйте технологии публичных релейшнз (PR)
49. Расскажите об уровне реализации PR-мероприятий.
50. Расскажите о постоянной деятельности PR-специалистов по работе с общественностью.
51. Охарактеризуйте административный план event-мероприятия.
52. Расскажите о технической составляющей мероприятий: звуковое оформление и световой райдер.
53. Расскажите о логистике event-мероприятий.
54. Составление «горячего списка» и его роль в успешности профессиональной деятельности.
55. В чем заключается сущность социального партнёрства?
56. Расскажите о презентации как акции социального партнёрства
57. Расскажите о деятельности спонсоров. Патронаже. Благотворительности.
58. Сущность и классификация проектов в сфере культуры и искусства. Виды социокультурных проектов.
59. Фандрайзинг и спонсорство для международных проектов
60. Национальные досуговые интересы разных стран

Контрольные практические задания для промежуточной аттестации (экзамен) и оценки уровня обучающимися компетенций по учебной дисциплине «Событийный менеджмент»

Практическое задание 1.

Составить программу приёма как специального мероприятия. Используя технологию ньюсмейкинга создать информационный повод для данного события.

Практическое задание 2.

Составить примеры (макеты) типовых документов по организации специального события (договор, смету, акт выполненных работ).

Практическое задание 3.

Разработать 4-5 рекламных сообщений, направленных на информировании целевых групп о деятельности и проводимых мероприятиях социокультурной организации.

Практическое задание 4.

Составить программу праздника (по выбору обучающегося). Список необходимых документов для проведения открытого аукциона на право заключения государственного контракта.

Практическое задание 5.

Составьте проект проведения событийного кейтеринга для корпоративного мероприятия.

Практическое задание 6.

Выявите целевую аудиторию планируемого event-проекта. Осуществите её сегментирование. Разработайте комплекс мероприятий по привлечению посетителей (гостей) события

Практическое задание 7.

Составить проект совместного (международного) event-проекта.

Практическое задание 8.

Разработать алгоритм проведения специального события. Составьте бюджет мероприятия и функционал для персонала.

Практическое задание 9.

Привести примеры PR-мероприятий в социокультурной сфере, занести данные в таблицу.

Практическое задание 10.

Составить план работы на месяц для PR-специалистов социокультурной сферы, включающий в себя деятельность на регулярной основе, организацию спецсобытия, организацию PR-проекта или PR-кампании.

Практическое задание 11.

Разработать структуру мероприятий по продвижению социально-культурного проекта. Разработать структуру PR-кампании для продвижения крупного события (фестиваля, праздника и др.) в социально-культурной сфере

Практическое задание 12.

Разработать комплекс мероприятий направленных на формирование имиджа социокультурной организации. Разработайте мероприятия по коррекции (модификации) существующего имиджа организации.

Практическое задание 13.

Разработать комплекс мероприятий по созданию фирменного стиля (или бренда) организации социокультурной деятельности.

Практическое задание. 14.

Разработать проект специального события «День открытых дверей» для учреждения социокультурной сферы. Предложить варианты рекламной поддержки и продвижения мероприятия.

Практическое задание 15.

Используя технологию ньюсмейкинга создать информационный повод для учреждения социокультурной сферы. Используя технологию «cross-promotion» спроектируйте мероприятие для организации социокультурной сферы

Практическое задание 16.

Разработать проект специального события «Юбилей» для учреждения социокультурной сферы. Предложить варианты рекламной поддержки и продвижения мероприятия.

Практическое задание 17.

Разработать проект специального события «Презентация социального проекта» для учреждения социокультурной сферы.

Практическое задание 18.

Разработать проект специального события «Конференция в сочетании с приемом» для учреждения социокультурной сферы. Предложить варианты рекламной поддержки и продвижения мероприятия.

Практическое задание 19.

Составить медиаплан рекламной кампании. Заполнить таблицу средств распространения рекламы, отметив все преимущества и недостатки того или иного средства при составлении медиа плана рекламной кампании.

Практическое задание 20.

Составить план работы на месяц для PR-специалистов социокультурной сферы, включающий в себя деятельность на регулярной основе, организацию спецсобытия, организацию PR-проекта или PR-кампании.

Практическое задание 21.

Составить технический, административный и логистический план планируемого события. Занести данные в таблицу, сделать выводы.

Практическое задание 22.

Разработать комплекс мероприятий по созданию фирменного стиля (или бренда) социального event-проекта.

Практическое задание 23.

Разработать структуру мероприятий по продвижению социально-культурного проекта. Разработать структуру PR-кампании для продвижения крупного события (фестиваля, праздника и др.) в социально-культурной сфере

Практическое задание 24.

Разработать комплекс мероприятий направленных на снижение рисков при проведении специального мероприятия. Предлагаемые решения занести в таблицу. Сделать выводы.

Практическое задание 25.

Составить профиль рекламного агентства (название, кадровый состав, функции, спектр предоставляемых рекламных услуг)

Практическое задание 26.

Разработать 4-5 рекламных сообщений, направленных на информировании целевых групп о деятельности и проводимых мероприятиях социокультурной организации.

Практическое задание 27.

Составить сценарий рекламного ролика в сфере социальной рекламы.

Практическое задание 28.

Заполнить таблицу социальных сфер рекламной деятельности с указанием функций рекламы в каждой социальной сфере.

Практическое задание 29.

Разработать 4-5 рекламных сообщений социального характера.

Практическое задание 30.

Привести примеры PR-мероприятий для продвижения события в социокультурной сфере.

Для промежуточной аттестации:

Контрольные вопросы:

3. Расскажите о предмете и сущности событийного или event- менеджмента.
4. Охарактеризуйте алгоритм проведения эффективного события

Практическое задание

Разработайте сценарный план презентации (организации, услуги, события — по выбору или заданию).

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в письменной форме в виде ответов на контрольные вопросы и решения контрольного практического задания. Количество вопросов в билете – 2, задание – 1.

Оrientировочное распределение максимальных баллов по видам отчетности

| № | Виды отчётности | Баллы |
|---|--|---|
| 1 | Работа на практических занятиях | до 20 |
| 2 | Выполнение самостоятельной работы | до 20 |
| 3 | Выполнение заданий рубежных контролей (контроля уровня освоения обучающимися компетенций для заочной формы обучения) | до 20 для очной формы обучения (до 10 за 1 рубежный контроль), до 30 в целом – для заочной формы обучения |
| 4 | Результаты промежуточной аттестации | 20- 40 |
| 5 | Итого | 60 - 100 |

Экзамен проводится по 40 бальной шкале. Для положительной оценки минимальная сумма баллов – 20, максимальная – 40.

Для положительной оценки минимальная сумма баллов по итогам текущего и рубежных контролей – 40, максимальная – 60.

На основе окончательно набранных баллов (количество баллов, набранных в результате текущего и рубежных контролей, и количество баллов, полученных в результате промежуточной аттестации) успеваемость обучающихся в семестре определяется следующими оценками: «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

При этом действует следующая итоговая шкала:

- менее 60 баллов – оценка «неудовлетворительно»;
- от 60 до 73 баллов – оценка «удовлетворительно»;
- от 74 до 89 баллов – оценка «хорошо»;
- от 90 до 100 баллов – оценка «отлично».

7.3. Критерии оценок знаний по дисциплине

«Отлично»

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному. Обучающийся полностью усвоил программный материал. Глубоко знает и самостоятельно излагает содержание вопросов, а также знает основную и дополнительную литературу по теме. Ответ построен на уровне самостоятельного мышления, знания вопроса и всей темы. Материал излагается логически последовательно и полно, с элементами творческого мышления. Умеет самостоятельно делать общие выводы.

«Хорошо»

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. Обучающийся проявил твердое знание программного материала и самостоятельность мышления. Показал знание предусмотренной программой литературы. Продемонстрировал умение применять свои знания к анализу современной действительности. Показал умение выделить главное, делать выводы и обобщения. Возможны пробелы в усвоении второстепенных вопросов.

«Удовлетворительно»

Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному. Обучающийся усвоил лишь основную часть программного материала, в общем знаком с рекомендованной литературой. Ответ студента строится на уровне репродуктивного мышления с нарушением логики изложения материала. Испытывает значительные затруднения в применении знаний к анализу современной действительности. Обучающийся не умеет ответить на дополнительные вопросы, связанные с материалом ответа.

«Неудовлетворительно»

Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено. Обучающийся не знает основного содержания рекомендованной

литературы, допускает существенные ошибки в освещении поставленных вопросов. Не может увязывать материал с современностью.

7.4. Типовые задания и иные материалы для текущего контроля

Тематика докладов

1. Специальные события. Этапы создания специального события. Анализ эффективности. Классификация событий.
2. Новые технологии PR-деятельности: информационные и устроительные.
3. Информационный PR в Интернете, особенности.
4. Мобильный маркетинг: сущность, определение, преимущества.
5. Пресс-релиз. «Блог». Потенциальные возможности в использовании «блогов».
6. Новые технологии устроительного PR.
7. Флэш-моб: основные принципы, особенности, цели и правила.
8. Роад-шоу: специфика, преимущества
9. Результаты PR-деятельности. Общественное мнение. Бренд. Имидж
10. Фирменный стиль, основные элементы, требования, выгоды, свод правил.
11. Копирайтинг и спичрайтинг. Понятие PR-текста, жанры. Понятие «тренда»
12. Оценка эффективности и подведение итогов участия организации социокультурной деятельности в специализированной выставке.
13. Новость, определение, признаки и критерии. Информационный повод. Технологии создания новостей, факторы, усложняющие ньюсмейкинг.
14. Информационный и устроительный PR.
15. Медиарилейшнз, определение, цели, формы MR и перечень конкретных мероприятий.
16. Специальные PR мероприятия. Создание событий, их задачи, необходимость, особенности, принципиальные отличия.
17. Использование инструментов паблик рилейшнз для нейтрализации негативных событий в социокультурной сфере.
18. Продвижение события (мероприятия) в социокультурной сфере с использованием электронных коммуникаций. Преимущества и недостатки. Анализ эффективности.
19. Сущность и классификация проектов в сфере культуры и искусства. Виды социокультурных проектов.
20. Фандразинг и спонсорство для международных проектов
21. Национальные досуговые интересы разных стран

7.5. Вопросы для рубежных контролей (контроля уровня освоения обучающимися компетенций), контрольные вопросы для промежуточной аттестации определены в Фонде оценочных средств по учебной дисциплине «Событийный менеджмент».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Дж., Байрнс Менеджмент и культура / Уильям Байрнс Дж.; перевод И. Кушнарева; под редакцией И. Чубарова. — Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 624 с. — ISBN 978-5-7598-2051-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101582.html>.

1. Салалыкина, Е. В. Управление персоналом в социально-культурной деятельности: учебное пособие / Е. В. Салалыкина. — Саратов: Вузовское образование, 2021. — 116 с. — ISBN 978-5-4487-0783-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107090.html>.

2. Сердюкова, Л. О. Менеджмент: учебно-методическое пособие / Л. О. Сердюкова, Р. Р. Баширзаде, А. В. Пахомова. — Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2021. — 172 с. — ISBN 978-5-7433-3415-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117207.html>.

Дополнительная литература

1. Ананьева Н. В. Рекламная деятельность: учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 198 с. — ISBN 978-5-7638-3733-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/84112.html>

2. Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л., ЛОухина Т.Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие: СПб: Издательство «Лань»; Издательство «Планета музыки», 2009. – 384 с.

3. Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет ; пер. В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>

4. Рыгалова Л.С. Реклама в социально-культурной сфере: методические указания к практическим занятиям /Л.С. Рыгалова. – Алматы: Алматинский филиал НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов», 2015. – 64 с.

5. Теоретические основы управления социально-культурной сферой: учебное пособие для студентов высших учебных заведений культуры и искусств специальностей 080507 «Менеджмент организации», 071401 «Социально-культурная деятельность» / составители Л. П. Салазкина. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2008. — 195 с. — ISBN 978-5-8154-0155-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/22109.html>.

6. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры: учебное пособие / Г.Л. Тульчинский. – Санкт-Петербург, Москва, Краснодар: - Лань, 2011 – 591 с.

Интернет-ресурсы

- Университетская электронная библиотека In Folio <http://infofolio.asf.ru/index.asp>
- Библиотека гуманитарных наук – <http://www.gumer.info/>
- Электронно-библиотечная система издательства «Лань» - <http://e.lanbook.com>
- Электронно-библиотечная система "ЭБС IPRBooks" – <http://www.iprbookshop.ru>
- Библиотека учебной и научной литературы. Русский Гуманитарный Интернет Университет – WWW.I:U.RU

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Во время проведения вводного занятия по учебной дисциплине «Событийный менеджмент» преподаватель обязан ознакомить обучающихся:

- с темами лекций и методикой их конспектирования;
- планами практических занятий и методикой их проведения;
- с вопросами для самостоятельной работы и контроле за их изучением;

- с вопросами и критериями сдачи зачета.

Перед проведением очередного практического занятия обучающийся обязан:

- отработать в конспекте все вопросы к данному занятию в объеме, обеспечивающем чёткие, ясные и конкретные (с примерами) ответы;
- отработать (конспективно) по данной теме вопросы, изучаемые самостоятельно.

Для выполнения поставленных задач обучающийся:

- осуществляет подбор необходимой учебной, научной, учебно-методической литературы и первоисточников (даётся в программе дисциплины или на очередном занятии);
- прочитывает отобранную литературу по каждому вопросу, а затем составляет конспект или тезисы ответа.
- отчитывается об изучении вопросов на консультациях, при выполнении ректорских контрольных работ и других форм контроля текущих и остаточных знаний.

Условиями для успешной самостоятельной работы являются:

1. Целеустремлённость и сознательная активность:

а) осознанная постановка цели, конкретизация своих задач на самостоятельную работу,

б) выбор способа действий, средств,

в) волевые усилия,

г) анализ сделанного, постановка новых задач.

2. Систематичность и планомерность.

Формы и методы изучения и конспектирования работ.

В работе над литературой можно выделить 3 этапа:

Первый - **ознакомительный**, в ходе которого обучающиеся знакомятся с каталогом библиотеки, делают выборку к теме, заказывают литературу в библиотеке, находят соответствующую информацию в Интернете (учебники, учебные пособия, разработки тем планов, первоисточники и т.д.).

Второй этап - **чтение литературы**. К чтению существуют определенные требования:

- систематичность чтения, т.е. читать не от раза к разу, а ежедневно, желательно с записями в тетрадях и со своими итоговыми выводами (резюме);

- осмысленность чтения, т.е. надо овладевать понятийным аппаратом.

Третий этап - **ведение рабочих записей**. Можно вести т. н. тематические тетради или тетради для выполнения практических и семинарских занятий, в которых выполнять практические задания, делать выписки к определённым темам, а также вести доработку лекций на полях или в самом тексте. Основными формами записи прочитанного материала могут быть: план, тезисы, конспект.

Составление плана прочитанного. Запись в форме плана означает перечисление главных вопросов. В результате получается как бы сжатая схема изучаемого материала. Несколько иначе выглядит развёрнутый план. Его назначение не только зафиксировать главное в тексте, но и дать необходимое обоснование этой мысли, (цифровые данные, интересные выражения, факты). Причём вопросы плана можно изложить и своими словами и словами автора.

Весьма ценным видом записи при чтении являются тезисы. Тезисы составляют промежуточное положение между планом и конспектом. В них кратко даётся основное содержание текста. Перед тем, как записывать тезисы, прочитанный текст разделяют на небольшие части - разделы, параграфы или же абзацы в соответствии с планом и затем формулируют сущность прочитанного своими словами, как бы отвечая на вопрос: что именно здесь утверждает, защищает автор. Тезисы позволяют в краткой форме записать обобщение и выводы о прочитанном. Тезисы называются простыми, если выписанные

мысли ничем не подтверждаются и сложными, если они подкрепляются доводами, аргументами.

Следовательно, при составлении тезисов необходимо глубоко продумать, понять содержание книги, статьи, уметь выделить основные положения и кратко их сформулировать.

Составление конспекта прочитанного - это наиболее сложный и содержательный метод записывания при работе с книгой, потому что он объединяет в себе все виды записи и вместе с тем представляет собой нечто более цельное и своеобразное. Конспект книги - это краткое, последовательное изложение основного содержания книги, лекции, записанное в последовательной форме, и освобожденное от повторений и т. д. В тоже время в конспекте следует привести, помимо основных мыслей автора, выписки и цитаты, подтверждающие основные положения и выводы, вытекающие из книги. Некоторым, начинающим работать с книгой, кажется, что на конспектирование уходит много времени. Однако нужно понять, что творческие записи в виде конспекта, экономят время, способствуют глубокому изучению материала. Требуемое для конспектирования время будет неуклонно уменьшаться по мере приобретения навыков чтения и краткого изложения прочитанного.

Ценность конспекта повышается, когда в нем содержится не только краткий пересказ произведения, но и собственные мысли, когда конспект является плодом раздумий его составителя. (Нужно тоже делать выход на современность).

Методика записей:

- Записывать следует самое главное и по возможности наиболее кратко (запись должна быть сжата и лаконична).

- Начинать запись надо с тщательно проверенных библиографических данных: фамилия и инициалы авторов; название книги или статьи (полное); место и год издания; издательство и т. д.; номера журнала или выпуска; краткий исторический очерк времени написания книги и т. д.

- В тетрадях рекомендуется оставлять широкие поля для последующих вставок, дополнений, записей своих мыслей.

- Записи должны делаться только после окончания чтения источника.

Интерактивные формы обучения. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью и задачами программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, а также требованиями ФГОС с учётом специфики ОПОП.

К методам интерактивного обучения относятся те, которые способствуют вовлечению обучающихся в активный процесс получения и переработки знаний, например: «мозговой штурм», тренинги, решение ситуационных задач и т.п.

К интерактивным методам относятся также презентации с использованием различных вспомогательных средств: интерактивной доски, раздаточных материалов, видеофильмов, слайдов, мультимедийной презентации и т.п.

Преподавание и изучение дисциплины предполагает использование следующих видов образовательных технологий:

1. **Информационные образовательные технологии** – обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам (теоретически к неограниченному объёму и скорости доступа), увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки и объективного контроля и мониторинга знаний студентов.

2. **Работа в команде** – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого

сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

3. **Case-study** – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

4. **Игра** – ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах.

5. **Проблемное обучение** – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы.

6. **Контекстное обучение** – мотивация студентов к усвоению знаний путём выявления связей между конкретным знанием и его применением.

7. **Обучение на основе опыта** – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации и собственного опыта с предметом изучения.

8. **Индивидуальное обучение** – выстраивание студентом собственной образовательной траектории на основе формирования индивидуальной образовательной программы с учетом интересов студента.

9. **Междисциплинарное обучение** – использование знаний из разных областей, их группировка и концентрация в контексте решаемой задачи.

10. **Опережающая самостоятельная работа** – изучение обучающимися нового материала до его изучения в ходе аудиторных занятий.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины представлены также в Методических рекомендациях по проведению практических занятий по дисциплине «Событийный менеджмент» и в Методических рекомендациях по самостоятельной работе по дисциплине «Событийный менеджмент».

10. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине

При освоении дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая список программного обеспечения и информационных справочных систем

Список программного обеспечения

Лицензионное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows 10
2. Microsoft Office 2010 (Word, Excel, PowerPoint)
3. Access 2013 Acdbc

Свободно-распространяемое или бесплатное программное обеспечение

1. Microsoft Security Essentials
2. 7-Zip
3. Notepad++
4. Adobe Acrobat Reader
5. WinDjView
6. Libreoffice (Writer, Calc, Impress, Draw, Math, Base)

7. Scribus
8. Moodle.

Справочные системы

1. Справочно-правовая система «ГАРАНТ»
2. Система проверки на заимствования «ВКР-ВУЗ»
3. Культура. РФ. Портал культурного наследия
4. Культура России. Информационный портал

Электронно-библиотечные системы:

- Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>
- Электронно-библиотечная система «ЭБС IPRsmart» <http://www.iprbookshop.ru>

12. Материально-техническая база, рекомендуемая для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учётом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

Составитель: старший преподаватель Тропина Е.А.