

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»
(ГБОУ ВО РК «КУКИиТ»)**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Кафедра туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель, председателя учебно-методического

совета ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

А.Ю. Микитинец
протокол УМС от 20.04.2026г. №5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.15 СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки

51.03.03 Социально-культурная деятельность

Профиль

Менеджмент социально-культурной деятельности

Квалификация Бакалавр

Форма обучения

очная/заочная

Нормативный срок освоения

Основной профессиональной образовательной программы 4/5 года

Симферополь, 2026

Рабочая программа дисциплины Б1.В.15 Событийный менеджмент разработана для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Программа составлена в соответствии с Основной профессиональной образовательной программой, утвержденной Ученым советом ГБОУ ВО РК «КУКИиТ» протокол от 21.04.2026г. № 4, разработанной на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 декабря 2017 г. №1179.

Рабочая программа дисциплины разработана:

кандидат экономических наук, доцент

кафедры туризма, менеджмента и

социально-культурной деятельности _____ /А.А. Антонова/

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности протокол от 30.03.2026г. №8

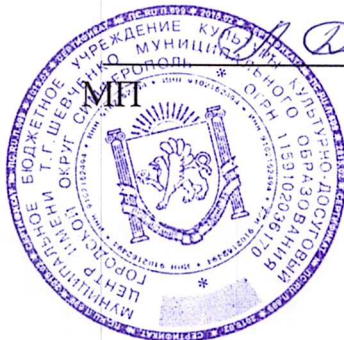
Заведующий кафедрой

_____ /Э. Э. Ибрагимов /

Представители работодателя:

Муниципальное бюджетное учреждение культуры
культурно-досуговый центр им. Т.Г. Шевченко
муниципального образования
городской округ Симферополь

Директор



_____ /Л. В. Дроздова/

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

Цель изучения дисциплины – 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 для очной и заочной форм обучения составляет 4 зачётных единицы (далее – з. е.), 144 часа.

Для очной формы обучения аудиторные занятия в 5 семестре – 90 часов, самостоятельная работа – 18 часов, промежуточная аттестация – 36 часов.

Для заочной формы обучения в 9 семестре аудиторные занятия – 28 часов, самостоятельная работа – 44 часа, в 10 семестре аудиторные занятия – 28 часов, самостоятельная работа – 35 часов, промежуточная аттестация – 9 часов.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций обучающихся по направлению подготовки

Шифр и содержание компетенции	Индекс индикатора компетенции	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (индикатора компетенции)	Знать	Уметь	Владеть
ПК-3. Способен к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций её развития и принятию на этой основе	ПК-3.1. Знает основные подходы и технологии выявления и изучения культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определения основных тенденций её	Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе. Раздел 2. Организационные и технологические аспекты событийного менеджмента	основные подходы и технологии выявления и изучения культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определения основных тенденций её развития и принятия на этой		

эффективных управленческих решений	развития и принятия на этой основе эффективных управленческих решений.		основе эффективных управленческих решений.		
	ПК-3.2. Умеет применять основные подходы и технологии выявления и изучения культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определения основных тенденций её развития и принятия на этой основе эффективных управленческих решений.	Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе. Раздел 2. Организационные и технологические аспекты событийного менеджмента		применять основные подходы и технологии выявления и изучения культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определения основных тенденций её развития и принятия на этой основе эффективных управленческих решений.	
	ПК-3.3. Владеет навыками применения подходов и технологий выявления и изучения культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определения основных тенденций её развития и принятия на этой основе эффективных управленческих решений	Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе. Раздел 2. Организационные и технологические аспекты событийного менеджмента			навыками применения подходов и технологий выявления и изучения культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определения основных тенденций её развития и принятия на этой основе эффектив

					ных управленч еских решений
--	--	--	--	--	--------------------------------------

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Код УБ ОПОП	Учебный блок
Б1	Блок 1. Дисциплины (модули)
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Б1.В.15	Событийный менеджмент

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических 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)	90					90			
в том числе									
Лекции (Л)*	36					36			
Семинарские занятия (С)*									
Практические занятия (ПР)*	54					54			
Индивидуальные занятия (Инд)*									
Самостоятельная работа обучающегося (СРС) (всего)	18					18			
Промежуточная аттестация									
Зачет (Зач)*									
Зачет с оценкой (ЗачО)*									
Экзамен (Экз)	36					36			
Курсовая работа (Кур)									
Общая трудоемкость	4 з.е.					144			

Для очно-заочной формы обучения

Учебным планом не предусмотрено

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Аудиторные занятия (Ауд) (всего)											
в том числе											
Лекции (Л)*											
Семинарские занятия (С)*											
Практические занятия (ПР)*											
Индивидуальные занятия (Инд)*											
Самостоятельная работа обучающихся (СРО) (всего)											
Промежуточная аттестация											
Зачет (Зач)*											
Зачет с оценкой (ЗачО)*											

Экзамен (Экз)*												
Курсовая работа/ проект (КР/КП)*												
Общая трудоемкость	з.е.											

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Аудиторные занятия (Ауд) (всего)	56									28	28	
в том числе												
Лекции (Л)*	28									14	14	
Семинарские занятия (С)*												
Практические занятия (ПР)*	28									14	14	
Индивидуальные занятия (Инд)*												
Самостоятельная работа обучающегося (СРС) (всего)	79									44	35	
Промежуточная аттестация												
Зачет (Зач)*												
Зачет с оценкой (ЗачО)*												
Экзамен (Экз)												9
Курсовая работа/ проект (КР/КП)*												
Общая трудоемкость	4 з. е.									72	72	

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

5.1 Содержание разделов дисциплины, структурированное по темам

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание дисциплины по темам
1.	Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе.	Тема 1. История возникновения событийного (ивент) менеджмента, его сущность и особенности Предмет и сущность событийного менеджмента. Ивент (event) – сущность и значение в современном обществе. 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 менеджмента. Понятие и структура событийной индустрии. Определение событийной индустрии. Структура событийной индустрии. Взаимосвязь событийной индустрии с другими отраслями. Тема 2. Специальные события: общие требования к подготовке и организации. Понятие и сущность специального мероприятия. Общие требования к специальным мероприятиям. Критерии оценки эффективности проведенного специального мероприятия. Особенности восприятия специального мероприятия. Критерии оценки эффективности специального события или социального

		мероприятия. Текущий и представительский приём как проявление гостеприимства и демонстрация возможностей. Составление программы приёма как специального мероприятия. Событие как новость. «Ньюсмейкинг». Менеджмент новостей. Создание информационного повода, «псевдособытия». Традиционная тематика новостей (по сферам общественной жизни). Технологии ньюсмейкинга. Тема 3. Виды специальных событий и общественных мероприятий. 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. Тема 4. Среда и целевая аудитория ивент (event)-проектов. Рынок событийной индустрии. Основные участники рынка событийной индустрии. Потребители (байеры). Корпоративные клиенты. Некорпоративные клиенты: ассоциации, государственные структуры. Организаторы и посредники. 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. Тема 5. Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной практике. 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. Международный опыт реализации успешных event-проектов. Этапы проектирования
--	--	--

		event-проекта.
2.	Раздел 2. Организационные и технологические аспекты событийного менеджмента	Тема 6. Принципы, методы, инструменты и технологии событийного (ивент) менеджмента Принципы событийного менеджмента. Этические принципы событийного менеджмента в сфере электоральных коммуникаций. «Практические» принципы. Принцип целостности. Принцип субъективного подхода. Принцип медийности. Принцип зрелищности. Принцип массовости. Принцип отрежессированности. Принцип вовлеченности в событие. Принцип ограниченности времени. Принцип материальной обеспеченности. Методы и приемы событийного менеджмента. Метод создания события. Метод планирования проведения кампании. Метод анализа исходной ситуации. Метод подбора целевой аудитории и коммуникативного обмена. Метод разработки мер противодействия конкурентам и возникающим неожиданным ситуациям. Технологии «вычленение сюжета» и моделирование. Инструменты событийного менеджмента: интерпретация; дозирование информации; «кристаллизация мысли» (например, за счет удачной фразы); обозначение явления; изменение наименования (например, на более благозвучное или в большей степени отвечающее ситуации или восприятию); детализация. Тема 7. Организация деятельности ивент-агентства Выбор организационно-правовой формы для ивент-агентства. Бизнес-план для ивент-агентства. Целевые аудитории ивент-агентства. Оценка эффективности деятельности ивент-агентства. Творческие и технические возможности ивент-агентства в области обеспечения тематических корпоративных программ. Тема 8. Этапы подготовки, кадровое и финансовое обеспечение специального события Алгоритм проведения эффективного события. Обеспечение кадрами и управление персоналом. Финансовое 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. Тема 9. Реклама и паблик рилейшнз, их роль в организации и продвижении ивент-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).
	Тема 10. Техническая, административная и логистическая составляющие ивент-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.
	Тема 11. Ивент-менеджмент как инструмент социального партнерства 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 имиджа. Особенности формирования имиджа учреждений социально-культурной сферы.
	Тема 12. Особенности управления ивент-проектами в сфере культуры и искусства Сущность и классификация проектов в сфере культуры и искусства. PR и маркетинг для международных проектов. Фандрайзинг и спонсорство для международных проектов. Национальные досуговые интересы разных стран. Виды социокультурных 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.
	Тема 13. Риск менеджмент при организации ивент-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.

5.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов, видов учебных занятий и форм проведения

5 семестр

5.2.1. Для очной формы обучения

Наименование раздела	Наименование тем лекций, тем занятий семинарского типа, тем самостоятельной работы	Индикаторы компетенций	Контактная работа							СРО/акад. часы	Содержание СРО
			Занятия лекционного типа/акад. часы	Занятия семинарского типа (акад. часы) и форма проведения							
				Семинарские занятия		Практические занятия		Индивидуальные занятия			
Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе.	Тема 1. История возникновения событийного (ивент) менеджмента, его сущность и особенности	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	4	Не предусмотрено		4	Терминологический диктант, подготовка докладов с презентациями	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 2. Специальные события: общие требования к подготовке и организации.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания	Не предусмотрено		2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 3. Виды специальных событий и общественных мероприятий.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	4	Не предусмотрено		6	Обсуждение вопросов для дискуссии, ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 4. Среда и целевая аудитория ивент (event)-проектов.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 5. Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям

	практике.						задач и кейсов.				
	Контрольная точка 1			Проектное задание «Анализ среды и целевой аудитории ивент-проекта»							Подготовка к контролю
Раздел 2. Организационные и технологические аспекты событийного менеджмента	Тема 6. Принципы, методы, инструменты и технологии событийного (ивент) менеджмента	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 7. Организация деятельности ивент-агентства	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 8. Этапы подготовки, кадровое и финансовое обеспечение специального события	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	4	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 9. Реклама и публичность, их роль в организации и продвижении ивент-мероприятий	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 10. Техническая, административная и логистическая составляющие ивент-мероприятий.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	4	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 11. Ивент-менеджмент как инструмент социального партнерства	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к

							ситуационных задач и кейсов.				практическим занятиям
	Тема 12. Особенности управления ивент-проектами в сфере культуры и искусства	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 13. Риск менеджмент при организации ивент-мероприятий	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	4	Не предусмотрено		4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		1	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Контрольная точка 2			Тестовые задания							Подготовка к контролю
Промежуточная аттестация	Раздел 1,2 Тема 1-13	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3		Экзаменационное задание: Тестовые задания							<i>Проведение групповой консультации</i>
										36	<i>Подготовка к промежуточной аттестации</i>
ИТОГО	144		36			54				54	
Промежуточная аттестация - экзамен											

5.2.2. Для очно-заочной формы обучения

Учебным планом не предусмотрено

Наименование раздела	Наименование тем лекций, тем занятий семинарского типа, тем самостоятельной работы	Индикаторы компетенций	Контактная работа							СРО/акад. часы	Содержание СРО
			Занятия лекционного типа/акад. часы	Занятия семинарского типа (акад. часы) и форма проведения							
				Семинарские занятия	Практические занятия		Индивидуальные занятия				
Раздел 1											
	Контрольная точка 1										
Раздел 2											
	Контрольная точка 2										Подготовка к контролю
											Проведение групповой

							консультации
							Подготовка к промежуточной аттестации
ИТОГО							
Промежуточная аттестация – экзамен							

5.2.3. Для заочной формы обучения

9 семестр

Наименование раздела	Наименование тем лекций, тем занятий семинарского типа, тем самостоятельной работы	Индикаторы компетенций	Контактная работа							СРО/акад. часы	Содержание СРО
			Занятия лекционного типа/акад. часы	Занятия семинарского типа (акад. часы) и форма проведения							
				Семинарские занятия		Практические занятия		Индивидуальные занятия			
Раздел 1. Роль событийного менеджмента в современном обществе.	Тема 1. История возникновения событийного (ивент) менеджмента, его сущность и особенности	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		2	Терминологический диктант, подготовка докладов с презентациями	Не предусмотрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 2. Специальные события: общие требования к подготовке и организации.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		2	Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания	Не предусмотрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 3. Виды специальных событий и общественных мероприятий.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		2	Обсуждение вопросов для дискуссии, ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 4. Среда и целевая аудитория ивент (event)-проектов.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям

	Тема 5. Примеры реализации успешных event-проектов в отечественной и международной практике.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		7	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
Раздел 2. Организационные и технологические аспекты событийного менеджмента	Тема 6. Принципы, методы, инструменты и технологии событийного (ивент) менеджмента	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 7. Организация деятельности ивент-агентства	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2	Не предусмотрено		2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		7	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Контрольная точка 1			Проектное задание «Анализ среды и целевой аудитории ивент-проекта»							
ИТОГО	72		14			14				44	

10 семестр

Наименование раздела	Наименование тем лекций, тем занятий семинарского типа, тем самостоятельной работы	Индикаторы компетенций	Контактная работа							СРО/акад. часы	Содержание СРО
			Занятия лекционного типа/акад. часы	Занятия семинарского типа (акад. часы) и форма проведения							
				Семинарские занятия		Практические занятия		Индивидуальные занятия			
Раздел 2. Организационные и технологические аспекты событийного	Тема 8. Этапы подготовки, кадровое и финансовое обеспечение специального события	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2			2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусмотрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям

менеджмента	Тема 9. Реклама и публич- рилейшнз, их роль в организации и продвижении ивент- мероприятий	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2			2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусм отрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 10. Техническая, административная и логистическая составляющие ивент- мероприятий.	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2			2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусм отрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Контрольная точка 2			Проектное задание «Разработка рекламной кампании для продвижения ивент-мероприятия»							
	Тема 11. Ивент- менеджмент как инструмент социального партнерства	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2			2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусм отрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 12. Особенности управления ивент- проектами в сфере культуры и искусства	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	2			2	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусм отрено		6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Тема 13. Риск менеджмент при организации ивент- мероприятий	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	4			4	Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов.	Не предусм отрено		5	Повторение и закрепление знаний по теме лекции, работа с источниками, работа в ЭБС, подготовка к практическим занятиям
	Контрольная точка 3			Тестовые задания							Подготовка к контролю
Промежуточ- ная аттестация	Раздел 1, 2 Тема 1-13	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3		Экзаменационное задание: Тестовые задания							<i>Проведение групповой консультации</i>
											<i>Подготовка к промежуточной</i>

								<i>аттестации</i>
ИТОГО	72		14	14			35	9
Промежуточная аттестация - экзамен								

6. Примеры оценочных средств текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Оценка знаний обучающихся по ОФО осуществляется в баллах в комплексной форме с учётом:

- оценки по итогам текущей аттестации (работа на занятиях практического типа и выполнение заданий в рамках «контрольных точек» (от 40 до 60 баллов);
- оценки уровня сформированности компетенций в ходе промежуточной аттестации (от 20 до 40 баллов).

Ориентировочное распределение максимальных баллов по видам отчетности

№	Виды отчётности	Баллы
1	Работа на занятиях практического типа	40
2	Выполнение заданий в рамках «контрольных точек»	20
4	Результаты промежуточной аттестации	20-40
5	Итого	60-100

Контрольно-оценочные мероприятия (экзамен) проводятся по 40 балльной шкале. Минимальная сумма баллов – 20, максимальная – 40.

Минимальная сумма баллов по итогам текущей аттестации – 40, максимальная – 60 баллов.

На основе окончательно полученных баллов успеваемость обучающихся в семестре определяется следующими оценками: «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» и на основании выставляется итоговая оценка.

При этом действует следующая итоговая шкала:

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

6.1. Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций в рамках текущей аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры в Государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования Республики Крым «Крымский университет культуры, искусств и туризма».

6.1.1. Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

5-й семестр ОФО

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1-2

ТЕМА 1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СОБЫТИЙНОГО (ИВЕНТ) МЕНЕДЖМЕНТА, ЕГО СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Терминологический диктант, подготовка докладов с презентациями, решение ситуационных задач

Задание 1. Терминологический диктант:

1. Событийный (ивент) менеджмент – это _____;
2. Событийная индустрия, ивент индустрия – это _____;
3. Выставочно-ярмарочная деятельность — это _____;
4. MICE — это _____;
5. Конгрессно-выставочная отрасль– это _____;
6. Конгрессная деятельность – это _____;
7. Художественные и культурно-досуговые мероприятия – это _____;
8. Культурно-досуговое мероприятие– это _____;
9. Представление – это _____;
10. Фестиваль – это _____;
11. Спонсор – это _____;
12. Спортивные события – это _____;
13. Событийный туризм - _____;
14. Креативный кластер – это _____;
15. Креативная (творческая) индустрия _____;
16. Мероприятие/событие/ивент _____.

Задание 2. Подготовка докладов с презентациями на следующие темы:

1. История и предпосылки появления событийного менеджмента.
2. Сущность и структура событийной индустрии.
2. Правила успешного ивент менеджмента.
3. Понятие и сущность креативной индустрии.
4. Истоки и формы благотворительности в Российском государстве.
5. Событийная индустрия как фактор развития социокультурной сферы на современном этапе.
6. Взаимосвязь событийной индустрии с другими отраслями.

Задание 3. Ситуационная задача «Организация мероприятия в условиях ограниченного бюджета»

Вам поручено организовать корпоративный праздник для компании из 200 сотрудников. Руководство выделило ограниченный бюджет, но ожидает яркое и запоминающееся мероприятие.

Вопросы для решения:

- Как вы определите приоритеты расходов?
- Какие элементы программы можно оптимизировать или заменить без ущерба для впечатления гостей?
- Какие партнерства или спонсорские возможности вы бы рассмотрели?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3-4

ТЕМА 2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ: ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ И ОРГАНИЗАЦИИ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Специальные события: понятие, виды и общие принципы управления.
2. Специальные события как объект управления: сущность, классификация и общие принципы организации.
3. Основные этапы жизненного цикла специального события: от идеи до пост-анализа.

4. Основные этапы организации специального события (проектный подход).
5. Ключевые требования к планированию и предподготовке специального события.
6. Структура и функции команды организатора специального события (Event-менеджер, координаторы, волонтеры).
7. Разработка концепции и постановка целей специального события как основа успеха.

Задание 2. Практическое задание.

За неделю до мероприятия арендодатель отменил бронь площадки по техническим причинам.

Вопросы для решения:

- Каковы ваши первые шаги?
- Какие альтернативные решения вы предложите?
- Как уведомите участников и партнеров?

Задание 3. Кейс.

Организация приема для благотворительного мероприятия «Помощь слабовидящим детям».

Составить программу приёма-презентации для спонсоров планируемого мероприятия. Используя технологию ньюсмейкинга создать информационный повод для данного события.

Ньюсмейкинг (news making — создание новости) — это целесообразная направленная плановая деятельность по производству новостного потока для определённой цели. Например, написание и размещение интересных статей в блоге сайта. Центром информационного повода всегда является определенное событие, которое становится основой формирования взаимоотношений с целевыми группами общественности и, следовательно, формирования паблисити и коммуникационной среды для заинтересованных лиц.

Создайте интересную статью по тематике благотворительного мероприятия по приведенной ниже структуре. Стандартная структура новостных статей:

- Привлекательный заголовок.
- Интересный первый абзац (Что? Где? Когда? Почему? Как? Кто?).
- Тело статьи (описание и детализация).
- Предыстория (события из прошлого, которые определили значимость новости).
- Возможное развитие события в будущем.
- Дополнительная информация.

Данная структура может меняться в зависимости от типа новостного текста и количества собранной информации.

Дополнительно: Информационный поток – последовательность сообщений, связанная воедино вокруг информационного повода.

Приёмы формирования такого потока: *рассылка пресс- релизов, организация события с приглашением на него представителей СМИ, и т.д.*

Надо «подпитывать новость, а иначе она умрёт» - Схема «растягивания новости» и «нарезки»

Анонс новости → изложение новости → дополнительные подробности → промежуточные итоги → окончательные итоги

Надо уделять особое внимание различным сегментам данной новости (когда? Где? Кто?) Информирование должно происходить до (*преньюс*) и после события (*постньюс*)

Преньюс– предварительное информирование (Когда? Где? Кто? Что? + акцент на любом элементе);

Постньюс – это продолжение жизни информационного повода (основные итоги и дополнительные подробности, комментарии прошедшего события).

Сделать выводы по проделанной работе. Представить практическое задание в виде

текстового документа или презентации.

Задание 4. Кейс.

Вы сотрудник ивент агентства. Ваша задача – подготовить презентацию по запросу заказчика. Ваша задача при подготовке презентации: донести основную мысль до аудитории; убедить, заинтересовать, мотивировать; облегчить восприятие информации с помощью визуальных и эмоциональных средств

Необходимо помнить, что презентация — это особый формат делового мероприятия, на котором компания или автор представляют продукт, услугу, проект или идею целевой аудитории. Главная цель презентации — продемонстрировать преимущества, вызвать интерес, сформировать положительный образ и побудить к нужному действию (покупке, сотрудничеству, инвестициям). Презентация сочетает в себе элементы рекламы, демонстрации и коммуникации и требует серьезных интеллектуальных, организационных и материальных затрат.

Задание. Каждый из представленных этапов необходимо «наполнить» определенными действиями и процессами (по примеру первого этапа).

Этапы подготовки презентации

1. Постановка цели и задач

1.1 Четко сформулируйте цель презентации: что вы хотите получить от аудитории (информировать, убедить, продать, наладить партнерство и т.д.)

1.2. Определите дополнительные задачи: освещение в СМИ, укрепление имиджа, расширение контактов.

2. Анализ целевой аудитории

2.1. _____

2.2. _____

3. Разработка концепции и сценария

3.1. _____

3.2. _____

3.3. _____

4. Организационные вопросы

4.1. _____

4.2. _____

4.3. _____

4.4. _____

5. Визуальное и техническое оформление

5.1. _____

5.2. _____

6. Репетиция и подготовка спикеров

6.1. _____

6.2. _____

7. Проведение мероприятия

7.1. _____

7.2. _____

8. Завершение и анализ

8.1. _____

8.2. _____

Практические советы для успешной презентации

- Стройте выступление в форме истории (сторителлинг), не читайте слайды, а рассказывайте;
- Используйте минимум текста, максимум визуализации;
- Вовлекайте аудиторию, задавайте вопросы, поддерживайте контакт глазами;

- Следите за своим языком тела и голосом, чтобы выглядеть уверенно;
- Не преувеличивайте свои достижения — честность вызывает доверие;
- Репетируйте выступление не менее трех раз;

Краткая структура подготовки презентации как события

- Определение цели и задач
- Анализ аудитории
- Разработка концепции и сценария
- Организационная подготовка (место, дата, приглашения, бюджет)
- Визуальное и техническое оформление
- Репетиция и подготовка спикеров
- Проведение мероприятия
- Завершение, анализ и отчетность

Сделать выводы по проделанной работе.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5-7

ТЕМА 3. ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ И ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Количество часов - 6 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Классификация специальных событий и их роль в общественной жизни (Обзор основных типов событий: культурных, спортивных, корпоративных, социальных и других).
2. Организация массовых культурных мероприятий: от концепции до реализации (Примеры концертов, фестивалей, театральных постановок).
3. Спортивные события как инструмент продвижения здорового образа жизни (Анализ крупных спортивных мероприятий: Олимпийские игры, чемпионаты мира).
4. Корпоративные мероприятия: виды, цели и особенности проведения (Тимбилдинг, конференции, презентации).
5. Социальные акции и общественные мероприятия: их влияние на развитие общества (Благотворительные акции, митинги, волонтерские проекты).
6. Эко-события как форма повышения экологической осведомленности (Субботники, экологические акции и фестивали).
7. Роль международных форумов и конференций в глобальном взаимодействии (Давосский форум, саммиты ООН, экономические форумы).
8. Молодежные и студенческие мероприятия: особенности и значимость (Фестивали, форумы, образовательные проекты).
9. Свадьбы и другие частные торжества как особый вид мероприятий (Ритуалы, традиции и современные тенденции в организации).
10. Технологии в организации массовых мероприятий: современные тренды (Онлайн-мероприятия, использование AR/VR, мобильные технологии).
11. Религиозные праздники и их значение в укреплении социальной связи (Рассмотрение крупных религиозных событий, таких как Рождество, Пасха, Рамадан).
12. Международные фестивали и их роль в культурном обмене (Каннский кинофестиваль, Венецианский карнавал, Октоберфест).

Задание 2. Вы менеджер по общественным связям научной организации (научно-исследовательский институт, ВУЗ и др.). Вам поручена подготовка научной конференции по

тематике исследований организации. Организация научной конференции — это комплексный процесс, включающий несколько последовательных этапов. Каждый из них важен для успеха мероприятия и требует тщательной проработки. Как Вы будете осуществлять подготовку к мероприятию исходя из представленных ниже этапов? Составьте алгоритм подготовки, включая в каждый этап определенные задачи и действия.

Основные этапы подготовки научной конференции

1. Определение темы, целей и задач конференции
 - 1.1. _____
 - 1.2. _____
2. Формирование организационного комитета
 - 2.1. _____
 - 2.2. _____
3. Разработка программы конференции
 - 3.1. _____
 - 3.2. _____
4. Подготовка и распространение информационных материалов
 - 4.1. _____
 - 4.2. _____
5. Приём заявок и тезисов участников
 - 5.1. _____
 - 5.2. _____
6. Подготовка докладов и презентаций
 - 6.1. _____
 - 6.2. _____
7. Техническая и организационная подготовка
 - 7.1. _____
 - 7.2. _____
8. Финансовое и юридическое обеспечение
 - 8.1. _____
 - 8.2. _____
9. Проведение конференции
 - 9.1. _____
 - 9.2. _____
10. Постконференционная работа
 - 10.1. _____
 - 10.2. _____

Исходя из основных этапов подготовки к конференции заполните таблицу

№ п/п	Этап	Характеристика (краткое описание) бизнес-процессов
1	Определение темы и целей	
2	Формирование оргкомитета	
3	Разработка программы	
4	Информационная работа	
5	Приём заявок и тезисов	
6	Подготовка докладов	
7	Техническая подготовка	
8	Финансовое обеспечение	
9	Проведение	
10	Постконференционная работа	

Сделать выводы по проделанной работе.

Задание 3. Кейс «Планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии»

Необходимо помнить, что планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии требуют системного подхода и включают несколько ключевых этапов, каждый из которых важен для достижения целей компании и эффективного использования ресурсов. Раскройте сущность каждого из этапов, указав ключевые действия по каждому из них.

1. Определите цели и формат участия

1.1. _____

1.2. _____

2. Анализ и выбор мероприятия

2.1. _____

2.2. _____

2.3. _____

3. Разработка концепции и плана участия

3.1. _____

3.2. _____

3.3. _____

4. Организационные и технические мероприятия

4.1. _____

4.2. _____

4.3. _____

4.4. _____

5. Продвижение и коммуникация

5.1. _____

5.2. _____

6. Работа на выставке

6.1. _____

6.2. _____

7. Завершение и анализ результатов

7.1. _____

7.2. _____

7.3. _____

Проверьте себя и заполните сводный алгоритм этапов в таблице.

№ п/п	Этапы подготовки к участию в выставочно-ярмарочному мероприятию	Ключевые действия
1	Цели и формат	
2	Выбор мероприятия	
3	Концепция и план	
4	Организация (организационные и технические мероприятия)	
5	Продвижение и коммуникация	
6	Работа на выставке	
7	Завершение и анализ результатов	

Составьте рекомендации для подготовки к участию выставочно-ярмарочному мероприятию:

1. _____

2. _____

3. _____

Сделайте вывод по проделанной работе.

Задание 4. Работа с неформальным лидером в команде

В вашей команде появился неформальный лидер, который скептически относится к планируемому крупному событию и может повлиять на мнение других сотрудников.

Вопросы для решения:

- Как выстроить стратегию взаимодействия с этим сотрудником?
- Какую модель поведения выберете: игнорировать, уволить, привлечь на свою сторону или предложить иной вариант? Обоснуйте выбор.

Задание 5. Конфликт в команде при подготовке события

В процессе подготовки фестиваля между членами оргкомитета возник конфликт из-за распределения обязанностей и разных взглядов на формат мероприятия.

Вопросы для решения:

- Определите тип конфликта и его причины.
- Какие методы урегулирования вы примените?
- Как предотвратить подобные ситуации в будущем?

Сделайте выводы по проделанной работе.

Задание 6. Кейс «Организация событийного кейтеринга»

Составьте алгоритм проведения событийного кейтеринга для определенного мероприятия (события). События (мероприятия) на выбор: бал для курсантов военного училища по случаю выпуска из учебного заведения в Севастополе; пир для участников фестиваля «Генуэзский шлем»; праздничный ужин (банкет) в национальном стиле в честь юбилея или годовщины свадьбы.

Ход проведения:

Выберите определенное событие. Составьте алгоритм проведения событийного кейтеринга для выбранного мероприятия (события). Укажите основные этапы и раскройте их содержание.

Перечень основных этапов проведения событийного кейтеринга включает:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____

Сделать выводы и представить работу в виде текстового документа или презентации.

Задание 7. Ситуационная задача «Переговоры с партнерами»

Во время переговоров с потенциальным спонсором вы замечаете, что собеседник занимает закрытую позу и избегает зрительного контакта^[1].

Вопросы для решения:

- Что может означать такое поведение?
- Как скорректировать свою стратегию общения?
- Как можно определить, что ваши усилия увенчались успехом?

Сделайте выводы.

Задание 8. Ситуационная задача «Делегирование задач при подготовке события»

Вам нужно подготовить масштабный форум, и вы понимаете, что не успеваете все сделать самостоятельно.

Вопросы для решения:

- Какие задачи вы делегируете и кому?
- Как проконтролируете выполнение?

Задание 9. Кейс «Организация массового праздника "Масленица" в Симферополе»

Необходимо продумать алгоритм организации массового праздника «Масленица» в г. Симферополе. Выбрать место, время и составить программу праздника, подобрать необходимую инфраструктуру, привлечь участников и партнеров, подготовить основные мероприятия.

1. Определение целей и концепции

- *Цель:* Проведение традиционного народного праздника, посвящённого проходам зимы и встрече весны.

- *Концепция:* Акцент на народные гуляния, мастер-классы, интерактивные игры, выступления артистов, сжигание чучела Масленицы.

2. Выбор места и даты

- Место:

- Дата:

3. Формирование программы

- Время работы: С 10:00 до 18:00

- Основные мероприятия:

- *Ремесленные мастер-классы (создание масленичных кукол, чеканка монет, кузнечное дело);*

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

- *Сжигание чучела Масленицы как кульминация праздника.*

4. Организация инфраструктуры

- *Зонирование территории:* Выделение площадок для мастер-классов, игр, ярмарки, сцены для выступлений, зоны отдыха и питания.

- Обеспечение безопасности: _____

- Благоустройство: _____

5. Привлечение участников и партнёров

- _____

- _____

- *Волонтёры:* Организация волонтёрского корпуса для помощи на мероприятии.

6. Информационное сопровождение

- Реклама: _____

- Информирование: _____

7. Проведение праздника

- Координация: _____

- Взаимодействие с участниками и гостями: _____

- Завершение: _____

8. Подведение итогов

- Сбор обратной связи: _____
- Анализ: _____
- Планирование на следующий год: _____

Выводы

1. _____
2. _____
3. _____

Задание 10. Ситуационная задача «Мотивация волонтеров»

В рамках городского фестиваля вы привлекли волонтеров, но их энтузиазм быстро угасает, и часть команды не выполняет поручения.

Вопросы для решения:

- Как выявить причины демотивации?
- Какие меры по мотивации и признанию вы предложите?

Задание 11. Ситуационная задача «Реакция на негатив в СМИ»

После проведения массового городского праздника в СМИ появилась негативная публикация о его организации.

Вопросы для решения:

- Как выстроить антикризисную коммуникацию?
- Какие шаги предпримете для восстановления репутации?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8 - 9

ТЕМА 4. СРЕДА И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ИВЕНТ (EVENT)-ПРОЕКТОВ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Анализ целевой аудитории в контексте организации ивент-проектов: методы и подходы.
2. Влияние культурной среды на восприятие ивент-проектов: локальные и глобальные аспекты.
3. Цифровизация ивент-проектов: как целевая аудитория адаптируется к виртуальной среде.
4. Социальные и демографические особенности целевой аудитории и их роль в разработке ивент-проектов.
5. Эмоциональная среда и психологические триггеры в ивент-проектах: привлечение и удержание аудитории.
6. Роль среды проведения мероприятия в формировании впечатлений целевой аудитории.
7. Использование современных технологий (AR/VR) для создания уникальных сред в ивент-проектах.
8. Экопроекты как элемент ивент-индустрии: как целевая аудитория реагирует на экологическую тематику.
9. Кросс-культурные различия в восприятии ивентов: адаптация проекта под аудиторию разных стран.
10. Тренды в организации ивентов: как изменяется целевая аудитория в эпоху глобализации и цифровой трансформации.
11. Методы сегментации и построения портрета (персоны) целевой аудитории для ивент-проектов.

12. Влияние цифровой среды (мессенджеры) на формирование и взаимодействие с аудиторией ивентов.
13. Анализ целевой аудитории нишевых мероприятий: кейсы киберспортивных турниров.
14. Инструменты и метрики анализа целевой аудитории на разных этапах жизненного цикла ивента.
15. Проектирование иммерсивной среды как ответ на запросы современной аудитории (поколения Z и Альфа).
16. Формирование сообщества вокруг ивента: от разовой аудитории к лояльному сообществу.
17. Геймификация в ивентах: инструмент привлечения и управления вниманием целевой аудитории.
18. Адаптация ивент-среды для разных типов восприятия информации аудиторией (визуалы, кинестеты, аудиалы, дискретны).
19. Специфика работы с аудиторией в условиях гибридных и метавселенских мероприятий.

Задание 2. Подготовка докладов с презентациями на следующие темы:

3. Нормативно-правовое регулирование событийной индустрии.
2. Подходы и методы составления бюджета корпоративных мероприятий
3. Некорпоративные клиенты событийной индустрии: ассоциации государственные структуры.
4. SMERF-группы, особенности взаимодействия и организации мероприятий.
5. Правительственные структуры, государственные органы в качестве заказчиков и организаторов события.
6. Взаимосвязь событийной индустрии с другими отраслями.

Задание 3. Аналитическая справка. Представить участников событийной индустрии в виде схемы и составить их краткую характеристику.

Задание 4. Ситуационная задача.

Вы планируете занять должность ведущего менеджера агентства, работающего в секторе делового туризма и организации мероприятий. На собеседовании вас попросили перечислить основные направления деятельности организации.

Деятельность MICE-агентства охватывает все этапы подготовки и проведения мероприятия:

1. первичное взаимодействие с заказчиком, выбор формата мероприятия, расчет предложений;

2. разработка концепции мероприятия и его программы;

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____

Вывод. _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10 - 11

ТЕМА 5. ПРИМЕРЫ РЕАЛИЗАЦИИ УСПЕШНЫХ EVENT-ПРОЕКТОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Организация Олимпийских игр в Сочи 2014: опыт России в проведении масштабных международных спортивных мероприятий.
2. «Алые паруса» в Санкт-Петербурге: успешный пример городского культурного события.
3. Фестиваль «Парк Горького» в Москве: как современная городская среда трансформируется через ивенты.
4. Секреты успеха «Tomorrowland»: крупнейшего международного музыкального фестиваля.
5. Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России: организация, аудитория и влияние на имидж страны.
6. «Круг света» в Москве: инновации в использовании технологий для массовых мероприятий.
7. Фестиваль Coachella: как бренд превращает музыкальное событие в глобальный культурный феномен.
8. «Белые ночи» в Перми: пример успешного регионального культурного проекта.
9. «Comic-Con International» в Сан-Диего: феномен популярной культуры и взаимодействие с аудиторией.
10. «Спасская башня»: международный военный музыкальный фестиваль как символ культурного обмена в России.
11. Ехpo 2020 в Дубае: создание уникальной среды для международного взаимодействия через ивенты.
12. Фестивали «Россия – страна возможностей»: успешный пример образовательных и карьерных ивентов в российской практике.

Задание 2. Практическое задание.

Аналитическая справка. Ознакомиться и дать краткую характеристику нормативно-правовому обеспечению событийного менеджмента.

1. Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года? _____

2. План мероприятий по реализации Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года _____

_____;

3. 33.019 Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (регистрационный номер 847) _____

_____;

4. 33.026 Специалист в сфере ярмарочной деятельности (регистрационный номер 1663). _____

_____;

5. 33.027 Специалист по организации конгрессных мероприятий (регистрационный номер 1664). _____

_____;

6. ГОСТ Р 53524-2023 Конгрессная деятельность. Термины и определения _____

7. ГОСТ Р 56765-2023 Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения. _____

8. ГОСТ Р 70135-2022 Деятельность ярмарочная. Общие технические требования. _____

9. ГОСТ Р 70216-2022 Конгрессная деятельность. Основные положения. _____

10. ГОСТ Р 70217-2022 Выставочные и конгрессные площадки. Основные Требования. _____

11. ГОСТ Р 70218-2022 Выставочный сервис. Основные положения. _____

12. ГОСТ Р 70219-2022 Безопасность проведения конгрессных, выставочных и ярмарочных мероприятий. Основные положения и требования _____

Задание 3. Подготовка докладов с презентациями на следующие темы:

1. Зарубежные организации и ассоциации в сфере событийного менеджмента.
2. Характеристика Международной ассоциации конгресс-центров (International Association of Convention Centres, AIPC).
3. Международная ассоциация выставок и мероприятий (IAEE, International Association of Exhibitions & Events).
4. Международная ассоциация профессиональных организаторов конгрессов (IAPCO — International Association of Professional Congress Organizers).
5. Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA — International Congress and Convention Association).
6. Международная федерация выставочных и ивент-услуг (IFES — International Federation of Exhibition & Event Services).
7. Объединенный совет индустрии встреч (JMIC — Joint Meeting Industry Council).
8. Международная сеть профессиональных DMC для организации международных событий, групповых и инсентив-поездок (World of DMCs).
9. Российская ассоциация событийного маркетинга (REMA).
10. Национальная ассоциация организаторов мероприятий (НАОМ).

Задание 4. Рассмотрим примеры успешных event-проектов в отечественной практике, составим по каждому из рассмотренных проектов аналитическую справку и доклад с презентацией.

1. Выставка «Россия» на ВДНХ (2023–2024)

Одним из самых заметных событий последних лет стала выставка «Россия», проходившая на ВДНХ с осени 2023 года до лета 2024 года. Проект охватил более 17 тысяч

мероприятий для всей семьи, превратился в масштабный экспозиционный и образовательный центр, а также стал платформой для знакомства с регионами страны через офлайн и онлайн-туризм. После завершения основной выставки пространство продолжает функционировать как национальный центр «Россия», где регулярно проходят новые мероприятия, работают тематические павильоны и универмаг региональных товаров.

2. Форум-фестиваль «Территория будущего. Москва 2030»

Этот форум-фестиваль был признан одним из самых инновационных проектов страны и удостоен специальной премии. Мероприятие длилось 39 дней, охватило 30 площадок Москвы — от «Зарядья» до ВДНХ, и привлекло более 12 миллионов гостей на 35 тысяч различных событий. Форум объединил культурные, урбанистические и социальные темы, был рассчитан на аудиторию всех возрастов и социальных статусов — от детей до пожилых людей.

3. Инсталляции и арт-проекты

В последние годы в России реализовано множество успешных инсталляционных и арт-проектов, которые стали знаковыми для городских пространств и событийной индустрии. Среди них:

- «Куб космоса» Леонида Тишкова
- Каток у моря (АБ «ХВОЯ»)
- Инсталляции для международного фестиваля фейерверков (Wowhaus)
- Пространство «Молодых взрослых» («Дружба», «Драконо-проект»)

Эти проекты отличались оригинальным подходом к организации пространства, вовлечением широкой аудитории и созданием новых точек притяжения для горожан и туристов

4. Региональные события и проекты для молодежи

Особое внимание уделяется региональным инициативам, например, в Республике Коми в 2023 году был реализован целый ряд молодежных событий в рамках Года молодежи. Молодежная библиотека организовала мероприятия, направленные на повышение вовлеченности молодежи в социально-культурную жизнь региона, развитие лидерских и творческих навыков.

Составить аналитическую справку по выбранному мероприятию по алгоритму:

- **Общая информация о мероприятии.** Название, уровень, периодичность, категория участников, форма проведения.
- **Анализ даты и времени.** Оценка своевременности и удобства выбранного времени для целевой аудитории и тематики мероприятия.
- **Описание цели.** Анализ логичности и реалистичности цели, её соответствия тематике мероприятия. Также структурируются задачи для достижения цели.
- **Анализ подготовки.** Описание проделанной работы: выбор ведущих, организационные вопросы, выбор оборудования.
- **Анализ структуры мероприятия.** Оценка использования формы мероприятия (фестиваль, конкурс, выставка и др.), органичности форм, художественной выразительности.
- **Количественные показатели.** Анализ затраченных и привлечённых ресурсов (кадровых, финансовых, информационных).
- **Выводы и предложения.** Итоговое заключение о качестве проведения мероприятия с выводами и предложениями по усовершенствованию.

Выделите ключевые особенности успешных российских event-проектов

1.1 Масштаб и мультимедийность: Успешные проекты часто охватывают множество площадок и форматов, объединяя образовательные, культурные, развлекательные и деловые мероприятия.

- 1.2. _____
1.3. _____
1.4. _____
Вывод _____

—

Задание 5. Рассмотрим примеры успешных event-проектов в международной практике, составим по каждому из рассмотренных проектов аналитическую справку и доклад с презентацией.

1. Mobile World Congress (MWC), Барселона

Один из крупнейших и наиболее влиятельных событий в индустрии мобильных технологий. Ежегодно MWC собирает более 100 000 участников со всего мира, более 2 400 экспонентов, а программа включает интерактивные выставки, вдохновляющие выступления лидеров отрасли и масштабные возможности для нетворкинга. Успех MWC объясняется созданием уникального опыта для участников и значительным экономическим вкладом в местную экономику Барселоны.

2. Dreamforce, Сан-Франциско

Ежегодная конференция от Salesforce, которая стала одним из самых масштабных корпоративных событий в мире. Dreamforce собирает десятки тысяч участников, предлагая насыщенную образовательную и развлекательную программу, инновационные форматы взаимодействия и масштабные брендовые активации. Успех мероприятия обеспечивается вовлечением мировых лидеров мнений, интеграцией новых технологий и созданием сообщества вокруг бренда.

3. CES (Consumer Electronics Show), Лас-Вегас

Мировая выставка потребительской электроники, где ежегодно презентуются ключевые технологические новинки. CES посещают десятки тысяч специалистов, инвесторов и журналистов. Мероприятие знаменито инновационными презентациями, масштабной экспозицией и возможностями для установления деловых контактов.

4. Международные выставки и павильоны

Пример — организация национального павильона Мексики на международной выставке, где были реализованы уникальные культурные и деловые активности, что позволило эффективно представить страну и её бизнес на мировой арене.

5. Корпоративные и гибридные конференции (пример Coinbase, Сингапур)

Компания Coinbase организовала масштабную гибридную конференцию с участием более 300 человек (очно и онлайн), где были реализованы современные технологические решения для синхронизации офлайн- и онлайн-участников, обеспечено безупречное управление спикерами и логистикой. Результат — 100% положительных отзывов и рост узнаваемости бренда.

6. Культурные премьеры и специальные показы**

Пример — премьера короткометражного фильма в Сингапуре, где была организована не только демонстрация фильма, но и живая музыкальная программа, кейтеринг и создание уникальной атмосферы для гостей. Такой подход позволил получить высокие оценки участников и СМИ.

7. Ribbon-cutting events и talent shows

Классические форматы, такие как церемонии открытия с участием знаменитостей или представителей власти, а также конкурсы талантов, продолжают оставаться эффективными инструментами вовлечения аудитории и привлечения внимания СМИ.

Составить аналитическую справку по выбранному мероприятию по алгоритму:

- **Общая информация о мероприятии.** Название, уровень, периодичность, категория участников, форма проведения.
- **Анализ даты и времени.** Оценка своевременности и удобства выбранного времени для целевой аудитории и тематики мероприятия.
- **Описание цели.** Анализ логичности и реалистичности цели, её соответствия тематике мероприятия. Также структурируются задачи для достижения цели.
- **Анализ подготовки.** Описание проделанной работы: выбор ведущих, организационные вопросы, выбор оборудования.
- **Анализ структуры мероприятия.** Оценка использования формы мероприятия (фестиваль, конкурс, выставка и др.), органичности форм, художественной выразительности.
- **Количественные показатели.** Анализ затраченных и привлечённых ресурсов (кадровых, финансовых, информационных).
- **Выводы и предложения.** Итоговое заключение о качестве проведения мероприятия с выводами и предложениями по усовершенствованию.

Выделите ключевые факторы успеха международных event-проектов

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

Вывод. _____.

КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 1 – ПРОЕКТНОЕ ЗАДАНИЕ «АНАЛИЗ СРЕДЫ И ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ИВЕНТ-ПРОЕКТА» (РАЗДЕЛ 6.3.1 РПД)

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 12 - 13

ТЕМА 6. ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ, ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ СОБЫТИЙНОГО (ИВЕНТ) МЕНЕДЖМЕНТА.

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Основные принципы и этапы планирования ивент-проектов: от идеи до реализации.
2. Методы управления рисками в ивент-менеджменте: минимизация форс-мажоров.
3. Технологии управления временем (тайм-менеджмент) в организации событий.
4. Инструменты бюджетирования в ивент-менеджменте: от прогнозирования до контроля затрат.

5. Использование CRM-систем в ивент-менеджменте: эффективное взаимодействие с аудиторией.
6. Роль цифровых технологий в современных ивент-проектах: от онлайн-продаж билетов до виртуальных мероприятий.
7. Инновационные методы продвижения событий: использование SMM, таргетированной рекламы и инфлюенсеров.
8. Применение технологий виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в создании уникальных ивент-опытов.
9. Принципы построения команды для успешной реализации ивент-проекта.
10. Методы оценки эффективности ивент-проектов: KPI, обратная связь и пост-ивент анализ.
11. Управление логистикой в ивент-менеджменте: от транспортировки до размещения участников.
12. Экоустойчивость в ивент-менеджменте: принципы и технологии создания экологических мероприятий.

Задание 2. Практическое задание

Кейс «План международного ивент-проекта».

Разработать план-проект совместного (международного) event-проекта. Для этого необходимо реализовать следующие этапы:

1. Определение целей и формата мероприятия

1.1 Четко сформулируйте цель проекта: например, развитие международного сотрудничества, продвижение бренда, обмен опытом, образовательная или культурная миссия.

1.2. _____

1.3. _____

2. Анализ целевой аудитории

2.1 _____

2.2. _____

3. Формирование команды и распределение ролей

3.1. _____

3.2. _____

4. Планирование и бюджетирование

4.1. _____

4.2. _____

5. Выбор площадки и даты

5.1. _____ 5.2. _____

6. Разработка программы и сценарного плана

6.1. _____

6.2. _____

6.3. _____

7. Логистика и организация трансфера

7.1 _____

7.2. _____

8. Маркетинг, PR и продвижение

- 81. _____
- 8.2. _____
- 8.3. _____

9. Техническое обеспечение

- 91. _____
- 9.2. _____

10. Юридические и организационные вопросы

- 10. 1 _____
- 10.2 _____

11. Реализация и контроль

- 11.1 _____
- 11.1 _____

12. Оценка результатов и отчетность

- 12.1 _____
- 12.2 _____
- 12.3 _____

Примерную структуру таблицы-графика проекта представить в таблице

№п/п	Этап	Сроки	Ответственный	Ключевые задачи
1	Формулировка целей	<i>1 неделя</i>	<i>Руководитель проекта</i>	<i>Утверждение целей и KPI</i>
2	Сбор команды			
3	Бюджетирование			
4	Выбор площадки и даты			
5	Программа и сценарий			
6	Маркетинг и PR			
7	Логистика и визы			
8	Техническое обеспечение			
9	Проведение мероприятия			
10	Сбор обратной связи			
11	Итоговый отчет			

Разработайте рекомендации для реализации международных проектов:

- 1.
- 2.
- 3.

Вывод _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 14 - 15

ТЕМА 7. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИВЕНТ-АГЕНТСТВА

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Этапы создания ивент-агентства: от бизнес-идеи до выхода на рынок.
2. Организационная структура ивент-агентства: ключевые роли и функции сотрудников.
3. Особенности разработки бизнес-плана для ивент-агентства.
4. Стратегии позиционирования ивент-агентства на рынке событийных услуг.
5. Управление проектами в ивент-агентстве: ключевые подходы и инструменты.
6. Маркетинговые стратегии продвижения ивент-агентства: digital-инструменты и офлайн-методы.
7. Финансовое планирование и ценообразование в деятельности ивент-агентства.
8. Технологии автоматизации процессов в ивент-агентстве: от CRM-систем до планировщиков задач.
9. Управление командой в ивент-агентстве: подбор персонала, мотивация и распределение обязанностей.
10. Юридическое обеспечение деятельности ивент-агентства: договоры, лицензии и правовые риски.
11. Взаимодействие с клиентами и партнёрами: основы успешного клиентского сервиса в ивент-менеджменте.
12. Кризис-менеджмент в работе ивент-агентства: стратегии выхода из сложных ситуаций.

Задание 2. Практическое задание

Кейс «Организация деятельности ивент-агентства»

Вы с командой единомышленников приняли решение открыть ивент-агентство в вашем городе. Вы понимаете, что организация работы ивент-агентства — это комплексная задача, включающая стратегическое планирование, построение структуры команды, выстраивание бизнес-процессов, работу с клиентами и подрядчиками, а также постоянное совершенствование качества услуг. Существует определенный алгоритм действий при открытии ивент-агентства. Необходимо решить какие бизнес-процессы вы будете реализовывать на том или ином этапе деятельности.

Основные этапы создания и управления ивент-агентством

1. Исследование рынка и целевой аудитории

- 1.1. _____
- 1.2. _____

2. Формирование команды и структуры агентства

- В успешном ивент-агентстве функции четко распределены между сотрудниками по направлениям: клиентский сервис, креатив, реализация, продажи, продвижение, HR-блок
- Типичная структура включает:
 - Директор агентства (стратегия, ключевые переговоры)
 - Менеджеры по организации мероприятий (планирование, координация, бюджет)
 - Креативный отдел (разработка концепций, сценариев)
 - Производственный отдел (дизайнеры, техническое обеспечение)
 - Отдел продаж и продвижения (поиск клиентов, маркетинг)
 - HR-специалист (при штате более 10 человек)

3. Разработка и стандартизация бизнес-процессов

- 3.1. _____
- 3.2. _____

4. Поиск и работа с подрядчиками

- 4.1. _____
- 4.2. _____

5. Продвижение и маркетинг

5.1. _____
5.2. _____

6. Финансовое планирование и монетизация

6.1. _____
6.2. _____

7. Оценка результатов и развитие

7.1. _____
7.2. _____

В таблице укажите основные функции отделов и /или должностных лиц агентства.

№ п/п	Должность/Отдел	Основные функции
1	Генеральный директор	
2	Отдел клиентского сервиса	
3	Креативный отдел	
4	Отдел реализации	
5	Отдел продаж	
6	Отдел продвижения	
7	HR-блок	

Разработайте рекомендации для эффективной деятельности ивент-агентства (2-4 пункта).

1. _____
2. _____
3. _____

Вывод. _____

Задание 3. Ситуационная задача для ивент-агентства «Как исправить ситуацию и сохранить лицо компании?»

В ивент-агентство обратился клиент — небольшая IT-компания, которая хочет провести корпоративное мероприятие для сотрудников. Бюджет ограничен, но компания хочет, чтобы мероприятие было запоминающимся, способствовало командообразованию и повысило лояльность сотрудников.

За неделю до события выясняется, что количество гостей увеличилось на 40% из-за приглашения партнеров. При этом площадка и кейтеринг уже были согласованы под меньший состав. Времени на подготовку остается мало, а клиент настаивает на сохранении высокого уровня мероприятия и не хочет выходить за рамки бюджета.

Вопросы:

1. Какие шаги должен предпринять менеджер ивент-агентства для решения возникшей проблемы?

2. Какие креативные решения можно предложить, чтобы мероприятие осталось ярким, несмотря на ограниченный бюджет и увеличившееся количество гостей?

3. Как правильно выстроить коммуникацию с клиентом и подрядчиками в условиях цейтнота?

Разбор решения

1. Действия менеджера ивент-агентства:

- 1.1. _____
- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

2. Креативные решения при ограниченном бюджете:

- 2.1. _____
- 2.2. _____
- 2.3. _____
- 2.4. _____

3. Коммуникация с клиентом и подрядчиками:

- 3.1. _____
- 3.2. _____
- 3.3. _____
- 3.4. _____

Пример ситуационных вопросов для клиента

1.1. Какие элементы мероприятия для вас наиболее важны в условиях увеличения числа гостей: программа, питание, оформление или что-то еще?

- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

Вывод. _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 16 - 17

ТЕМА 8. ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ, КАДРОВОЕ И ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНОГО СОБЫТИЯ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Этапы планирования и подготовки специального события: от концепции до реализации.
2. Разработка сценарного плана как основа подготовки успешного мероприятия.
3. Создание проектной команды для организации специального события: роли и функции участников.
4. Финансовое планирование в подготовке специального события: составление бюджета и контроль расходов.
5. Источники финансирования специальных событий: спонсорство, гранты и собственные средства.
6. Подбор и обучение персонала для реализации специального события: ключевые требования и компетенции.
7. Аутсорсинг в организации специальных событий: преимущества и риски при привлечении подрядчиков.
8. Оптимизация затрат при подготовке специальных событий: экономически эффективные подходы.
9. Управление персоналом на всех этапах подготовки события: от найма до координации на месте.

10. Методы оценки эффективности финансового и кадрового обеспечения мероприятия.
11. Роль волонтеров в организации специальных событий: привлечение, мотивация и управление.
12. Риски в кадровом и финансовом обеспечении мероприятия: как предотвратить ошибки.

Задание 2.

Кейс «Подготовка специального события»

Вы креативный директор «Ивент-агентства». Вам поручили разработать внутрифирменный стандарт для организации специальных событий. Исходя из общепринятых в данной сфере алгоритмов действий разработайте свой, используя в качестве основы план, представленный ниже. Обязательным условием является отражение кадрового и финансового обеспечения специального события. Составить «Путевой лист» («Дорожную карту») мероприятия.

Этапы подготовки специального события:

1. Определение целей и целевой аудитории:

1.1. Четко сформулируйте цель мероприятия и донесите её до всех заинтересованных сторон.

1.2. _____

2. Разработка концепции, программы и сценария:

2.1. Создайте детальную программу события, определите темы выступлений, спикеров, тайминг, перерывы.

2.2. _____

3. Организационные вопросы:

3.1. Выберите площадку, учитывая требования по вместимости, техническому оснащению и доступности.

3.2. _____

3.3. _____

4. Финансовое обеспечение

4.1 Составьте детальный бюджет, включающий все расходы: аренда, техника, персонал, питание, реклама, безопасность и прочее.

4.1. _____

4.2. _____

4.3. _____

4.4. _____

5. Кадровое обеспечение

5.1. Сформируйте команду профессионалов, исходя из задач и масштаба события (организаторы, технический персонал, хостес, охрана, кейтеринг и др.)

5.1. _____

5.2. _____

5.3. _____

5.4. _____

6. Проведение и пост-мероприятие

6.1. _____

6.2. _____

Исходя из необходимого функционала определите необходимое кадровое обеспечение (структура команды) и заполните таблицу.

п/п	№	Должность	Функционал (задачи и требования)
	1		Общее руководство, координация всех процессов
	2		Монтаж/демонтаж оборудования, техподдержка
	3		Встреча гостей, регистрация, информирование
	4		Безопасность участников и площадки
	5		Организация питания и напитков
	6		Продвижение события, работа со СМИ, соцсети
	7		Контроль за отдельными блоками мероприятия
	8		Помощь в навигации, решение мелких вопросов

Примечание. Важно подбирать персонал, способный работать в команде, обладающий необходимыми компетенциями и позитивным настроем!

Опишите ключевые этапы финансового обеспечения:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Вывод.

Задание 3.

Кейс» Как рассчитать расходы на корпоративное мероприятие (юбилей фирмы)»

В ивент-агентство обратились руководители туристической (рекламной, строительной и др.) фирмы по поводу организации юбилея компании. Акцент в заказе – расчет бюджета мероприятия. Необходимо осуществить расчет бюджета, используя алгоритм представленный ниже.

1. Определите цель и формат мероприятия

- 1.1. _____
- 1.2. _____

2. Определите количество приглашённых

- 2.1. _____
- 2.2. _____

3. Установите границы бюджета

- 3.1. _____
- 3.2. _____

4. Составьте подробную смету расходов, включив все основные и дополнительные статьи расходов, чтобы ничего не упустить:

- Аренда площадки
- Украшение и оформление
- Кейтеринг (еда и напитки)
- Техническое обеспечение (звук, свет, проекторы)
- Развлекательная программа (ведущий, артисты, шоу, активности)
- Фото- и видеосъёмка
- Транспортные расходы
- Подарки и сувениры
- Призы для конкурсов
- Оплата услуг персонала

- Прочие мелкие расходы (например, страховка, непредвиденные траты — заложите 10–15% от бюджета)
- Получите коммерческие предложения от подрядчиков и сравните цены

5. Согласуйте бюджет с руководством

- Утвердите смету у руководства или бюджетного комитета.
- После согласования передайте в бухгалтерию для оформления и учёта расходов.

Составьте смету расходов и занесите их в таблицу.

№ п/п	Статья расходов	Примерная сумма (руб.)	Примечание
	Аренда площадки		Зависит от места, сезона и количества гостей
	Кейтеринг		___ руб. на человека × 100 гостей
	Ведущий		Без медийности, известный — от 500 000 руб.
	Артисты/шоу		Зависит от популярности
	Оборудование		Звук, свет, проектор
	Декор, оформление		Тематический стиль
	Фото/видео		Пакет услуг
	Транспорт		Доставка гостей, оборудования
	Подарки, сувениры		400 руб. на человека
	Прочие расходы		Резерв на непредвиденные траты
	Итого		Цифры примерные, корректируйте под свои условия и количество гостей

Рекомендации по оптимизации расходов

- _____
- _____
- _____
- _____

Отражение бухгалтерского и налогового учёта

- _____
- _____
- _____

Выводы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 18 - 19

ТЕМА 9. РЕКЛАМА И ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ, ИХ РОЛЬ В ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИИ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Роль рекламы в продвижении ивент-мероприятий: основные каналы и инструменты.
2. Паблик рилейшнз как инструмент формирования имиджа ивент-мероприятия.
3. SMM (Social Media Marketing) в продвижении событий: стратегии и кейсы.
4. Интеграция рекламных кампаний и PR-активностей в рамках ивент-менеджмента.
5. Роль PR-стратегии в создании долгосрочного успеха ивент-мероприятий.
6. Использование инфлюенсеров и лидеров мнений для продвижения ивент-мероприятий.
7. Партизанский маркетинг в рекламе событий: нестандартные подходы к привлечению аудитории.
8. Медиапланирование в рекламе ивент-мероприятий: от выбора каналов до оценки эффективности.
9. Кризисные коммуникации в PR: работа с негативными отзывами и репутацией события.
10. Реклама через контент: создание уникального контента для продвижения мероприятий.
11. Роль пресс-релизов в PR-кампаниях для освещения ивент-мероприятий.
12. Оценка эффективности рекламы и PR в продвижении ивентов: KPI и методы анализа.

Задание 2. Практическое задание.

Кейс «Как «продвинуть» специальное событие»

Необходимо осуществить продвижение специального события.

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

Для продвижения специального события (мероприятия) используются различные рекламные каналы, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки при составлении медиаплана рекламной кампании. Вот основные из них:

1. Таргетированная онлайн-реклама (соцсети, мессенджеры, контекстная реклама)
- Примеры: ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, Яндекс.Директ.

- **Преимущества:**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

- **Недостатки:**

1. _____
2. _____
3. _____

2. Реклама у блогеров и лидеров мнений

- **Преимущества:**

1. _____
2. _____

- **Недостатки:**

1. _____
2. _____

3. Партнерские рассылки (email, мессенджеры)

- **Преимущества:**

1. _____
2. _____

- Недостатки:

1. _____
2. _____

4. Классические медиа: телевидение, радио, пресса

- Телевидение:

- Преимущества: _____

- Недостатки: _____

- Радио:

- Преимущества: _____

- Недостатки: _____

- Газеты и журналы:

- Преимущества: _____

- Недостатки: _____

5. Наружная реклама (билборды, афиши, ситилайты)

- Преимущества:

1. _____

2. _____

- Недостатки:

1. _____

2. _____

3. _____

6. Спонсорство и специальные мероприятия (выставки, презентации, промо-акции)

- Преимущества:

1. _____

2. _____

- Недостатки:

1. _____

2. _____

Задание 3. Составить и заполнить сравнительную таблицу преимуществ и недостатков рекламных средств.

№ п/п	Рекламное средство	Преимущества	Недостатки
1	Онлайн-реклама	<i>Точное таргетирование, гибкость, измеримость</i>	<i>Требует экспертизы, высокая конкуренция, баннерная слепота</i>
2	Блогеры		
3	Email/мессенджеры		
4	ТВ		
5	Радио		
6	Пресса		
7	Наружная реклама		
8	Спецмероприятия		

Предложите правила для выбора средства для медиа-плана

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

Вывод. _____

Задание 4.

Кейс «План работы на месяц для PR-специалиста»

Составить план работы на месяц для PR-специалистов социокультурной сферы, включающий в себя:

- деятельность на регулярной основе,
- организацию специального события,
- организацию PR-проекта или PR-кампании.

План работы на месяц для PR-специалистов социокультурной сферы

1. Регулярная деятельность (еженедельная/ежемесячная)

- Мониторинг и анализ медиа и социальных сетей

-
- Создание и публикация контента

-
- Взаимодействие с целевыми аудиториями

-
- Анализ эффективности PR-активностей
-

2. Организация спец. события

- Цель: *Повышение узнаваемости учреждения и вовлечение целевой аудитории через культурное или социальное мероприятие.*

- Подготовительный этап (1-2 недели):

1.1. *Определение формата и темы события (например, выставка, фестиваль, лекция, мастер-класс).*

- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

- Проведение события (3-я неделя):

1.1. *Организация площадки, техническое обеспечение, встреча гостей.*

- 1.2. _____
- 1.3. _____

- Подведение итогов (4-я неделя):

- 1.1. _____
- 1.2. _____

3. Организация PR-проекта или PR-кампании

- Цель: *Продвижение социально значимой инициативы или программы учреждения.*

- Планирование (1-я неделя):

1.1. *Определение цели и задач кампании, целевой аудитории.*

- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

- Реализация (2-3 недели):

1.1. *Запуск информационной кампании: публикации, пресс-релизы, интервью, акции, коллаборации с партнерами.*

- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

- Завершение и оценка (4-я неделя):

1.1. Сбор и анализ данных по охвату, вовлеченности и результатам кампании.

- 1.2. _____
- 1.3. _____

Вывод _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 20 - 21
ТЕМА 10. ТЕХНИЧЕСКАЯ, АДМИНИСТРАТИВНАЯ И ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ
Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Роль рекламы в продвижении ивент-мероприятий: основные каналы и инструменты.
2. Паблик рилейшнз как инструмент формирования имиджа ивент-мероприятия.
3. SMM (Social Media Marketing) в продвижении событий: стратегии и кейсы.
4. Интеграция рекламных кампаний и PR-активностей в рамках ивент-менеджмента.
5. Роль PR-стратегии в создании долгосрочного успеха ивент-мероприятий.
6. Использование инфлюенсеров и лидеров мнений для продвижения ивент-мероприятий.
7. Партизанский маркетинг в рекламе событий: нестандартные подходы к привлечению аудитории.
8. Медиапланирование в рекламе ивент-мероприятий: от выбора каналов до оценки эффективности.
9. Кризисные коммуникации в PR: работа с негативными отзывами и репутацией события.
10. Реклама через контент: создание уникального контента для продвижения мероприятий.
11. Роль пресс-релизов в PR-кампаниях для освещения ивент-мероприятий.
12. Оценка эффективности рекламы и PR в продвижении ивентов: KPI и методы анализа.

Задание 2. Практическое задание.

Задание-кейс. Любое ивент-событие включает в себя техническую, административную и логистическую составляющие.

Технический план обеспечивает бесперебойную работу оборудования, синхронизацию всех технических процессов и своевременное реагирование на возможные сбои. Важно заранее определить ответственных и провести тестирование всех систем.

Административный план — основа для эффективного управления командой, контроля сроков и взаимодействия с подрядчиками и службами. Четкое распределение ролей и задач снижает риски сбоев и недопонимания

Логистический план позволяет оптимизировать перемещение ресурсов, обеспечить своевременную доставку и хранение оборудования, а также минимизировать издержки и риски, связанные с логистикой.

Составьте план ивент-события события в виде таблицы, отразив техническую, административную и логистическую составляющую.

Технический, административный и логистический план ивент-события.

План	Описание	Основные задачи	Ответственные
Технический план			
Административный план			
Логистический план			

Выводы _____

Задание 3. Практическое задание.

Ситуационная задача «Как «спасти» форум?»

Ваша компания организует крупный корпоративный форум для 500 участников в конференц-центре другого города. Мероприятие включает пленарные заседания, секционные сессии и вечерний банкет. До начала форума осталось две недели. Но при этом возникло несколько проблем технического, административного и логистического характера.

1. Техническая проблема.

В технической зоне выявлен сбой в работе основной системы звукоусиления. Запасное оборудование доставлено неправильной комплектации и несовместимо с текущей инфраструктурой. Необходимо обеспечить бесперебойную трансляцию выступлений и онлайн-стрим для удалённых участников.

2. Административная проблема.

Не все спикеры подтвердили своё участие, а часть регистрационных данных участников неполная. Необходимо оперативно собрать недостающую информацию, распределить зоны ответственности среди персонала и согласовать график выступлений с технической командой.

3. Логистическая проблема.

В связи с изменениями в расписании доставки, часть оборудования и печатных материалов ещё не прибыла на площадку. Транспортная компания сообщила о возможной задержке на сутки. Необходимо организовать временное хранение прибывающего оборудования, обеспечить своевременную доставку материалов и согласовать логистику с технической и административной командами.

Вопросы для анализа:

1. Какие шаги необходимо предпринять для решения технической проблемы и обеспечения бесперебойной работы?

2. Как организовать сбор и проверку данных участников и спикеров, а также распределить зоны ответственности?

3. Какие меры предпринять для минимизации логистических рисков и своевременной подготовки площадки?

Дополнительно: используйте примеры из кейсов по управлению непредвиденными ситуациями и оптимизации логистики для повышения эффективности работы команды

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 22 - 23

ТЕМА 11. ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Роль ивент-менеджмента в развитии социального партнёрства: теоретические основы и практические примеры.
2. Социальные проекты и мероприятия как форма взаимодействия бизнеса и общества.
3. Ивент-менеджмент в реализации благотворительных и волонёрских инициатив.
4. Партнёрство государства, бизнеса и общественных организаций через ивенты: перспективы и примеры.
5. Корпоративные социальные мероприятия как инструмент укрепления социального партнёрства.
6. Роль культурных мероприятий в развитии местных сообществ и социальных связей.
7. Ивенты для образовательных проектов: взаимодействие образовательных учреждений и бизнеса.
8. Экологические мероприятия как пример применения ивент-менеджмента в социальной сфере.
9. Фестивали и форумы как платформа для социального диалога и партнёрства.
10. Роль медиа в продвижении ивентов, направленных на развитие социального партнёрства.
11. Ивенты в сфере инклюзии: как мероприятия помогают интеграции различных социальных групп.
12. Эффективность ивент-менеджмента в решении социальных проблем: методы оценки и перспективы.

Задание 2. Практическое задание.

Ситуационная задача «Выбор партнера и распределение ролей»

Команда вашего ивент-агентства организует благотворительный фестиваль для помощи детям из малообеспеченных семей. Необходимо выбрать партнеров среди местных бизнесов, некоммерческих организаций и образовательных учреждений. Вам как PR-менеджеру поставили ряд задач.

Задачи:

1. Определить критерии выбора партнеров,
2. распределить роли (например, кто отвечает за логистику, маркетинг, сбор средств),
3. разработать план взаимодействия и согласовать общие цели.

Выводы _____

Задание 3.

Ситуационная задача «Управление ограниченным бюджетом»

Ивент-агентство «Праздник с собой» получил заказ на проведение корпоративного мероприятия. Бюджет мероприятия ограничен, но необходимо обеспечить высокий уровень вовлеченности аудитории и привлечь спонсоров.

Задача: необходимо предложить креативные способы привлечения партнеров (бартерные интеграции, совместные активности, использование волонтеров) и спланировать расходы так, чтобы мероприятие осталось экономически эффективным.

Выводы _____

Задание 4.

Кейс «Организация праздника для школьников совместно с бизнесом и НКО»

Студенты университета совместно с местным бизнесом и некоммерческой организацией организуют праздник для учащихся начальной школы. Бизнес предоставляет подарки и площадку, НКО — волонтеров и методические материалы, студенты — организацию и проведение активностей.

Вопросы для анализа:

1. Как распределить роли между партнерами?
2. Какие преимущества получает каждая сторона?
3. Как измерить социальный эффект мероприятия?

Выводы _____

Задание 5.

Ситуационная задача «Решение конфликта интересов»

Идет подготовка к благотворительному балу. Участники партнерства (бизнес, НКО, образовательное учреждение) имеют разные ожидания и цели от мероприятия.

Вы – менеджер по связям с общественностью НКО «Сделать мир лучше». Перед вами поставлена задача - провести переговоры, найти компромиссные решения, распределить зоны ответственности и обеспечить прозрачную коммуникацию между всеми сторонами.

Вопросы:

1. Как распределить роли между партнерами?
2. Какие преимущества получает каждая сторона?
3. Как измерить социальный эффект мероприятия?

Выводы _____

Задание 6.

Кейс «Студенческий фестиваль на кампусе»

Студенты разных факультетов Крымского Федерального университета совместно организуют фестиваль для всего университета. Каждая группа отвечает за определенное направление (маркетинг, логистика, программа).

Вопросы для анализа:

1. Как обеспечить эффективную коммуникацию между группами?
2. Как распределить ресурсы и ответственность?
3. Какие трудности могут возникнуть и как их преодолеть?

Выводы _____

Задание 7.

Кейс «Благотворительный забег с участием корпоративных партнеров»

Организаторы проводят забег, средства от которого идут в фонд помощи бездомным. В партнерстве участвуют крупные компании, местные магазины и спортивные клубы.

Вопросы для анализа:

1. Как привлечь и мотивировать партнеров?
2. Как обеспечить прозрачность использования средств?
3. Как повысить вовлеченность участников и партнеров?

Выводы _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 24 - 25

ТЕМА 12. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИВЕНТ-ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ

КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Ключевые этапы управления ивент-проектами в сфере культуры и искусства: от идеи до реализации.
2. Роль культурных особенностей и традиций в разработке ивент-проектов.
3. Инновационные подходы к организации мероприятий в сфере искусства: использование цифровых технологий.
4. Фестивали как форма культурного ивент-менеджмента: примеры и методы реализации.
5. Управление бюджетом и финансированием культурных мероприятий: спонсорство, гранты и государственная поддержка.
6. Особенности привлечения аудитории для культурных ивент-проектов: продвижение и PR.
7. Роль креативной команды в успешной реализации ивент-проектов в области искусства.
8. Организация международных культурных мероприятий: вызовы и способы их преодоления.
9. Ивенты в сфере искусства как средство сохранения и популяризации культурного наследия.
10. Эффективные методы взаимодействия с партнёрами и спонсорами в культурных проектах.
11. Управление рисками при организации мероприятий в сфере культуры и искусства.
12. Социальное воздействие культурных ивент-проектов: оценка их влияния на общество.

Задание 2. Практическое задание.

Ситуационная задача «Внедрение цифровых технологий на культурном мероприятии»

Организаторы ежегодного городского фестиваля решили отказаться от бумажных программ и полностью перейти на цифровое расписание через мобильное приложение. Иванов О.О. специалист из сектора IT-технологий ивент-агентства, которое является одним из организаторов городского фестиваля. И ему необходимо решить ряд задач:

1. Описать шаги внедрения приложения: выбор платформы, обучение персонала и участников, информирование аудитории.

2. Какие риски могут возникнуть при переходе на цифровой формат? Как их минимизировать?

3. Как оценить эффективность внедрения?

Выводы _____

Задание 3.

Ситуационная задача «Управление командой проекта»

Ваша команда готовит выставку современного искусства. В процессе подготовки возник конфликт между куратором и техническим директором по поводу сроков монтажа экспозиции. Ваши задачи как специалиста по связям с общественностью:

- Разработайте план разрешения конфликта.

- Предложите меры по улучшению коммуникации внутри команды.

- Как мотивировать участников проекта для достижения общей цели?

Выводы _____

Задание 4.

Кейс «Привлечение новой аудитории на культурное мероприятие»

В городе отмечается низкая посещаемость выставок современного искусства. Команда проекта ставит цель увеличить число посетителей на 30% за год.

Вопросы к кейсу:

- Какие шаги по привлечению новой аудитории вы предложите?

- Как измерить эффективность предпринятых мер?

- Какие партнерства и каналы коммуникации использовать?

Выводы _____

Задание 5.

Ситуационная задача Управление рисками при организации фестиваля

Во время подготовки крупного музыкального фестиваля «Мелодия моря» выяснилось, что один из ключевых партнеров не сможет выполнить свои обязательства по техническому обеспечению. Ваши действия как руководителя PR- отдела:

- Определите возможные последствия для проекта.
- Разработайте план антикризисных мероприятий.
- Какие документы и процедуры должны быть предусмотрены для управления такими рисками?

Выводы _____

Задание 6.

Кейс «Территория культуры Росатома» — цифровизация ивентов

Проект объединяет профессионалов культуры из разных городов. Организаторы внедрили ивент-приложение для обмена информацией и проведения мозговых штурмов, отказавшись от бумажных материалов.

Вопросы к кейсу:

- Какие преимущества и недостатки цифровизации отметили участники?
- С какими барьерами столкнулись организаторы при внедрении приложения?
- Как изменились коммуникации между участниками?

Выводы _____

Задание 7.

Кейс «Бюджетирование и оптимизация расходов»

Муниципальный театр получил грант на проведение фестиваля. В процессе подготовки возник перерасход средств на техническое обеспечение.

Вопросы к кейсу:

- Как определить приоритетные статьи расходов?
- Какие меры по оптимизации бюджета можно применить?
- Как вести переговоры с подрядчиками для снижения стоимости услуг?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 26 - 27

ТЕМА 13. РИСК МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Основные этапы управления рисками в ивент-менеджменте: от идентификации до мониторинга.
2. Методы оценки и классификации рисков при организации ивент-мероприятий.
3. Финансовые риски в ивент-менеджменте: прогнозирование и минимизация затрат.
4. Управление репутационными рисками при проведении массовых мероприятий.
5. Факторы форс-мажора и их влияние на реализацию ивент-проектов.
6. Технологии управления рисками в условиях пандемии: опыт организации гибридных и онлайн-мероприятий.
7. Социальные и культурные риски при проведении международных ивентов.
8. Роль страхования в управлении рисками ивент-мероприятий.

9. Управление рисками, связанными с человеческим фактором: работа с персоналом и волонтерами.
10. Кризисный менеджмент на мероприятиях: алгоритмы действий в экстренных ситуациях.
11. Юридические риски при организации ивентов: соблюдение договорных обязательств и лицензирование.
12. Инструменты цифрового риска-менеджмента: использование технологий для предотвращения ошибок и инцидентов.

Задание 2. Практическое задание

Кейс «План мероприятий по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятий»

Вам как специалисту PR-отдела необходимо составить план мероприятий по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятий. После этого на совещании нужно ознакомить с планом сотрудников и руководство компании. К основным категориям рисков относятся:

- Технические (отказ оборудования, сбой связи).
- Логистические (опоздание поставок, транспортные проблемы).
- Природные (непогода, катастрофы).
- Человеческий фактор (болезни, ошибки персонала, конфликты).
- Безопасность и здоровье (травмы, пожары, чрезвычайные ситуации).
- Юридические и финансовые (нарушения договоров, перерасход бюджета)

Все эти риски необходимо учитывать при составлении плана. Необходимо составить чек-лист для контроля рисков:

План мероприятий по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятий

1. Идентификация потенциальных рисков

1.1. Провести анализ прошлых мероприятий и выявить типичные проблемы.

1.2. _____

1.3. _____

1.4. _____

2. Оценка и приоритизация рисков

2.1. Оценить вероятность возникновения каждого риска и степень его воздействия.

2.2. _____

2.3. _____

3. Разработка стратегий реагирования. Для каждого риска определить стратегию:

- Избежание _____
- Снижение (меры для уменьшения вероятности или последствий).
- Передача (страхование, аутсорсинг).
- Принятие (подготовка к последствиям)
- Составить план действий: описание риска, стратегия, конкретные шаги, ответственные лица, необходимые ресурсы

4. Обеспечение безопасности участников

4.1. Разработать и отработать план эвакуации, обозначить выходы.

4.2. _____

4.3. _____

4.4. _____

5. Обучение и коммуникация с командой

5.1. Провести тренинги и инструктажи по безопасности и действиям в ЧС.

5.2. _____
 5.3. _____
 5.4. _____

6. Тестирование и постоянное совершенствование

6.1. _____
 6.2. _____

7. Дополнительные рекомендации

7.1. *Использовать современные ИТ-решения для управления задачами и оповещениями.*
 7.2. _____
 7.3. _____
 7.4. _____

Составьте чек-листа для контроля рисков и заполните таблицу

Чек-лист для контроля рисков

№п/п	Этап	Действие	Ответственный	Срок
1	Идентификация			
2	Оценка			
3	Реагирование			
4	Безопасность			
5	Обучение			
6	Тестирование			
7	Анализ			

Вывод _____

Задание 3.

Ситуационная задача по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятия

Компания "ЭвентПро" организует городской open-air фестиваль на 2000 человек в парке. В программе: выступления артистов, мастер-классы, фудкорты, детская зона. За 5 дней до мероприятия прогнозируется ухудшение погоды: возможен сильный дождь и ветер. Кроме того, за неделю до события один из ключевых подрядчиков по техническому обеспечению сообщает о невозможности выполнить свои обязательства из-за форс-мажора.

Задание:

1. Определите основные риски, связанные с данной ситуацией.
2. Оцените вероятность и последствия каждого риска.
3. Предложите меры по управлению выявленными рисками.
4. Сформулируйте план действий (план "Б") на случай реализации наиболее критичных рисков.

Выводы _____

Задание 4.

Кейс по риск-менеджменту «Экологический форум под угрозой»

Организаторы планируют провести масштабный экологический форум на нескольких площадках города. Программа насыщенная: лекции, мастер-классы, детская зона, благотворительный маркет. За разные зоны отвечают отдельные команды, многие из которых впервые работают вместе. Центральное событие — лекция международного эксперта, запланированная на завершение форума. Параллельно с ней проходит популярный семинар местного эоактивиста.

В день форума:

- Некоторые участники посещают только "свои" мероприятия и уходят, не зная о других активностях.

- К началу ключевой лекции остается лишь треть от ожидаемого числа участников.

- В одной из зон произошел технический сбой со звуком.

- В соцсетях появляется информация о неорганизованной парковке и очередях на входе.

Вопросы для анализа:

1. Какие риски не были учтены организаторами на этапе планирования?

2. Как можно было минимизировать последствия выявленных рисков?

3. Какие инструменты риск-менеджмента вы бы использовали для предотвращения подобных ситуаций в будущем?

4. Какие действия должны быть предприняты командой в момент возникновения кризиса?

Контрольная точка 2 – ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (Раздел 6.3.1 РПД)

9 семестр ЗФО

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1

ТЕМА 1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СОБЫТИЙНОГО (ИВЕНТ) МЕНЕДЖМЕНТА, ЕГО СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Терминологический диктант, подготовка докладов с презентациями, решение ситуационных задач

Задание 1. Терминологический диктант:

1. Событийный (ивент)т менеджмент – это _____;
2. Событийная индустрия, ивент индустрия – это _____;
3. Выставочно-ярмарочная деятельность — это _____;
4. MICE — это _____;
5. Конгрессно-выставочная отрасль— это _____;
6. Конгрессная деятельность – это _____;
7. Художественные и культурно-досуговые мероприятия – это _____;
8. Культурно-досуговое мероприятие– это _____;
9. Представление – это _____;
10. Фестиваль – это _____;
11. Спонсор – это _____;
12. Спортивные события – это _____;
13. Событийный туризм - _____;
14. Креативный кластер – это _____;
15. Креативная (творческая) индустрия _____;
16. Мероприятие/событие/ивент _____.

Задание 2. Подготовка докладов с презентациями на следующие темы:

1. История и предпосылки появления событийного менеджмента.
2. Сущность и структура событийной индустрии.
2. Правила успешного ивент менеджмента.
3. Понятие и сущность креативной индустрии.
4. Истоки и формы благотворительности в Российском государстве.
5. Событийная индустрия как фактор развития социокультурной сферы на современном этапе.

6. Взаимосвязь событийной индустрии с другими отраслями.

Задание 3. Ситуационная задача «Организация мероприятия в условиях ограниченного бюджета»

Вам поручено организовать корпоративный праздник для компании из 200 сотрудников. Руководство выделило ограниченный бюджет, но ожидает яркое и запоминающееся мероприятие.

Вопросы для решения:

- Как вы определите приоритеты расходов?
- Какие элементы программы можно оптимизировать или заменить без ущерба для впечатления гостей?
- Какие партнерства или спонсорские возможности вы бы рассмотрели?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2

ТЕМА 2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ: ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ И ОРГАНИЗАЦИИ

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Специальные события: понятие, виды и общие принципы управления.
2. Специальные события как объект управления: сущность, классификация и общие принципы организации.
3. Основные этапы жизненного цикла специального события: от идеи до пост-анализа.
4. Основные этапы организации специального события (проектный подход).
5. Ключевые требования к планированию и предподготовке специального события.
6. Структура и функции команды организатора специального события (Event-менеджер, координаторы, волонтеры).
7. Разработка концепции и постановка целей специального события как основа успеха.

Задание 2. Практическое задание.

За неделю до мероприятия арендодатель отменил бронь площадки по техническим причинам.

Вопросы для решения:

- Каковы ваши первые шаги?
- Какие альтернативные решения вы предложите?
- Как уведомите участников и партнеров?

Задание 3. Кейс.

Организация приема для благотворительного мероприятия «Помощь слабовидящим детям».

Составить программу приёма-презентации для спонсоров планируемого мероприятия. Используя технологию ньюсмейкинга создать информационный повод для данного события.

Ньюсмейкинг (news making — создание новости) — это целесообразная направленная плановая деятельность по производству новостного потока для определенной цели. Например, написание и размещение интересных статей в блоге сайта. Центром информационного повода всегда является определенное событие, которое становится основой формирования взаимоотношений с целевыми группами общественности и,

следовательно, формирования публичности и коммуникационной среды для заинтересованных лиц.

Создайте интересную статью по тематике благотворительного мероприятия по приведенной ниже структуре. Стандартная структура новостных статей:

- Привлекательный заголовок.
- Интересный первый абзац (Что? Где? Когда? Почему? Как? Кто?).
- Тело статьи (описание и детализация).
- Предыстория (события из прошлого, которые определили значимость новости).
- Возможное развитие события в будущем.
- Дополнительная информация.

Данная структура может меняться в зависимости от типа новостного текста и количества собранной информации.

Дополнительно: Информационный поток – последовательность сообщений, связанная воедино вокруг информационного повода.

Приёмы формирования такого потока: *рассылка пресс- релизов, организация события с приглашением на него представителей СМИ, и т.д.*

Надо «подпитывать новость, а иначе она умрёт» - Схема «растягивания новости» и «нарезки»

Анонс новости → изложение новости → дополнительные подробности → промежуточные итоги → окончательные итоги

Надо уделять особое внимание различным сегментам данной новости (когда? Где? Кто?) Информирование должно происходить до (*преньюс*) и после события (*постнюс*)

Преньюс– предварительное информирование (Когда? Где? Кто? Что? + акцент на любом элементе);

Постнюс – это продолжение жизни информационного повода (основные итоги и дополнительные подробности, комментарии прошедшего события).

Сделать выводы по проделанной работе. Представить практическое задание в виде текстового документа или презентации.

Задание 4. Кейс.

Вы сотрудник ивент агентства. Ваша задача – подготовить презентацию по запросу заказчика. Ваша задача при подготовке презентации: донести основную мысль до аудитории; убедить, заинтересовать, мотивировать; облегчить восприятие информации с помощью визуальных и эмоциональных средств

Необходимо помнить, что презентация — это особый формат делового мероприятия, на котором компания или автор представляют продукт, услугу, проект или идею целевой аудитории. Главная цель презентации — продемонстрировать преимущества, вызвать интерес, сформировать положительный образ и побудить к нужному действию (покупке, сотрудничеству, инвестициям). Презентация сочетает в себе элементы рекламы, демонстрации и коммуникации и требует серьезных интеллектуальных, организационных и материальных затрат.

Задание. Каждый из представленных этапов необходимо «наполнить» определенными действиями и процессами (по примеру первого этапа).

Этапы подготовки презентации

1. Постановка цели и задач

1.1 Четко сформулируйте цель презентации: что вы хотите получить от аудитории (информировать, убедить, продать, наладить партнерство и т.д.)

1.2. Определите дополнительные задачи: освещение в СМИ, укрепление имиджа, расширение контактов.

2. Анализ целевой аудитории

2.1. _____

2.2. _____

3. Разработка концепции и сценария

- 3.1. _____
- 3.2. _____
- 3.3. _____

4. Организационные вопросы

- 4.1. _____
- 4.2. _____
- 4.3. _____
- 4.4. _____

5. Визуальное и техническое оформление

- 5.1. _____
- 5.2. _____

6. Репетиция и подготовка спикеров

- 6.1. _____
- 6.2. _____

7. Проведение мероприятия

- 7.1. _____
- 7.2. _____

8. Завершение и анализ

- 8.1. _____
- 8.2. _____

Практические советы для успешной презентации

- Стройте выступление в форме истории (сторителлинг), не читайте слайды, а рассказывайте;
- Используйте минимум текста, максимум визуализации;
- Вовлекайте аудиторию, задавайте вопросы, поддерживайте контакт глазами;
- Следите за своим языком тела и голосом, чтобы выглядеть уверенно;
- Не преувеличивайте свои достижения — честность вызывает доверие;
- Репетируйте выступление не менее трех раз;

Краткая структура подготовки презентации как события

- Определение цели и задач
- Анализ аудитории
- Разработка концепции и сценария
- Организационная подготовка (место, дата, приглашения, бюджет)
- Визуальное и техническое оформление
- Репетиция и подготовка спикеров
- Проведение мероприятия
- Завершение, анализ и отчетность

Сделать выводы по проделанной работе.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3

ТЕМА 3. ВИДЫ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ И ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Классификация специальных событий и их роль в общественной жизни (Обзор основных типов событий: культурных, спортивных, корпоративных, социальных и других).
2. Организация массовых культурных мероприятий: от концепции до реализации (Примеры концертов, фестивалей, театральных постановок).
3. Спортивные события как инструмент продвижения здорового образа жизни (Анализ крупных спортивных мероприятий: Олимпийские игры, чемпионаты мира).
4. Корпоративные мероприятия: виды, цели и особенности проведения (Тимбилдинг, конференции, презентации).
5. Социальные акции и общественные мероприятия: их влияние на развитие общества (Благотворительные акции, митинги, волонтерские проекты).
6. Эко-события как форма повышения экологической осведомленности (Субботники, экологические акции и фестивали).
7. Роль международных форумов и конференций в глобальном взаимодействии (Давосский форум, саммиты ООН, экономические форумы).
8. Молодежные и студенческие мероприятия: особенности и значимость (Фестивали, форумы, образовательные проекты).
9. Свадьбы и другие частные торжества как особый вид мероприятий (Ритуалы, традиции и современные тенденции в организации).
10. Технологии в организации массовых мероприятий: современные тренды (Онлайн-мероприятия, использование AR/VR, мобильные технологии).
11. Религиозные праздники и их значение в укреплении социальной связи (Рассмотрение крупных религиозных событий, таких как Рождество, Пасха, Рамадан).
12. Международные фестивали и их роль в культурном обмене (Каннский кинофестиваль, Венецианский карнавал, Октоберфест).

Задание 2. Вы менеджер по общественным связям научной организации (научно-исследовательский институт, ВУЗ и др.). Вам поручена подготовка научной конференции по тематике исследований организации. Организация научной конференции — это комплексный процесс, включающий несколько последовательных этапов. Каждый из них важен для успеха мероприятия и требует тщательной проработки. Как Вы будете осуществлять подготовку к мероприятию исходя из представленных ниже этапов? Составьте алгоритм подготовки, включая в каждый этап определенные задачи и действия.

Основные этапы подготовки научной конференции

1. Определение темы, целей и задач конференции

1.1. _____

1.2. _____

2. Формирование организационного комитета

2.1. _____

2.2. _____

3. Разработка программы конференции

3.1. _____

3.2. _____

4. Подготовка и распространение информационных материалов

4.1. _____

4.2. _____

5. Приём заявок и тезисов участников

5.1. _____

5.2. _____

6. Подготовка докладов и презентаций

6.1. _____

6.2. _____

7. Техническая и организационная подготовка

7.1. _____
7.2. _____

8. Финансовое и юридическое обеспечение

8.1. _____
8.2. _____

9. Проведение конференции

9.1. _____
9.2. _____

10. Постконференционная работа

10.1 _____
10.2 _____

Исходя из основных этапов подготовки к конференции заполните таблицу

№ п/п	Этап	Характеристика (краткое описание) бизнес-процессов
1	Определение темы и целей	
2	Формирование оргкомитета	
3	Разработка программы	
4	Информационная работа	
5	Приём заявок и тезисов	
6	Подготовка докладов	
7	Техническая подготовка	
8	Финансовое обеспечение	
9	Проведение	
10	Постконференционная работа	

Сделать выводы по проделанной работе.

Задание 3. Кейс «Планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии»

Необходимо помнить, что планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии требуют системного подхода и включают несколько ключевых этапов, каждый из которых важен для достижения целей компании и эффективного использования ресурсов. Раскройте сущность каждого из этапов, указав ключевые действия по каждому из них.

1. Определите цели и формат участия

1.1. _____
1.2. _____

2. Анализ и выбор мероприятия

2.1. _____
2.2. _____
2.3. _____

3. Разработка концепции и плана участия

3.1. _____
3.2. _____
3.3. _____

4. Организационные и технические мероприятия

4.1. _____
4.2. _____
4.3. _____
4.4. _____

5. Продвижение и коммуникация

- 5.1. _____
 5.2. _____
 6. Работа на выставке
 6.1. _____
 6.2. _____
 7. Завершение и анализ результатов
 7.1. _____
 7.2. _____
 7.3. _____

Проверьте себя и заполните сводный алгоритм этапов в таблице.

№ п/п	Этапы подготовки к участию в выставочно-ярмарочному мероприятию	Ключевые действия
1	Цели и формат	
2	Выбор мероприятия	
3	Концепция и план	
4	Организация (организационные и технические мероприятия)	
5	Продвижение и коммуникация	
6	Работа на выставке	
7	Завершение и анализ результатов	

Составьте рекомендации для подготовки к участию выставочно-ярмарочному мероприятию:

1. _____
 2. _____
 3. _____

Сделайте вывод по проделанной работе.

Задание 4. Работа с неформальным лидером в команде

В вашей команде появился неформальный лидер, который скептически относится к планируемому крупному событию и может повлиять на мнение других сотрудников.

Вопросы для решения:

- Как выстроить стратегию взаимодействия с этим сотрудником?
- Какую модель поведения выберете: игнорировать, уволить, привлечь на свою сторону или предложить иной вариант? Обоснуйте выбор.

Задание 5. Конфликт в команде при подготовке события

В процессе подготовки фестиваля между членами оргкомитета возник конфликт из-за распределения обязанностей и разных взглядов на формат мероприятия.

Вопросы для решения:

- Определите тип конфликта и его причины.
- Какие методы урегулирования вы примените?
- Как предотвратить подобные ситуации в будущем?

Сделайте выводы по проделанной работе.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4

ТЕМА 4. СРЕДА И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ИВЕНТ (EVENT)-ПРОЕКТОВ

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Анализ целевой аудитории в контексте организации ивент-проектов: методы и подходы.
2. Влияние культурной среды на восприятие ивент-проектов: локальные и глобальные аспекты.
3. Цифровизация ивент-проектов: как целевая аудитория адаптируется к виртуальной среде.
4. Социальные и демографические особенности целевой аудитории и их роль в разработке ивент-проектов.
5. Эмоциональная среда и психологические триггеры в ивент-проектах: привлечение и удержание аудитории.
6. Роль среды проведения мероприятия в формировании впечатлений целевой аудитории.
7. Использование современных технологий (AR/VR) для создания уникальных сред в ивент-проектах.
8. Экопроекты как элемент ивент-индустрии: как целевая аудитория реагирует на экологическую тематику.
9. Кросс-культурные различия в восприятии ивентов: адаптация проекта под аудиторию разных стран.
10. Тренды в организации ивентов: как изменяется целевая аудитория в эпоху глобализации и цифровой трансформации.

Задание 2. Подготовка докладов с презентациями на следующие темы:

1. Нормативно-правовое регулирование событийной индустрии.
2. Подходы и методы составления бюджета корпоративных мероприятий
3. Некорпоративные клиенты событийной индустрии: ассоциации государственные структуры.
4. SMERF-группы, особенности взаимодействия и организации мероприятий.
5. Правительственные структуры, государственные органы в качестве заказчиков и организаторов события.
6. Взаимосвязь событийной индустрии с другими отраслями.

Задание 3. Аналитическая справка. Представить участников событийной индустрии в виде схемы и составить их краткую характеристику.

Задание 4. Ситуационная задача.

Вы планируете занять должность ведущего менеджера агентства, работающего в секторе делового туризма и организации мероприятий. На собеседовании вас попросили перечислить основные направления деятельности организации.

Деятельность MICE-агентства охватывает все этапы подготовки и проведения мероприятия:

1. *первичное взаимодействие с заказчиком, выбор формата мероприятия, расчет предложений;*

2. *разработка концепции мероприятия и его программы;*

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____

Вывод. _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5
ТЕМА 5. ПРИМЕРЫ РЕАЛИЗАЦИИ УСПЕШНЫХ EVENT-ПРОЕКТОВ В
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ
Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, решение ситуационных задач и кейсов

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Организация Олимпийских игр в Сочи 2014: опыт России в проведении масштабных международных спортивных мероприятий.
2. «Алые паруса» в Санкт-Петербурге: успешный пример городского культурного события.
3. Фестиваль «Парк Горького» в Москве: как современная городская среда трансформируется через ивенты.
4. Секреты успеха «Tomorrowland»: крупнейшего международного музыкального фестиваля.
5. Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России: организация, аудитория и влияние на имидж страны.
6. «Круг света» в Москве: инновации в использовании технологий для массовых мероприятий.
7. Фестиваль Coachella: как бренд превращает музыкальное событие в глобальный культурный феномен.
8. «Белые ночи» в Перми: пример успешного регионального культурного проекта.
9. «Спасская башня»: международный военный музыкальный фестиваль как символ культурного обмена в России.
10. Фестивали «Россия – страна возможностей»: успешный пример образовательных и карьерных ивентов в российской практике.

Задание 2. Практическое задание.

Аналитическая справка. Ознакомиться и дать краткую характеристику нормативно-правовому обеспечению событийного менеджмента.

1. Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года _____

_____;

2. План мероприятий по реализации Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года _____

_____;

3. 33.019 Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (регистрационный номер 847) _____

_____;

4. 33.026 Специалист в сфере ярмарочной деятельности (регистрационный номер 1663). _____

_____;
5. 33.027 Специалист по организации конгрессных мероприятий (регистрационный номер 1664). _____

_____;
6. ГОСТ Р 53524-2023 Конгрессная деятельность. Термины и определения _____

7. ГОСТ Р 56765-2023 Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения. _____

8. ГОСТ Р 70135-2022 Деятельность ярмарочная. Общие технические требования. _____

9. ГОСТ Р 70216-2022 Конгрессная деятельность. Основные положения. _____

10. ГОСТ Р 70217-2022 Выставочные и конгрессные площадки. Основные Требования. _____

11. ГОСТ Р 70218-2022 Выставочный сервис. Основные положения. _____

12. ГОСТ Р 70219-2022 Безопасность проведения конгрессных, выставочных и ярмарочных мероприятий. Основные положения и требования _____

Задание 3. Подготовка докладов с презентациями на следующие темы:

1. Зарубежные организации и ассоциации в сфере событийного менеджмента.
2. Характеристика Международной ассоциации конгресс-центров (International Association of Convention Centres, AIPC).
3. Международная ассоциация выставок и мероприятий (IAEE, International Association of Exhibitions & Events).
4. Международная ассоциация профессиональных организаторов конгрессов (IAPCO — International Association of Professional Congress Organizers).
5. Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA — International Congress and Convention Association).
6. Международная федерация выставочных и ивент-услуг (IFES — International Federation of Exhibition & Event Services).
7. Объединенный совет индустрии встреч (JMIC — Joint Meeting Industry Council).
8. Международная сеть профессиональных DMC для организации международных событий, групповых и инсентив-поездок (World of DMCs).
9. Российская ассоциация событийного маркетинга (REMA).
10. Национальная ассоциация организаторов мероприятий (НАОМ).

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6
ТЕМА 6. ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ, ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ
СОБЫТИЙНОГО (ИВЕНТ) МЕНЕДЖМЕНТА.

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Основные принципы и этапы планирования ивент-проектов: от идеи до реализации.
2. Методы управления рисками в ивент-менеджменте: минимизация форс-мажоров.
3. Технологии управления временем (тайм-менеджмент) в организации событий.
4. Инструменты бюджетирования в ивент-менеджменте: от прогнозирования до контроля затрат.
5. Использование CRM-систем в ивент-менеджменте: эффективное взаимодействие с аудиторией.
6. Роль цифровых технологий в современных ивент-проектах: от онлайн-продаж билетов до виртуальных мероприятий.
7. Инновационные методы продвижения событий: использование SMM, таргетированной рекламы и инфлюенсеров.
8. Применение технологий виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в создании уникальных ивент-опытов.
9. Принципы построения команды для успешной реализации ивент-проекта.
10. Методы оценки эффективности ивент-проектов: KPI, обратная связь и пост-ивент анализ.

Задание 2. Практическое задание

Кейс «План международного ивент-проекта».

Разработать план-проект совместного (международного) event-проекта. Для этого необходимо реализовать следующие этапы:

1. Определение целей и формата мероприятия

1.1 Четко сформулируйте цель проекта: например, развитие международного сотрудничества, продвижение бренда, обмен опытом, образовательная или культурная миссия.

1.2. _____

1.3. _____

2. Анализ целевой аудитории

2.1 _____

2.2. _____

3. Формирование команды и распределение ролей

3.1. _____

3.2. _____

4. Планирование и бюджетирование

4.1. _____

4.2. _____

5. Выбор площадки и даты

5.1. _____ 5.2. _____

6. Разработка программы и сценарного плана

- 6.1. _____
6.2. _____
6.3. _____

7. Логистика и организация трансфера

- 7.1. _____
7.2. _____

8. Маркетинг, PR и продвижение

- 8.1. _____
8.2. _____
8.3. _____

9. Техническое обеспечение

- 9.1. _____
9.2. _____

10. Юридические и организационные вопросы

- 10.1. _____
10.2. _____

11. Реализация и контроль

- 11.1. _____
11.1. _____

12. Оценка результатов и отчетность

- 12.1. _____
12.2. _____
12.3. _____

Примерную структуру таблицы-графика проекта представить в таблице

№п/п	Этап	Сроки	Ответственный	Ключевые задачи
1	Формулировка целей	<i>1 неделя</i>	<i>Руководитель проекта</i>	<i>Утверждение целей и KPI</i>
2	Сбор команды			
3	Бюджетирование			
4	Выбор площадки и даты			
5	Программа и сценарий			
6	Маркетинг и PR			
7	Логистика и визы			
8	Техническое обеспечение			
9	Проведение мероприятия			
10	Сбор обратной связи			
11	Итоговый отчет			

Разработайте рекомендации для реализации международных проектов:

1.
2.
3.

Вывод _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7
ТЕМА 7. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИВЕНТ-АГЕНТСТВА
Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Этапы создания ивент-агентства: от бизнес-идеи до выхода на рынок.
2. Организационная структура ивент-агентства: ключевые роли и функции сотрудников.
3. Особенности разработки бизнес-плана для ивент-агентства.
4. Стратегии позиционирования ивент-агентства на рынке событийных услуг.
5. Управление проектами в ивент-агентстве: ключевые подходы и инструменты.
6. Маркетинговые стратегии продвижения ивент-агентства: digital-инструменты и офлайн-методы.
7. Финансовое планирование и ценообразование в деятельности ивент-агентства.
8. Технологии автоматизации процессов в ивент-агентстве: от CRM-систем до планировщиков задач.
9. Управление командой в ивент-агентстве: подбор персонала, мотивация и распределение обязанностей.
10. Юридическое обеспечение деятельности ивент-агентства: договоры, лицензии и правовые риски.

Задание 2. Практическое задание

Кейс «Организация деятельности ивент-агентства»

Вы с командой единомышленников приняли решение открыть ивент-агентство в вашем городе. Вы понимаете, что организация работы ивент-агентства — это комплексная задача, включающая стратегическое планирование, построение структуры команды, выстраивание бизнес-процессов, работу с клиентами и подрядчиками, а также постоянное совершенствование качества услуг. Существует определенный алгоритм действий при открытии ивент-агентства. Необходимо решить какие бизнес-процессы вы будете реализовывать на том или ином этапе деятельности.

Основные этапы создания и управления ивент-агентством

1. Исследование рынка и целевой аудитории
 - 1.1. _____
 - 1.2. _____
2. Формирование команды и структуры агентства
 - В успешном ивент-агентстве функции четко распределены между сотрудниками по направлениям: клиентский сервис, креатив, реализация, продажи, продвижение, HR-блок
 - Типичная структура включает:
 - Директор агентства (стратегия, ключевые переговоры)
 - Менеджеры по организации мероприятий (планирование, координация, бюджет)
 - Креативный отдел (разработка концепций, сценариев)
 - Производственный отдел (дизайнеры, техническое обеспечение)
 - Отдел продаж и продвижения (поиск клиентов, маркетинг)
 - HR-специалист (при штате более 10 человек)
3. Разработка и стандартизация бизнес-процессов
 - 3.1. _____

3.2. _____

4. Поиск и работа с подрядчиками

4.1. _____

4.2. _____

5. Продвижение и маркетинг

5.1. _____

5.2. _____

6. Финансовое планирование и монетизация

6.1. _____

6.2. _____

7. Оценка результатов и развитие

7.1. _____

7.2. _____

В таблице укажите основные функции отделов и /или должностных лиц агентства.

№ п/п	Должность/Отдел	Основные функции
1	Генеральный директор	
2	Отдел клиентского сервиса	
3	Креативный отдел	
4	Отдел реализации	
5	Отдел продаж	
6	Отдел продвижения	
7	HR-блок	

Разработайте рекомендации для эффективной деятельности ивент-агентства (2-4 пункта).

1. _____

2. _____

3. _____

Вывод. _____

Задание 3. Ситуационная задача для ивент-агентства «Как исправить ситуацию и сохранить лицо компании?»

В ивент-агентство обратился клиент — небольшая IT-компания, которая хочет провести корпоративное мероприятие для сотрудников. Бюджет ограничен, но компания хочет, чтобы мероприятие было запоминающимся, способствовало командообразованию и повысило лояльность сотрудников.

За неделю до события выясняется, что количество гостей увеличилось на 40% из-за приглашения партнеров. При этом площадка и кейтеринг уже были согласованы под меньший состав. Времени на подготовку остается мало, а клиент настаивает на сохранении высокого уровня мероприятия и не хочет выходить за рамки бюджета.

Вопросы:

1. Какие шаги должен предпринять менеджер ивент-агентства для решения возникшей проблемы?

2. Какие креативные решения можно предложить, чтобы мероприятие осталось ярким,

несмотря на ограниченный бюджет и увеличившееся количество гостей?

3. Как правильно выстроить коммуникацию с клиентом и подрядчиками в условиях цейтнота?

Разбор решения

1. Действия менеджера ивент-агентства:

- 1.1. _____
- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

2. Креативные решения при ограниченном бюджете:

- 2.1. _____
- 2.2. _____
- 2.3. _____
- 2.4. _____

3. Коммуникация с клиентом и подрядчиками:

- 3.1. _____
- 3.2. _____
- 3.3. _____
- 3.4. _____

Пример ситуационных вопросов для клиента

1.5. Какие элементы мероприятия для вас наиболее важны в условиях увеличения числа гостей: программа, питание, оформление или что-то еще?

- 1.6. _____
- 1.7. _____
- 1.8. _____

Вывод. _____

КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 1 – ПРОЕКТНОЕ ЗАДАНИЕ «АНАЛИЗ СРЕДЫ И ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ИВЕНТ-ПРОЕКТА» (РАЗДЕЛ 6.3.1 РПД)

10 семестр

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8

ТЕМА 8. ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ, КАДРОВОЕ И ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНОГО СОБЫТИЯ

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

- 1. Этапы планирования и подготовки специального события: от концепции до реализации.
- 2. Разработка сценарного плана как основа подготовки успешного мероприятия.
- 3. Создание проектной команды для организации специального события: роли и функции участников.
- 4. Финансовое планирование в подготовке специального события: составление бюджета и контроль расходов.

5. Источники финансирования специальных событий: спонсорство, гранты и собственные средства.
6. Подбор и обучение персонала для реализации специального события: ключевые требования и компетенции.
7. Аутсорсинг в организации специальных событий: преимущества и риски при привлечении подрядчиков.
8. Оптимизация затрат при подготовке специальных событий: экономически эффективные подходы.

Задание 2.

Кейс «Подготовка специального события»

Вы креативный директор «Ивент-агентства». Вам поручили разработать внутрифирменный стандарт для организации специальных событий. Исходя из общепринятых в данной сфере алгоритмов действий разработайте свой, используя в качестве основы план, представленный ниже. Обязательным условием является отражение кадрового и финансового обеспечения специального события. Составить «Путевой лист» («Дорожную карту») мероприятия.

Этапы подготовки специального события:

1. Определение целей и целевой аудитории:

1.1. Четко сформулируйте цель мероприятия и донесите её до всех заинтересованных сторон.

1.2. _____

2. Разработка концепции, программы и сценария:

2.1. Создайте детальную программу события, определите темы выступлений, спикеров, тайминг, перерывы.

2.2. _____

3. Организационные вопросы:

3.1. Выберите площадку, учитывая требования по вместимости, техническому оснащению и доступности.

3.2. _____

3.3. _____

4. Финансовое обеспечение

4.1 Составьте детальный бюджет, включающий все расходы: аренда, техника, персонал, питание, реклама, безопасность и прочее.

4.1. _____

4.2. _____

4.3. _____

4.4. _____

5. Кадровое обеспечение

5.1. Сформируйте команду профессионалов, исходя из задач и масштаба события (организаторы, технический персонал, хостес, охрана, кейтеринг и др.)

5.1. _____

5.2. _____

5.3. _____

5.4. _____

6. Проведение и пост-мероприятие

6.1. _____

6.2. _____

Исходя из необходимого функционала определите необходимое кадровое обеспечение (структура команды) и заполните таблицу.

п/п	№	Должность	Функционал (задачи и требования)
	1		Общее руководство, координация всех процессов
	2		Монтаж/демонтаж оборудования, техподдержка
	3		Встреча гостей, регистрация, информирование
	4		Безопасность участников и площадки
	5		Организация питания и напитков
	6		Продвижение события, работа со СМИ, соцсети
	7		Контроль за отдельными блоками мероприятия
	8		Помощь в навигации, решение мелких вопросов

Примечание. Важно подбирать персонал, способный работать в команде, обладающий необходимыми компетенциями и позитивным настроем!

Опишите ключевые этапы финансового обеспечения:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Вывод.

Задание 3.

Кейс» Как рассчитать расходы на корпоративное мероприятие (юбилей фирмы)»

В ивент-агентство обратились руководители туристической (рекламной, строительной и др.) фирмы по поводу организации юбилея компании. Акцент в заказе – расчет бюджета мероприятия. Необходимо осуществить расчет бюджета, используя алгоритм представленный ниже.

1. Определите цель и формат мероприятия

- 1.1. _____
- 1.2. _____

2. Определите количество приглашённых

- 2.1. _____
- 2.2. _____

3. Установите границы бюджета

- 3.1. _____
- 3.2. _____

4. Составьте подробную смету расходов, включив все основные и дополнительные статьи расходов, чтобы ничего не упустить:

- Аренда площадки
- Украшение и оформление
- Кейтеринг (еда и напитки)
- Техническое обеспечение (звук, свет, проекторы)
- Развлекательная программа (ведущий, артисты, шоу, активности)
- Фото- и видеосъёмка

- Транспортные расходы
- Подарки и сувениры
- Призы для конкурсов
- Оплата услуг персонала
- Прочие мелкие расходы (например, страховка, непредвиденные траты — заложите 10–15% от бюджета)
- Получите коммерческие предложения от подрядчиков и сравните цены

5. Согласуйте бюджет с руководством

- Утвердите смету у руководства или бюджетного комитета.
- После согласования передайте в бухгалтерию для оформления и учёта расходов.

Составьте смету расходов и занесите их в таблицу.

№ п/п	Статья расходов	Примерная сумма (руб.)	Примечание
	Аренда площадки		Зависит от места, сезона и количества гостей
	Кейтеринг		___ руб. на человека × 100 гостей
	Ведущий		Без медийности, известный — от 500 000 руб.
	Артисты/шоу		Зависит от популярности
	Оборудование		Звук, свет, проектор
	Декор, оформление		Тематический стиль
	Фото/видео		Пакет услуг
	Транспорт		Доставка гостей, оборудования
	Подарки, сувениры		400 руб. на человека
	Прочие расходы		Резерв на непредвиденные траты
	Итого		Цифры примерные, корректируйте под свои условия и количество гостей

Рекомендации по оптимизации расходов

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Отражение бухгалтерского и налогового учёта

1. _____
2. _____
3. _____

Выводы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9

ТЕМА 9. РЕКЛАМА И ПУБЛИК РЕЛЕЙШНЗ, ИХ РОЛЬ В ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИИ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Роль рекламы в продвижении ивент-мероприятий: основные каналы и инструменты.
2. Паблик рилейшнз как инструмент формирования имиджа ивент-мероприятия.
3. SMM (Social Media Marketing) в продвижении событий: стратегии и кейсы.
4. Интеграция рекламных кампаний и PR-активностей в рамках ивент-менеджмента.
5. Роль PR-стратегии в создании долгосрочного успеха ивент-мероприятий.
6. Использование инфлюенсеров и лидеров мнений для продвижения ивент-мероприятий.
7. Партизанский маркетинг в рекламе событий: нестандартные подходы к привлечению аудитории.
8. Медиапланирование в рекламе ивент-мероприятий: от выбора каналов до оценки эффективности.

Задание 2. Практическое задание.

Кейс «Как «продвинуть» специальное событие»

Необходимо осуществить продвижение специального события.

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

Для продвижения специального события (мероприятия) используются различные рекламные каналы, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки при составлении медиаплана рекламной кампании. Вот основные из них:

1. Таргетированная онлайн-реклама (соцсети, мессенджеры, контекстная реклама)
- Примеры: ВКонтакте, Одноклассники, Яндекс.Директ.

- Преимущества:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

- Недостатки:

1. _____
2. _____
3. _____

2. Реклама у блогеров и лидеров мнений

- Преимущества:

1. _____
2. _____

- Недостатки:

1. _____
2. _____

3. Партнерские рассылки (email, мессенджеры)

- Преимущества:

1. _____
2. _____

- Недостатки:

1. _____
2. _____

4. Классические медиа: телевидение, радио, пресса

- Телевидение:

- Преимущества: _____

- Недостатки: _____

- Радио:

- Преимущества: _____

- Недостатки: _____

- Газеты и журналы:

- Преимущества: _____

- Недостатки: _____

5. Наружная реклама (билборды, афиши, ситилайты)

- Преимущества:

1. _____

2. _____

- Недостатки:

1. _____

2. _____

3. _____

6. Спонсорство и специальные мероприятия (выставки, презентации, промо-акции)

- Преимущества:

1. _____

2. _____

- Недостатки:

1. _____

2. _____

Задание 3. Составить и заполнить сравнительную таблицу преимуществ и недостатков рекламных средств.

№ п/п	Рекламное средство	Преимущества	Недостатки
1	Онлайн-реклама	<i>Точное таргетирование, гибкость, измеримость</i>	<i>Требует экспертизы, высокая конкуренция, баннерная слепота</i>
2	Блогеры		
3	Email/мессенджеры		
4	ТВ		
5	Радио		
6	Пресса		
7	Наружная реклама		
8	Спецмероприятия		

Предложите правила для выбора средства для медиа-плана

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

Вывод. _____

Задание 4.

Кейс «План работы на месяц для PR-специалиста»

Составить план работы на месяц для PR-специалистов социокультурной сферы, включающий в себя:

- деятельность на регулярной основе,
- организацию специального события,
- организацию PR-проекта или PR-кампании.

План работы на месяц для PR-специалистов социокультурной сферы

1. Регулярная деятельность (еженедельная/ежемесячная)

- Мониторинг и анализ медиа и социальных сетей

-
- Создание и публикация контента

-
- Взаимодействие с целевыми аудиториями

-
- Анализ эффективности PR-активностей
-

2. Организация спец. события

- Цель: *Повышение узнаваемости учреждения и вовлечение целевой аудитории через культурное или социальное мероприятие.*

- Подготовительный этап (1-2 недели):

1.1. *Определение формата и темы события (например, выставка, фестиваль, лекция, мастер-класс).*

- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

- Проведение события (3-я неделя):

1.1. *Организация площадки, техническое обеспечение, встреча гостей.*

- 1.2. _____
- 1.3. _____

- Подведение итогов (4-я неделя):

- 1.1. _____
- 1.2. _____

3. Организация PR-проекта или PR-кампании

- Цель: *Продвижение социально значимой инициативы или программы учреждения.*

- Планирование (1-я неделя):

1.1. *Определение цели и задач кампании, целевой аудитории.*

- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

- Реализация (2-3 недели):

1.1. *Запуск информационной кампании: публикации, пресс-релизы, интервью, акции, коллаборации с партнерами.*

- 1.2. _____
- 1.3. _____
- 1.4. _____

- Завершение и оценка (4-я неделя):

1.1. Сбор и анализ данных по охвату, вовлеченности и результатам кампании.

- 1.2. _____
- 1.3. _____

Вывод _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10

ТЕМА 10. ТЕХНИЧЕСКАЯ, АДМИНИСТРАТИВНАЯ И ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Роль рекламы в продвижении ивент-мероприятий: основные каналы и инструменты.
2. Паблик рилейшнз как инструмент формирования имиджа ивент-мероприятия.
3. SMM (Social Media Marketing) в продвижении событий: стратегии и кейсы.
4. Интеграция рекламных кампаний и PR-активностей в рамках ивент-менеджмента.
5. Роль PR-стратегии в создании долгосрочного успеха ивент-мероприятий.
6. Использование инфлюенсеров и лидеров мнений для продвижения ивент-мероприятий.
7. Партизанский маркетинг в рекламе событий: нестандартные подходы к привлечению аудитории.
8. Медиапланирование в рекламе ивент-мероприятий: от выбора каналов до оценки эффективности.
9. Кризисные коммуникации в PR: работа с негативными отзывами и репутацией события.
10. Реклама через контент: создание уникального контента для продвижения мероприятий.
11. Роль пресс-релизов в PR-кампаниях для освещения ивент-мероприятий.
12. Оценка эффективности рекламы и PR в продвижении ивентов: KPI и методы анализа.

Задание 2. Практическое задание.

Задание-кейс. Любое ивент-событие включает в себя техническую, административную и логистическую составляющие.

Технический план обеспечивает бесперебойную работу оборудования, синхронизацию всех технических процессов и своевременное реагирование на возможные сбои. Важно заранее определить ответственных и провести тестирование всех систем.

Административный план — основа для эффективного управления командой, контроля сроков и взаимодействия с подрядчиками и службами. Четкое распределение ролей и задач снижает риски сбоев и недопонимания

Логистический план позволяет оптимизировать перемещение ресурсов, обеспечить своевременную доставку и хранение оборудования, а также минимизировать издержки и риски, связанные с логистикой.

Составьте план ивент-события события в виде таблицы, отразив техническую, административную и логистическую составляющую.

Технический, административный и логистический план ивент-события.

План	Описание	Основные задачи	Ответственные
Технический план			
Административный план			
Логистический план			

Выводы _____

Задание 3. Практическое задание.

Ситуационная задача «Как «спасти» форум?»

Ваша компания организует крупный корпоративный форум для 500 участников в конференц-центре другого города. Мероприятие включает пленарные заседания, секционные сессии и вечерний банкет. До начала форума осталось две недели. Но при этом возникло несколько проблем технического, административного и логистического характера.

4. Техническая проблема.

В технической зоне выявлен сбой в работе основной системы звукоусиления. Запасное оборудование доставлено неправильной комплектации и несовместимо с текущей инфраструктурой. Необходимо обеспечить бесперебойную трансляцию выступлений и онлайн-стрим для удалённых участников.

5. Административная проблема.

Не все спикеры подтвердили своё участие, а часть регистрационных данных участников неполная. Необходимо оперативно собрать недостающую информацию, распределить зоны ответственности среди персонала и согласовать график выступлений с технической командой.

6. Логистическая проблема.

В связи с изменениями в расписании доставки, часть оборудования и печатных материалов ещё не прибыла на площадку. Транспортная компания сообщила о возможной задержке на сутки. Необходимо организовать временное хранение прибывающего оборудования, обеспечить своевременную доставку материалов и согласовать логистику с технической и административной командами.

Вопросы для анализа:

1. Какие шаги необходимо предпринять для решения технической проблемы и обеспечения бесперебойной работы?
2. Как организовать сбор и проверку данных участников и спикеров, а также распределить зоны ответственности?
3. Какие меры предпринять для минимизации логистических рисков и своевременной подготовки площадки?

Дополнительно: используйте примеры из кейсов по управлению непредвиденными ситуациями и оптимизации логистики для повышения эффективности работы команды

КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 2 – ПРОЕКТНОЕ ЗАДАНИЕ «РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЯ» (РАЗДЕЛ 6.3.1 РПД)

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11

ТЕМА 11. ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Роль ивент-менеджмента в развитии социального партнёрства: теоретические основы и практические примеры.
2. Социальные проекты и мероприятия как форма взаимодействия бизнеса и общества.
3. Ивент-менеджмент в реализации благотворительных и волонёрских инициатив.
4. Партнёрство государства, бизнеса и общественных организаций через ивенты: перспективы и примеры.
5. Корпоративные социальные мероприятия как инструмент укрепления социального партнёрства.
6. Роль культурных мероприятий в развитии местных сообществ и социальных связей.
7. Ивенты для образовательных проектов: взаимодействие образовательных учреждений и бизнеса.
8. Экологические мероприятия как пример применения ивент-менеджмента в социальной сфере.
9. Фестивали и форумы как платформа для социального диалога и партнёрства.
10. Роль медиа в продвижении ивентов, направленных на развитие социального партнёрства.
11. Ивенты в сфере инклюзии: как мероприятия помогают интеграции различных социальных групп.
12. Эффективность ивент-менеджмента в решении социальных проблем: методы оценки и перспективы.

Задание 2. Практическое задание.

Ситуационная задача «Выбор партнера и распределение ролей»

Команда вашего ивент-агентства организует благотворительный фестиваль для помощи детям из малообеспеченных семей. Необходимо выбрать партнеров среди местных бизнесов, некоммерческих организаций и образовательных учреждений. Вам как PR-менеджеру поставили ряд задач.

Задачи:

1. Определить критерии выбора партнеров,
2. распределить роли (например, кто отвечает за логистику, маркетинг, сбор средств),
3. разработать план взаимодействия и согласовать общие цели.

Выводы _____

Задание 3.

Ситуационная задача «Управление ограниченным бюджетом»

Ивент-агентство «Праздник с собой» получил заказ на проведение корпоративного мероприятия. Бюджет мероприятия ограничен, но необходимо обеспечить высокий уровень вовлеченности аудитории и привлечь спонсоров.

Задача: необходимо предложить креативные способы привлечения партнеров (бартерные интеграции, совместные активности, использование волонтеров) и спланировать расходы так, чтобы мероприятие осталось экономически эффективным.

Выводы _____

Задание 4.

Кейс «Организация праздника для школьников совместно с бизнесом и НКО»

Студенты университета совместно с местным бизнесом и некоммерческой организацией организуют праздник для учащихся начальной школы. Бизнес предоставляет подарки и площадку, НКО — волонтеров и методические материалы, студенты — организацию и проведение активностей.

Вопросы для анализа:

1. Как распределить роли между партнерами?
2. Какие преимущества получает каждая сторона?
3. Как измерить социальный эффект мероприятия?

Выводы _____

Задание 5.

Ситуационная задача «Решение конфликта интересов»

Идет подготовка к благотворительному балу. Участники партнерства (бизнес, НКО, образовательное учреждение) имеют разные ожидания и цели от мероприятия.

Вы – менеджер по связям с общественностью НКО «Сделать мир лучше». Перед вами поставлена задача - провести переговоры, найти компромиссные решения, распределить зоны ответственности и обеспечить прозрачную коммуникацию между всеми сторонами.

Вопросы:

1. Как распределить роли между партнерами?
2. Какие преимущества получает каждая сторона?
3. Как измерить социальный эффект мероприятия?

Выводы _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 12

ТЕМА 12. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИВЕНТ-ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

Количество часов - 2 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Ключевые этапы управления ивент-проектами в сфере культуры и искусства: от идеи до реализации.
2. Роль культурных особенностей и традиций в разработке ивент-проектов.
3. Инновационные подходы к организации мероприятий в сфере искусства: использование цифровых технологий.
4. Фестивали как форма культурного ивент-менеджмента: примеры и методы реализации.
5. Управление бюджетом и финансированием культурных мероприятий: спонсорство, гранты и государственная поддержка.
6. Особенности привлечения аудитории для культурных ивент-проектов: продвижение и PR.
7. Роль креативной команды в успешной реализации ивент-проектов в области искусства.
8. Организация международных культурных мероприятий: вызовы и способы их преодоления.
9. Ивенты в сфере искусства как средство сохранения и популяризации культурного наследия.
10. Эффективные методы взаимодействия с партнёрами и спонсорами в культурных проектах.

Задание 2. Практическое задание.

Ситуационная задача «Внедрение цифровых технологий на культурном мероприятии»

Организаторы ежегодного городского фестиваля решили отказаться от бумажных программ и полностью перейти на цифровое расписание через мобильное приложение. Иванов О.О. специалист из сектора IT-технологий ивент-агентства, которое является одним из организаторов городского фестиваля. И ему необходимо решить ряд задач:

1. Описать шаги внедрения приложения: выбор платформы, обучение персонала и участников, информирование аудитории.

2. Какие риски могут возникнуть при переходе на цифровой формат? Как их минимизировать?

3. Как оценить эффективность внедрения?

Выводы _____

Задание 3.

Ситуационная задача «Управление командой проекта»

Ваша команда готовит выставку современного искусства. В процессе подготовки возник конфликт между куратором и техническим директором по поводу сроков монтажа экспозиции. Ваши задачи как специалиста по связям с общественностью:

- Разработайте план разрешения конфликта.

- Предложите меры по улучшению коммуникации внутри команды.

- Как мотивировать участников проекта для достижения общей цели?

Выводы _____

Задание 4.

Кейс «Привлечение новой аудитории на культурное мероприятие»

В городе отмечается низкая посещаемость выставок современного искусства. Команда проекта ставит цель увеличить число посетителей на 30% за год.

Вопросы к кейсу:

- Какие шаги по привлечению новой аудитории вы предложите?

- Как измерить эффективность предпринятых мер?

- Какие партнерства и каналы коммуникации использовать?

Выводы _____

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 13 - 14

ТЕМА 13. РИСК МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ

Количество часов - 4 ч.

Содержание практического занятия - Обсуждение вопросов для дискуссии, практические задания

Задание 1. Вопросы для дискуссии

1. Основные этапы управления рисками в ивент-менеджменте: от идентификации до мониторинга.
2. Методы оценки и классификации рисков при организации ивент-мероприятий.
3. Финансовые риски в ивент-менеджменте: прогнозирование и минимизация затрат.
4. Управление репутационными рисками при проведении массовых мероприятий.
5. Факторы форс-мажора и их влияние на реализацию ивент-проектов.
6. Технологии управления рисками в условиях пандемии: опыт организации гибридных и онлайн-мероприятий.
7. Социальные и культурные риски при проведении международных ивентов.
8. Роль страхования в управлении рисками ивент-мероприятий.
9. Управление рисками, связанными с человеческим фактором: работа с персоналом и волонтерами.

10. Кризисный менеджмент на мероприятиях: алгоритмы действий в экстренных ситуациях.
11. Юридические риски при организации ивентов: соблюдение договорных обязательств и лицензирование.
12. Инструменты цифрового риска-менеджмента: использование технологий для предотвращения ошибок и инцидентов.

Задание 2. Практическое задание

Кейс «План мероприятий по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятий»

Вам как специалисту PR-отдела необходимо составить план мероприятий по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятий. После этого на совещании нужно ознакомить с планом сотрудников и руководство компании. К основным категориям рисков относят:

- Технические (отказ оборудования, сбой связи).
- Логистические (опоздание поставок, транспортные проблемы).
- Природные (непогода, катастрофы).
- Человеческий фактор (болезни, ошибки персонала, конфликты).
- Безопасность и здоровье (травмы, пожары, чрезвычайные ситуации).
- Юридические и финансовые (нарушения договоров, перерасход бюджета)

Все эти риски необходимо учитывать при составлении плана. Необходимо составить чек-лист для контроля рисков:

План мероприятий по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятий

1. Идентификация потенциальных рисков

1.1. Провести анализ прошлых мероприятий и выявить типичные проблемы.

1.2. _____

1.3. _____

1.4. _____

2. Оценка и приоритизация рисков

2.1. Оценить вероятность возникновения каждого риска и степень его воздействия.

2.2. _____

2.3. _____

3. Разработка стратегий реагирования. Для каждого риска определить стратегию:

- Избежание _____
- Снижение (меры для уменьшения вероятности или последствий).
- Передача (страхование, аутсорсинг).
- Принятие (подготовка к последствиям)
- Составить план действий: описание риска, стратегия, конкретные шаги, ответственные лица, необходимые ресурсы

4. Обеспечение безопасности участников

4.1. Разработать и отработать план эвакуации, обозначить выходы.

4.2. _____

4.3. _____

4.4. _____

5. Обучение и коммуникация с командой

5.1. Провести тренинги и инструктажи по безопасности и действиям в ЧС.

5.2. _____

5.3. _____

5.4. _____

6. Тестирование и постоянное совершенствование

6.1. _____

6.2. _____

7. Дополнительные рекомендации

7.1. *Использовать современные ИТ-решения для управления задачами и оповещениями.*

7.2. _____

7.3. _____

7.4. _____

Составьте чек-листа для контроля рисков и заполните таблицу

Чек-лист для контроля рисков

№п/п	Этап	Действие	Ответственный	Срок
1	Идентификация			
2	Оценка			
3	Реагирование			
4	Безопасность			
5	Обучение			
6	Тестирование			
7	Анализ			

Вывод _____

Задание 3.

Ситуационная задача по риск-менеджменту при организации ивент-мероприятия

Компания "ЭвентПро" организует городской open-air фестиваль на 2000 человек в парке. В программе: выступления артистов, мастер-классы, фудкорты, детская зона. За 5 дней до мероприятия прогнозируется ухудшение погоды: возможен сильный дождь и ветер. Кроме того, за неделю до события один из ключевых подрядчиков по техническому обеспечению сообщает о невозможности выполнить свои обязательства из-за форс-мажора.

Задание:

1. Определите основные риски, связанные с данной ситуацией.
2. Оцените вероятность и последствия каждого риска.
3. Предложите меры по управлению выявленными рисками.
4. Сформулируйте план действий (план "Б") на случай реализации наиболее критичных рисков.

Выводы _____

Задание 4.

Кейс по риск-менеджменту «Экологический форум под угрозой»

Организаторы планируют провести масштабный экологический форум на нескольких площадках города. Программа насыщенная: лекции, мастер-классы, детская зона, благотворительный маркет. За разные зоны отвечают отдельные команды, многие из которых впервые работают вместе. Центральное событие — лекция международного эксперта, запланированная на завершение форума. Параллельно с ней проходит популярный семинар местного эоактивиста.

В день форума:

- Некоторые участники посещают только "свои" мероприятия и уходят, не зная о других активностях.

- К началу ключевой лекции остается лишь треть от ожидаемого числа участников.
- В одной из зон произошел технический сбой со звуком.
- В соцсетях появляется информация о неорганизованной парковке и очередях на входе.

Вопросы для анализа:

1. Какие риски не были учтены организаторами на этапе планирования?
2. Как можно было минимизировать последствия выявленных рисков?
3. Какие инструменты риск-менеджмента вы бы использовали для предотвращения подобных ситуаций в будущем?
4. Какие действия должны быть предприняты командой в момент возникновения кризиса?

КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 3 – ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (РАЗДЕЛ 6.3.1 РПД)

6.1.2. Виды средств оценивания, применяемых при проведении «Контрольных точек» и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – выполнение проектного задания

**Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении проектного задания
«Анализ среды и целевой аудитории ивент-проекта»**

Показатели оценки (баллы)	Критерии оценивания
Качественный уровень выполнения проектного задания (выявление факторов внутренней и внешней среды и целевой аудитории рассматриваемого ивент-проекта)	9 – 10 баллов , если проведен глубокий анализ факторов и внутренней и внешней среды, проведена сегментация целевой аудитории рассматриваемого ивент-проекта, сделаны соответствующие выводы и рекомендации
	7-8 баллов , если проведен анализ факторов внешней и внутренней среды, описана целевая аудитория, но сегментация не проведена, сделаны выводы и рекомендации
	5-6 баллов , если проведен анализ факторов внешней и внутренней среды, составлен их перечень, описана целевая аудитория, выводы и рекомендации отсутствуют
	0-4 балла , если изучена среда рассматриваемого ивент-проекта, составлен неполный перечень факторов среды

Средство оценивания – выполнение проектного задания

**Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении проектного задания
«Разработка рекламной кампании для продвижения ивент-мероприятия»**

Показатели оценки (баллы)	Критерии оценивания
Качественный уровень выполнения проектного задания (выделены все основные элементы рекламной кампании, предложена креативная стратегия продвижения)	9 – 10 баллов , если проведена глубокая проработка всех элементов рекламной кампании: сформулирована цель ивент-проекта, выделена целевая аудитория, указаны сроки, бюджет, основные конкуренты мероприятия, разработана креативная стратегия продвижения.
	7-8 баллов , если проведена глубокая проработка всех элементов рекламной кампании: сформулирована цель ивент-проекта, выделена целевая аудитория, указаны

	сроки, но не выделены основные конкуренты мероприятия, не полно разработана креативная стратегия продвижения.
	5-6 баллов , если проведена разработка не всех элементов рекламной кампании, цель и креативная стратегия продвижения ивент-проекта сформулированы слабо.
	0-4 балла , если проведена разработка не всех элементов рекламной кампании: сформулирована цель ивент-проекта, но не выделена целевая аудитория, основные конкуренты мероприятия не описаны, креативная стратегия продвижения отсутствует.

Средство оценивания – тестовые задания

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии	Оценка
Количество верно выполненных заданий	9 – 10 баллов , если (90 – 100)% правильных ответов
	7-8 баллов , если (60 – 80)% правильных ответов
	5-6 баллов , если (50 – 60)% правильных ответов
	0-4 балла , если (0 – 40)% правильных ответов

Виды заданий для контрольных точек.

Уровень сложности задания. Базовый

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении задания на уровне «знать» в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»;

ПК-3 Способен к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций её развития и принятию на этой основе эффективных управленческих решений.

Задания с выбором ответа 3 мин каждое (3 задания)

Критерии оценивания	Показатели оценки (баллы)	Индикаторы сформированности компетенций	Время выполнения заданий
Полное совпадение с верным ответом	1	ПК-3.1.	9-10 минут
допущены ошибки или ответ отсутствует	0	ПК-3.1.	

Уровень сложности задания. Повышенный

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении задания на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)», в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач

ПК-3 Способен к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций её развития и принятию на этой основе эффективных управленческих решений.

Задание закрытого типа на установление соответствия 7-8 минут каждое (2 задания)

Критерии оценивания	Показатели оценки (баллы)	Индикаторы сформированности компетенций	Время выполнения заданий
полное совпадение с верным ответом	2	ПК-3.1 ПК-3.2	14-15 минут
допущены ошибки или ответ	0	ПК-3.1 ПК-3.2	

отсутствует			
-------------	--	--	--

Уровень сложности задания. Высокий

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме заданий открытого типа, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно найти решение и ответить на вопрос, комбинируя известные ему способы и привлекая полученные, в том числе, и междисциплинарные знания. Задание открытого типа представляет собой учебное задание, состоящее из совокупности связанных друг с другом вопросов, касающихся одной темы. Выполнение обучающимся задания открытого типа требует решения поставленной проблемы и проявления умения анализировать информацию, применять системный подход, выделять ключевые проблемы и решать поставленные задачи.

ПК-3 Способен к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций её развития и принятию на этой основе эффективных управленческих решений.

Задание открытого типа с развернутым ответом 20 минут (1 задание)

Критерии оценивания	Показатели оценки (баллы)	Индикаторы сформированности компетенций	Время выполнения заданий
полное совпадение с верным ответом или допущена одна ошибка	3 балла	ПК-3.3	20 минут
ответ правильный, но не полный	2 балла	ПК-3.3	
ответ неправильный или отсутствует	0 баллов	ПК-3.3	

6.2. Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на текущей и промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры в Государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования Республики Крым «Крымский университет культуры, искусств и туризма».

6.2.1. Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Промежуточная аттестация в 5-м семестре ОФО и 10 семестре ЗФО проходит в виде экзамена, состоящего из тестовых заданий, которые делятся по уровням сложности:

- базовый
- повышенный (задания закрытого типа);
- высокий (задание открытого типа с развернутым ответом).

По итогам экзамена выставляется оценка по 100-балльной шкале:

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

Уровень сложности задания. Базовый

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении задания на уровне «знать» в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»;

ПК-3 Способен к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций её развития и принятию на этой основе эффективных управленческих решений.

Задания с выбором ответа 2 мин (5 заданий)

Критерии оценивания	Показатели оценки (баллы)	Индикаторы сформированности компетенций	Время выполнения заданий
Полное совпадение с верным ответом	2	ПК-3.1	10 минут
допущены ошибки или ответ отсутствует	0	ПК-3.1	

Уровень сложности задания. Повышенный

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении задания на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)», в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач

ПК-3 Способен к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций её развития и принятию на этой основе эффективных управленческих решений.

Задание закрытого типа на установление соответствия 7 мин (5 заданий)

Критерии оценивания	Показатели оценки (баллы)	Индикаторы сформированности компетенций	Время выполнения заданий
полное совпадение с верным ответом	3	ПК-3.1. ПК-3.2.	35 минут
допущены ошибки или ответ отсутствует	0	ПК-3.1. ПК-3.2.	

Уровень сложности задания. Высокий

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме заданий открытого типа, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно найти решение и ответить на вопрос, комбинируя известные ему способы и привлекая полученные, в том числе, и междисциплинарные знания. Задание открытого типа представляет собой учебное задание, состоящее из совокупности связанных друг с другом вопросов, касающихся одной темы. Выполнение обучающимся задания открытого типа требует решения поставленной проблемы и проявления умения анализировать информацию, применять системный подход, выделять ключевые проблемы и решать поставленные задачи.

ПК-3 Способен к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденций её развития и принятию на этой основе эффективных управленческих решений.

Задание открытого типа с развернутым ответом 15 минут 3 задания

Критерии оценивания	Показатели оценки (баллы)	Индикаторы сформированности компетенций	Время выполнения заданий
полное совпадение с верным ответом или допущена одна ошибка	5 баллов	ПК-6.3	45 минут
ответ правильный, но не полный	2 балла	ПК-3.3	
ответ неправильный или отсутствует	0 баллов	ПК-3.3	

6.3. 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.

6.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы к «Контрольным точкам»

Для очной формы обучения - 5 семестр, для заочной формы обучения – 9 семестр
Контрольная точка 1 – Проектное задание «Анализ среды и целевой аудитории ивент-проекта»

Задание выполняется индивидуально и группами по 2-3 студента (при согласовании с преподавателем). Проводится исследование по какому-либо ивент-проекту согласно приведённому ниже примерному содержанию. После проведенного анализа готовится пояснительная записка, на основе которой выполняется презентация и проводится устный доклад.

Итоговый проект презентуется в форме мультимедийной презентации. По окончании презентации предполагается небольшая групповая дискуссия и ответы на возможные вопросы других команд. Последним этапом защиты групповых проектов является подведение итогов и оценка результатов работы подгрупп.

Примерное содержание проектного задания

1. Введение (общая характеристика выбранного ивент-проекта с описанием процесса анализа среды и целевой аудитории).

2. Выявление ключевых особенностей целевой аудитории для разработки релевантного контента и формата мероприятия.

3. Определение внешних факторов среды (уровень доходов целевой аудитории, уровень доступности (логистика, стоимость участия), культурные особенности (традиции, предпочитаемые форматы проведения), анализ конкурентов.

4. Сегментация целевой аудитории: демографическая (возраст, пол, уровень образования; географическая (город, регион); психографическая (интересы, хобби, стиль жизни); поведенческая (привычки участия в мероприятиях; предпочтения в каналах коммуникации (социальные сети, мессенджеры, электронная почта).

5. Определение потребностей и интересов ЦА.

6. Определение методов сбора данных: полевые исследования (анкетирование целевой аудитории, интервью с представителями ЦА и ключевыми стейкхолдерами); анализ вторичных данных (статистические исследования, данные из открытых источников (отчеты, публикации)); мониторинг онлайн-платформ (анализ социальных сетей (активность, обсуждения, запросы), изучение отзывов о схожих мероприятиях).

7. Представление результатов анализа

а) Портрет целевой аудитории:

- основные характеристики ЦА (возраст, интересы, мотивация);
- сегменты ЦА, наиболее заинтересованные в мероприятии.

б) Ключевые особенности среды:

- внешние факторы, влияющие на проект;
- уникальные возможности и угрозы.

Для заочной формы обучения – 10 семестр

Контрольная точка 2 – Проектное задание «Разработка рекламной кампании для продвижения ивент-мероприятия «Название»

Задание выполняется индивидуально и группами по 2-3 студента (при согласовании с преподавателем). Проводится исследование по какому-либо ивент-проекту согласно приведённому ниже примерному содержанию. По итогам работы готовится пояснительная записка, на основе которой выполняется презентация и проводится устный доклад.

Итоговый проект презентуется в форме мультимедийной презентации. По окончании презентации предполагается небольшая групповая дискуссия и ответы на возможные вопросы

других команд. Последним этапом защиты групповых проектов является подведение итогов и оценка результатов работы подгрупп.

Примерное содержание проектного задания

1. Краткая содержание ивент-проекта (Название, ключевое сообщение, целевая аудитория, сроки, примерный бюджет на рекламу)

2. Анализ ситуации (описание ивента, проблемы и возможности, описание конкурентов).

3. Цели рекламной кампании (маркетинговая цель, коммуникационные цели (охват, количество подписчиков и публикаций)).

4. Стратегия и креативная концепция (позиционирование, уникальное торговое предложение, креативная идея

5. Медиа-стратегия и каналы продвижения.

6. План реализации и производство активов (необходимые креативные материалы: видео, графика, тексты).

7. Бюджет (Примерная разбивка)

- производство контента (фото/видео, дизайн): 25%

- таргетированная и контекстная реклама: 40%

- работа с блогерами и партнерами: 20%

- PR и непредвиденные расходы: 15%

Итого: XXX 000 рублей.

8. Критерии оценки эффективности (KPI) (количественные: количество проданных билетов, охват и вовлеченность в социальных сетях и качественные: тон и количество упоминаний в соцсетях и медиа, обратная связь от первых зарегистрировавшихся участников, узнаваемость названия и ключевой идеи ивента).

Контрольная точка 2 (тестовые задания)

Для очной формы обучения – 5 семестр

Контрольная точка 3 (тестовые задания)

Для заочной формы обучения – 10 семестр

Контрольная точка 10 баллов

ВАРИАНТ 1

Уровни сложности заданий

Базовый. Задания с выбором ответа

Задание 1 (ПК-3.1)

Оказание долгосрочной материальной и организационной помощи и поддержки некоммерческой организации взамен на получение права принимать участие в управлении ею — это

А) фандрайзинг;

Б) патронаж;

В) пожертвование;

Г) волонтерство;

Ответ:

Задание 2 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Предприятиям социокультурной сферы необходимо предоставлять в контролирующие органы отчетность о своей деятельности. К обязательным формам отчетности социальных предприятий относят:

А) бухгалтерскую и налоговую отчетность;

Б) отчетность в Минюст России;

В) социальную отчетность;

Критерии оценивания

Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 балл за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Г) все формы отчётности носят обязательный характер для всех предприятий.

Ответ:

Задание 3 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Мероприятие, организуемое для вывода на рынок нового продукта, услуги или бренда с целью привлечения внимания СМИ и целевой аудитории, — это:

- А) Корпоративный пикник
- Б) Тимбилдинг
- В) Презентация
- Г) Церемония награждения

Ответ:

Повышенный. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 4. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между элементами научной конференции и их характеристиками. Запишите правильные пары.

Элемент		Характеристика	
А	Ключевая целевая аудитория	1	Гибридная (офлайн-площадка + онлайн-трансляция для удаленных участников)
Б	Вторичная целевая аудитория	2	Студенты профильных вузов, научные журналисты
В	Оптимальная среда проведения	3	Наличие высокоскоростного интернета и профессионального оборудования для демонстрации исследований
Г	Критичный параметр среды	4	Местные жители микрорайона (массовая аудитория)
Д		5	Ученые, исследователи, представители фармацевтических компаний

Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 балла за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г
5	2	1	3

Задание 5. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между элементами музыкального мероприятия на открытом воздухе и их характеристиками. Запишите правильные пары.

Элемент		Характеристика	
А	Ядро целевой аудитории	1	Открытая природная площадка (парк, берег реки)
Б	Оптимальная физическая среда	2	Атмосфера единства, позитива и экологической осознанности
В	Желаемый психологический климат среды	3	Таргетированная реклама в соцсетях, коллаборации с эко-блогерами
Г	Канал привлечения аудитории	4	Молодежь 18-30 лет, интересующаяся музыкой и трендами устойчивого развития
Д		5	Закрытый конференц-зал в бизнес-центре

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Высокий Задание открытого типа с развернутым ответом

Задание 6. (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Вы — руководитель PR-отдела. Для продвижения специального события (мероприятия) для лиц старшего и пожилого возраста вы планируете использовать классические медиа: телевидение, радио, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Какие преимущества и недостатки имеют классические медиа?

Ответ:

Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 2 балла, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Контрольная точка 10 баллов

ВАРИАНТ 2

Уровни сложности заданий

Базовый. Задания с выбором ответа

Задание 1 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Торжественное мероприятие, проводимое для публичного признания заслуг и достижений людей или организаций, — это:

- А) Конференция
- Б) Семинар
- В) Церемония награждения
- Г) Фестиваль

Ответ:

Критерии оценивания

Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 балл за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Задание 2 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

К какому виду мероприятий относится городской праздник, посвященный определенной теме (еде, музыке, искусству), обычно проходящий регулярно и рассчитанный на массовую аудиторию?

- А) Частное событие
- Б) Корпоративное мероприятие
- В) Промо-акция
- Г) Фестиваль

Ответ:

Задание 3 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Мероприятие, основной целью которого является укрепление командного духа, улучшение взаимодействия и коммуникации между сотрудниками компании, — это:

- А) Пресс-завтрак
- Б) Тимбилдинг
- В) Благотворительный ужин
- Г) Конгресс

Ответ:

Повышенный. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 4. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между элементами проекта (форум для руководителей малого бизнеса) и их характеристиками. Запишите правильные пары.

Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 балла за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Элемент		Характеристика	
А	Ключевая аудитория	1	Кейс-сессии, воркшопы, панельные дискуссии
Б	Приоритетная среда для нетворкинга	2	Комфортабельный конференц-холл отеля бизнес-класса
В	Основной формат контента	3	Зона коворкинга и лаундж-зона с кофе-брейком
Г	Требование к инфраструктуре среды	4	Розыгрыш призов среди гостей с помощью криков и аплодисментов
Д		5	Владельцы и топ-менеджеры компаний, предприниматели

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 5. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между элементами проекта (внутрикорпоративный тимбилдинг по итогам года) и их характеристиками. Запишите правильные пары

Элемент		Характеристика	
А	Целевая аудитория (внутренняя)	1	Снять иерархические барьеры, создать атмосферу неформального общения и признания
Б	Цель формирования среды	2	Загородный пансионат, арендованная усадьба, квест-пространство
В	Пример удачной локации (среда)	3	Публичная городская площадь с свободным доступом для всех желающих
Г	Критичный аспект среды для данной аудитории	4	Сотрудники всех отделов одной компании
Д		5	Безопасность и доверительная обстановка, позволяющая раскрыться

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Высокий Задание открытого типа с развернутым ответом

Задание 6 (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проводите мастер-класс для молодых предпринимателей. Вас спросили о наиболее эффективных рекламных каналах и попросили дать рекомендации для выбора средства для медиа-плана. Что вы посоветуете молодым предпринимателям?

Ответ:

Правильный ответ за задание оценивается в 3 баллов, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 2 балла, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Контрольная точка 10 баллов

ВАРИАНТ 3

Уровни сложности заданий

Базовый. Задания с выбором ответа

Критерии оценивания

Полное совпадение с верным ответом

Задание 1 (ПК-3.1)

Публичная демонстрация продуктов, технологий или услуг в конкретной отрасли, основная цель которой — установление деловых контактов, заключение сделок и изучение рынка, — это:

- А) Конференция
- Б) Фестиваль
- В) Выставка (Экспо)
- Г) Мастер-класс

Ответ:

оценивается 2 балла, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Задание 2 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Официальная встреча представителей СМИ, созываемая для представления важной информации, заявления или ответов на вопросы журналистов, — это:

- А) Пресс-тур
- Б) Пресс-конференция
- В) Gala-вечер
- Г) Нетворкинг

Ответ:

Задание 3. (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Мероприятие, представляющее собой масштабный праздник для широкой публики, посвященный определенной теме (культуре, еде, искусству) и обычно имеющий регулярный характер, — это:

- А) Саммит
- Б) Торжественный ужин
- В) Фестиваль
- Г) Семинар

Ответ:

Повышенный. Задание закрытого типа на установление соответствия (ПК-3.1, ПК-3.2)

Задание 4. Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между элементами проекта (онлайн-марафон по здоровому питанию) и их характеристиками. Запишите правильные пары

Полное совпадение с верным ответом оценивается 3 балла, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Элемент проекта		Характеристика	
А	Портрет целевой аудитории	1	Интерактивные функции (опросы, домашние задания)
Б	Цифровая среда проведения	2	Наличие большой парковки для личного транспорта
В	Ключевое преимущество выбранной среды	3	Глобальный охват и возможность участия из любой точки мира
Г	Необходимый элемент цифровой среды для удержания аудитории	4	Специализированная платформа для вебинаров + чат в мессенджере
Д		5	Люди, интересующиеся ЗОЖ, с активной позицией в соцсетях, возраст 25-45 лет

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 5. (ПК-3.1, ПК-3.2)**Прочитайте текст и установите соответствие**

Установите соответствие между типами коммуникаций и их определениями. Запишите правильные пары

Метод		Определение	
А	Между коллегами одного уровня	1	Вертикальная
Б	По линии руководитель–подчинённый	2	Горизонтальная
В	Между разными уровнями и отделами	3	Диагональная
Г	Через внешние каналы связи	4	Внешняя
Д		5	По окружности

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Высокий. Задание открытого типа с развернутым ответом

Задание 6. (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы — руководитель крупного ивент-агентства. Вам необходимо разработать план-проект совместного (международного) event-проекта. Какие этапы необходимо для этого реализовать?

Ответ:

Правильный ответ за задание оценивается в 3 баллов, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный – 2 балла, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

6.4. Контрольные задания или иные материалы к промежуточной аттестации**5 семестр ОФО, 10 семестр ЗФО - экзамен****Перечень тестовых заданий для промежуточной аттестации****ВАРИАНТ 1****Уровни сложности заданий****Базовый. Задания с выбором ответа****Задание 1 (ПК-3.1)**

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Ключевое отличие управления проектами в сфере культуры от корпоративного ивент-менеджмента заключается в:

- а) Обязательном использовании сложных технологических решений.
- б) Приоритете достижения нематериального результата (эмоционального отклика, эстетического переживания, социального резонанса).
- в) Жестком контроле бюджета и отсутствии творческих экспериментов.
- г) Работе исключительно с коммерческими спонсорами.

Ответ:

Задание 2 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Основным критерием успеха культурного события чаще всего является:

- а) Максимальная прибыль от продажи билетов.
- б) Полное отсутствие накладок в техническом сценарии.
- в) Достижение художественной цели и позитивный общественный или критический отзыв.
- г) Количество приглашенных звезд.

Ответ:

Критерии оценивания

Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 балла, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Задание 3 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Что такое «иммерсивность» как современная особенность культурных мероприятий?

- а) Размещение события на открытом воздухе.
- б) Полное погружение зрителя в художественную реальность, стирание границы между ним и действием.
- в) Использование иммерсионных (погружных) систем для мытья полов после мероприятия.
- г) Привлечение иностранных артистов.

Ответ:

Задание 4 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Главная сложность в работе с творческим коллективом (артистами, художниками) как стейкхолдерами проекта — это:

- а) Нежелание участвовать в репетициях.
- б) Необходимость балансировать между художественным видением, сроками проекта и бюджетными ограничениями.
- в) Их постоянные требования повысить гонорар.
- г) Отказ от использования микрофонов.

Ответ:

Задание 5 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Какую роль в культурном проекте играет работа с локальным сообществом?

- а) Это необязательная опция, так как аудитория может быть приезжей.
- б) Ее цель — найти дешевую рабочую силу.
- в) Она важна только для получения грантов.
- г) Ключевую, так как это формирует чувство причастности, снижает сопротивление и создает долгосрочную поддержку проекту.

Ответ:

Повышенный. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 6. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между этапом подготовки и его ключевым содержанием. Запишите правильные пары

Этап подготовки		Содержание этапа	
А	Концептуальный этап	1	Заключение договоров с подрядчиками, утверждение сметы, открытие финансирования.
Б	Организационный этап	2	Определение целей, формата, целевой аудитории и основной идеи события.
В	Финансово-договорной этап	3	Пост-анализ эффективности, подготовка отчетов
Г	Этап реализации	4	Разработка сценарного плана, составление сметы, поиск площадки и партнеров.
Д		5	Непосредственное проведение мероприятия по утвержденному сценарию.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Полное совпадение с верным ответом оценивается в 3 балла за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Задание 7. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между типом персонала и его функцией в проекте.

Запишите правильные пары

Тип персонала		Функция / Описание	
А	Ключевой менеджер (Продюсер/Руководитель проекта)	1	Обеспечивает техническую поддержку: свет, звук, видео.
Б	Координаторы (зоны, логистика, гости)	2	Несет общую ответственность за проект, управляет бюджетом и командой.
В	Волонтеры	3	Выполняют конкретные операционные задачи по инструкции (регистрация, навигация).
Г	Технический персонал	4	Разрабатывают дизайн-концепцию и оформление пространства.
Д		5	Отвечают за работу на вверенном участке, решают локальные задачи в режиме реального времени.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 8. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между статьей расходов и ее характеристикой.

Запишите правильные пары

Статья расходов		Характеристика	
А	Постоянные (фиксированные) затраты	1	Затраты, которые трудно точно спрогнозировать, требуют резервного фонда (например, непредвиденные расходы).
Б	Переменные затраты	2	Затраты, величина которых не зависит от количества участников (аренда площадки, гонорар ведущего).
В	Прямые затраты	3	Затраты, напрямую связанные с производством события (оплата подрядчиков, печать материалов).
Г	Косвенные затраты	4	Затраты на административную поддержку проекта (аренда офиса, коммунальные платежи).
Д		5	Затраты, которые изменяются пропорционально числу участников, раздаточные материалы, сувениры).

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 9. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между источником финансирования и его описанием. Запишите правильные пары

Источник финансирования		Описание	
А	Собственные средства организатора	1	Целевые средства, предоставляемые на конкурсной основе для реализации социально-значимых проектов.
Б	Спонсорские	2	Средства, выделяемые из

	средства		государственного или муниципального бюджета.
В	Гранты	3	Средства, предоставляемые в обмен на рекламу и PR-воздействие на аудитории события.
Г	Билетные сборы	4	Средства, поступающие от продажи входных билетов или участия.
		5	Прибыль от продажи сопутствующих товаров (мерча).

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 10 (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между документом и его назначением.

Запишите правильные пары

Документ		Назначение	
А	Техническое задание (ТЗ)	1	Почасовой план мероприятия с указанием ответственных и локаций.
Б	Смета	2	Детальное описание целей, задач, целевой аудитории и требований к событию.
В	Сценарный план	3	Юридический документ, фиксирующий условия сотрудничества и обязательства сторон.
Г	Рун-лист	4	Документированный план действий на случай возникновения чрезвычайных ситуаций.
		5	Финансовый план, детализирующий все статьи доходов и расходов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Высокий Задание открытого типа с развернутым ответом

Задание 11 (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ЭвентПро» организует городской open-air фестиваль на 2000 человек в парке. В программе: выступления артистов, мастер-классы, фудкорты, детская зона. За 5 дней до мероприятия прогнозируется ухудшение погоды: возможен сильный дождь и ветер. Кроме того, за неделю до события один из ключевых подрядчиков по техническому обеспечению сообщает о невозможности выполнить свои обязательства из-за форс-мажора.

Задание:

1. Определите основные риски, связанные с данной ситуацией.
2. Оцените вероятность и последствия каждого риска.
3. Предложите меры по управлению выявленными рисками.
4. Сформулируйте план действий (план "Б") на случай реализации наиболее

Правильный ответ за задание оценивается в 5 баллов, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный – 3 балла, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

критичных рисков.

Ответ:

Задание 12. (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Для продвижения специального события (мероприятия) планируется использовать таргетированную онлайн-рекламу (соцсети, мессенджеры, контекстная реклама). Приведите примеры рекламных средств и укажите их преимущества и недостатки.

Задание 13 (ПК-3.3)

При сегментировании событийной индустрии могут быть использованы различные критерии. Перечислите основные из них.

ВАРИАНТ 2

Уровни сложности заданий

Базовый. Задания с выбором ответа

Задание 1 (ПК-3.1)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Торжественное событие, проводимое для публичного чествования достижений и вручения наград, поощрений или призов, — это:

- А) Конгресс
- Б) Форум
- В) Церемония награждения
- Г) Выставка

Ответ:

Задание 2

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Формальное благотворительное мероприятие высшего уровня, включающее ужин, развлекательную программу и сбор пожертвований, — это:

- А) Пресс-завтрак
- Б) Воркшоп
- В) Gala-вечер (Гала-мероприятие)
- Г) Круглый стол

Ответ:

Задание 3

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Крупное деловое мероприятие для обмена опытом, обсуждения проблем и тенденций в профессиональной сфере, часто включающее выступления экспертов, — это:

- А) Конференция
- Б) Спортивный турнир
- В) Праздничный концерт
- Г) Перформанс

Ответ:

Задание 4

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Какой из перечисленных форматов мероприятий НАИБОЛЕЕ соответствует концепции социального партнерства?

- а) Закрытый корпоративный тимбилдинг.
- б) Публичный социальный форум с участием НКО, бизнеса, власти и активных граждан.
- в) Рекламная презентация нового продукта.

Критерии оценивания

Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 балла за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

г) Частная вечеринка.

Ответ:

Задание 5

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Что из перечисленного является стратегией МИТИГАЦИИ (смягчения последствий) риска «низкая посещаемость» для платного мероприятия?

- а) Полностью отказаться от проведения мероприятия.
- б) Заранее перенести дату мероприятия.
- в) Разработать активную маркетинговую кампанию и систему скидок для групп.
- г) Принять риск как есть, без действий.

Ответ:

Повышенный. Задание закрытого типа на установление соответствия

Задание 6. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между типом мероприятия и приоритетным каналом его продвижения. Запишите правильные пары

Тип мероприятия		Приоритетный канал продвижения	
А	Международная научная конференция	1	Отраслевые профессиональные ресурсы, тематические журналы.
Б	Молодежный музыкальный фестиваль	2	Таргетированная реклама в социальных сетях, коллаборации с блогерами.
В	Благотворительный вечер для узкого круга лиц	3	Реклама на федеральных телеканалах в прайм-тайм.
Г	Массовый городской праздник	4	Наружная реклама, местное телевидение и радио, городские паблики в соцсетях.
		5	Прямые персональные приглашения, закрытые клубы

Полное совпадение с верным ответом оценивается 3 балла за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 7. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между PR-инструментом и его описанием.

Запишите правильные пары

PR-инструмент		Описание	
А	Пресс-релиз	1	Организованная встреча представителей СМИ с ключевыми лицами для освещения важных аспектов события.
Б	Пресс-тур	2	Информационное сообщение для СМИ, составленное по стандартному формату (кто, что, где, когда, почему).
В	Медиа-кит	3	Размещение скрытой рекламы, оформленной под редакционный материал.
Г	Пресс-конференция	4	Пакет готовых материалов для журналистов (фото, логотипы, биографии спикеров, программа).
		5	Предоставление журналистам возможности лично ознакомиться с

		локацией или процессом подготовки.
--	--	------------------------------------

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 8. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между этапом кампании и его содержанием.

Запишите правильные пары

Этап кампании		Содержание	
А	Анализ и планирование	1	Непосредственный запуск рекламных материалов в выбранных каналах.
Б	Креатив и производство	2	Оценка эффективности по КРІ (охват, конверсия, стоимость лида).
В	Запуск и медиаразмещение	3	Исследование ЦА, постановка целей, выбор каналов, составление медиаплана и бюджета.
Г	Мониторинг и анализ	4	Создание рекламных макетов, текстов, видеороликов, контента.
		5	Проведение мероприятия.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 9. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между стадией взаимодействия с аудиторией и ключевой целью PR/рекламы. Запишите правильные пары

Стадия		Ключевая цель PR/рекламы	
А	За несколько месяцев до события (анонс)	1	Простимулировать повторное участие, собрать фидбек, поддержать лояльность.
Б	За 2-4 недели до события (активная фаза)	2	Создать информационный повод для новостей, поддерживать ажиотаж, обеспечить активные продажи.
В	Непосредственно во время события (Event Day)	3	Сформировать первоначальный интерес, обозначить дату и тему, начать формирование пула спикеров/партнеров.
Г	После события (поствент)	4	Создание атмосферы «я там был», генерация пользовательского контента, онлайн-трансляции.
	За несколько месяцев до события (анонс)	5	Подписание договоров с подрядчиками.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 10. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между формой организации и её ключевой характеристикой. Запишите правильные пары

Форма организации		Характеристика	
А	Индивидуальный предприниматель (ИП)	1	Форма, созданная для систематического получения прибыли и её распределения между акционерами через дивиденды.
Б	Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	2	Объединение лиц, основанное на личном участии, каждый участник несет субсидиарную ответственность.
В	Некоммерческая организация (НКО)	3	Форма, предназначенная для извлечения прибыли, ответственность учредителей ограничена уставным капиталом.
Г	Закрытое акционерное общество (ЗАО)	4	Форма, подходящая для частных проектов, акции распределяются среди заранее определенного круга лиц.
		5	Наиболее простая форма для старта, предприниматель несет ответственность всем своим имуществом.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Высокий Задание открытого типа с развернутым ответом соответствия
Задание 11 (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Любое ивент-событие включает в себя техническую, административную и логистическую составляющие. Верно ли это утверждение?

Ответ:

Задание 12 (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ситуация:

Вы — успешный руководитель ивент-агентства. На обучающем семинаре вас попросили дать рекомендации новичкам для успешной работы. Какие рекомендации вы дадите?

Ответ:

Задание 13 (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Событийная или ивент индустрия относительно новое понятие в социально-культурной сфере и бизнесе в России. Что включает в себя данное понятие?

Ответ:

Правильный ответ за задание оценивается в 5 баллов, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный – 3 балла, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

ВАРИАНТ 3

Уровни сложности заданий

Базовый. Задания с выбором ответа (ПК-3.1)

Задание 1

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

К какой категории рисков относится срыв выступления ключевого артиста из-за болезни?

а) Финансовый риск.

Критерии оценивания

Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 балла, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

- б) Операционный (организационный) риск.
- в) Репутационный риск.
- г) Природный форс-мажор.

Ответ:

Задание 2

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Какая из перечисленных мер является примером диверсификации рисков для фестиваля под открытым небом?

- а) Установка одной большой сцены.
- б) Заранее застраховать доход от продажи билетов.
- в) Подготовка защищенной крытой площадки и распределение событий по нескольким локациям.
- г) Требование предоплаты от всех подрядчиков.

Ответ:

Задание 3

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Мероприятие, организуемое для первых лиц государства, отраслей или крупных корпораций с целью выработки стратегических решений на высшем уровне, — это:

- А) Флешмоб
- Б) Семинар
- В) Саммит
- Г) Ярмарка

Ответ:

Задание 4

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Первым этапом процесса риск-менеджмента в ивент-индустрии является:

- а) Заключение страхового договора.
- б) Идентификация потенциальных рисков (составление реестра рисков).
- в) Немедленный отказ от любого рискованного элемента программы.
- г) Назначение ответственного за кризисные ситуации.

Ответ:

Задание 5

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Привлечение к организации городского экологического фестиваля волонтеров, местных предприятий (спонсоров) и администрации района – это пример:

- а) Социального партнерства.
- б) Коммерческого партнерства.
- в) Государственно-частного партнерства.
- г) Конкурентной борьбы.

Ответ:

Повышенный. Задание закрытого типа на установление соответствия
Задание 6. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между отделом и его основной функцией.

Запишите правильные пары

Отдел		Основная функция	
А	Отдел продаж и работы с клиентами	1	Разработка творческих концепций, сценариев и дизайн-макетов мероприятий.
	Производственный отдел	2	Привлечение клиентов, заключение

Полное совпадение с верным ответом оценивается 3 балла за каждый вопрос, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

Б			договоров, формирование первичного брифа.
В	Финансово-экономический отдел	3	Координация всех подрядчиков на площадке, управление монтажом и демонтажом.
Г	Креативный отдел	4	Составление и контроль смет, управление денежными потоками, отчетность.
		5	Проведение маркетинговых исследований и анализ рынка.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 7. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между этапом и его содержанием. Запишите правильные пары

Этап работы		Содержание	
А	Первичный контакт и брифинг	1	Заключение договора, формирование технического задания и детальной сметы.
Б	Концептуализация и презентация	2	Непосредственная реализация мероприятия по утвержденному плану.
В	Проектирование и планирование	3	Встреча с клиентом для выяснения целей, задач, аудитории и бюджета события.
Г	Реализация (Event Day)	4	Подготовка пост-ивентивного отчета с фотографиями и анализом KPI.
		5	Разработка и презентация клиенту общей идеи, формата и предварительного плана мероприятия.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 8. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между моделью и её описанием.

Запишите правильные пары

Бизнес-модель		Описание	
А	Агентство полного цикла	1	Специализация на одном типе мероприятий (например, только свадьбы или только конференции).
Б	Нишевое агентство	2	Оказание отдельных услуг (например, только кейтеринг или только аренда оборудования).
В	Агентство-подрядчик (исполнитель)	3	Полное сопровождение проекта от идеи до пост-анализа, использование как собственных ресурсов, так и услуг подрядчиков.
Г	Консалтинговое агентство	4	Предоставление экспертных знаний, разработка концепции и плана, но не участие в непосредственной реализации.
		5	Реализация только крупных государственных тендеров.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 9. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между технической системой и её назначением.

Запишите правильные пары

А	Звуковая система (звукоусиление)	1	Создание и управление световыми эффектами, атмосферой и акцентами на площадке.
Б	Световое оборудование	2	Обеспечение чистоты и работоспособности санитарных зон для гостей.
В	Видеоинсталляции (проекция, LED-экраны)	3	Четкое и равномерное распределение звука по всей зоне проведения мероприятия.
Г	Система синхронного перевода	4	Визуализация контента (презентации, логотипы, видеоролики) для аудитории.
		5	Обеспечение понимания речи спикера для иностранных гостей на международных событиях.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 10. (ПК-3.1, ПК-3.2)

Прочитайте текст и установите соответствие

Установите соответствие между документом и его целью. Запишите правильные пары

Документ		Цель составления	
А	Смета (бюджет) мероприятия	1	Легализация отношений с площадкой, подрядчиками, артистами, определение прав и обязанностей.
Б	Договор	2	Поэтапный финансовый план, определяющий все статьи расходов и доходов проекта.
В	Программа мероприятия	3	Подробный пошаговый сценарий дня мероприятия с временными метками и указанием ответственных.
Г	Рун-лист	4	Информационный документ для гостей и участников с общей хронологией и содержанием блоков.
		5	Документ, подтверждающий оплату услуг поставщика.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Высокий Задание открытого типа с развернутым ответом

Задание 11 (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Правильный ответ за задание оценивается в 5 баллов, если допущена одна ошибка \ неточность \

Ситуация:

В ивент-агентство обратился клиент — небольшая IT-компания, которая хочет провести корпоративное мероприятие для сотрудников. Компания хочет, чтобы мероприятие было запоминающимся, и повысило лояльность сотрудников. За неделю до события выясняется, что количество гостей увеличилось на 20% из-за приглашения партнеров. При этом площадка и кейтеринг уже были согласованы под меньший состав. Времени на подготовку остается мало, а клиент настаивает на сохранении высокого уровня мероприятия и не хочет выходить за рамки бюджета.

ответ правильный, но не полный - 3 балла, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Вопросы:

Какие шаги должен предпринять менеджер ивент-агентства для решения возникшей проблемы?

Ответ:

Задание 12. (ПК-3.3)

Туристическая компания переживает трудные времена, но хочет устроить сотрудникам праздник в честь Международного дня туризма. Бюджет очень ограничен, нужны креативные решения. Какие креативные решения можно предложить при ограниченном бюджете?

Ответ:

Задание 13. (ПК-3.3)

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы — заместитель директора ивент-агентства. Вы готовитесь к встрече с заказчиком. С организацией мероприятия возникли некоторые трудности, которые вам необходимо решить. Подготовьте список вопросов для решения проблемных ситуаций с возможным увеличением гостей при неизменном бюджете.

Ответ:

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

Правовые и нормативные документы

1. О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации: Федеральный закон № 330-ФЗ от 8 августа 2024 г.
2. О физической культуре и спорте в Российской Федерации: Федеральный закон № 329-ФЗ от 04.12.2007 г., редакция от 24.07.2024 г.
3. Основы законодательства Российской Федерации о культуре, утв. Верховным Советом РФ 09.10.1992 № 3612-1, редакция от 10.07.2023 г.
4. Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года, утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации № 2461-р от 13.09.2023 г.
5. Методические рекомендации Министерства культуры Российской Федерации органам государственной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления по разработке стандарта качества услуг государственных (муниципальных) учреждений культуры, утв. Министерством культуры Российской Федерации 29.04.2016 г.
6. ГОСТ 32608-2024 Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения.
7. ГОСТ Р 53524-2023 Конгрессная деятельность. Термины и определения.
8. ГОСТ Р 70216-2022 Конгрессная деятельность. Основные положения
9. ГОСТ Р 70217-2022 Выставочные и конгрессные площадки. Основные требования.
10. ГОСТ Р 71185-2023 Конгрессные и выставочные онлайн-мероприятия. Общие требования.
11. ГОСТ Р ИСО 13810-2016 Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг.
12. ГОСТ Р ИСО 25639-1-2023 Выставки, ярмарки, конгрессы. Часть 1. Словарь. (ISO 25639-1:2008, Exhibitions, shows, fairs and conventions — Part 1: Vocabulary, IDT).

Основная литература

1. Баканов, Е. А. Основы менеджмента социально-культурной деятельности : практикум для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль подготовки «Менеджмент социально-культурной деятельности», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Е. А. Баканов. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-8154-0658-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138292.html>
2. Молчанова, Н. В. Менеджмент социально-культурной деятельности : учебное пособие / Н. В. Молчанова. — Москва : ВГУК им. С.А. Герасимова, 2023. — 140 с. — ISBN 928-5-6049111-5-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462446>
- Ядерная, Д. В. Событийный менеджмент : учебное пособие / Д. В. Ядерная. — Москва : Аспект Пресс, 2023. — 257 с. — ISBN 978-5-7567-1299-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/405398>

Дополнительная литература

1. Белашапка, Р. А. Теоретические основы проектов и программ в социально-культурной сфере: учебно-методическое пособие: направление подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность, направленность «Менеджмент социально-культурных проектов и программ» / Р. А. Белашапка. — Сургут : Сургутский государственный педагогический университет, 2021. — 88 с. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131821.html>

2. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Общие термины и определения. / Д. А. Карпов., Д. А., Островская и др. – 2-е издание, переработанное и дополненное. - Санкт-Петербург, ООО «ВНИЦ Р-н-С», 2025. - 160 с.

3. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; Санкт-Петербургский фил. Гос. ун-та, Высш. шк. экономики. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань : Планета Музыки, 2023. - 381 с.

4. Шихалиева, Д. С. Менеджмент: задания, кейсы, тесты : учебное пособие / Д. С. Шихалиева, Е. М. Бабанова. — Москва : РГУ Соцтех, 2021. — 152 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/315182>

Интернет-ресурсы:

1. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». – (<http://ecsocman.hse.ru/>).

2. Административно-управленческий портал. – (<http://www.aup.ru>).

3. Библиотека менеджмента. – (<http://management-rus.ru/management.php>).

4. Университетская электронная библиотека In Folio <http://infolio.asf.ru/index.asp>

5. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>

6. Электронно-библиотечная система «ЭБС IPRBooks» <http://www.iprbookshop.ru>

7. Библиотека учебной и научной литературы. Русский Гуманитарный Интернет Университет – WWW.I:U.RU

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

8.1. Методические рекомендации по проведению практических занятий

Практические занятия по дисциплине «Событийный менеджмент» направлены на формирование у студентов профессиональных компетенций, связанных с организацией, планированием, мотивацией и контролем в учреждениях культуры и искусства.

Перед каждым практическим занятием рекомендуется ознакомиться с темой, целями и заданиями, указанными в рабочей программе дисциплины.

Активное участие в обсуждении, решении ситуаций, выполнение групповых и индивидуальных заданий являются обязательными условиями успешного освоения материала. Также при выполнении практических заданий (например, «Виды специальных событий и общественных мероприятий», «Этапы подготовки, кадровое и финансовое обеспечение специального события», «Реклама и паблик рилейшнз, их роль в организации и продвижении ивент-мероприятий») необходимо использовать реальные или смоделированные данные из практики учреждений социально-культурной сферы.

Работа в группе предполагает распределение ролей, выбор лидера, совместное обсуждение и презентацию результатов. Необходимо учитывать мнение всех участников, развивать навыки командной работы и конструктивного общения. По итогам занятий проводится рефлексия, в ходе которой анализируются применённые навыки, достигнутые результаты и аспекты, требующие дальнейшей проработки.

8.2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа (СР) составляет значительную часть учебной нагрузки и направлена на углубление теоретических знаний и развитие практических умений. Самостоятельная работа включает в себя: подготовку к практическим занятиям, работу с литературой, анализ нормативных документов, выполнение проектных заданий, подготовку презентаций и отчётов.

При подготовке необходимо использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, в том числе электронные ресурсы (например, IPR SMART, ЭБС Лань).

При подготовке к контрольным точкам и промежуточной аттестации осуществляется систематизация материала по изучаемым темам, составление конспектов, схем и таблиц (в том числе по техническому, административному и логистическому плану ивент-события, чек-лист для контроля рисков).

Для выполнения заданий, связанных с моделированием ситуаций (например, «Разработка Плана работы на месяц для PR-специалиста ивент-агентства»), применяются методы анализа, планирования и прогнозирования с учётом специфики социально-культурной сферы.

В случае возникновения вопросов по заданиям для самостоятельной работы предусмотрена возможность консультации с преподавателем.

9. 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.

Перечень основного оборудования: специализированная учебная мебель, технические средства обучения, учебно-наглядные пособия.

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

10. 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

11. 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 учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.