

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.01.01** Организация и проведение специальных мероприятий

Учебный план: ФГОС3+\_2020-2021\_42.03.01\_ИБК\_ЗАО\_РИСО.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
4	УП	8	123	13	4	Курсовой проект, Зачет
	РПД	8	123	13	4	
Итого	УП	4	155	13	5	
	РПД	4	8	155	13	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** формирование и систематизация совокупности знаний, умений и практических навыков в отрасли организации и реализации специальных проектов (ивент), а также развитие предпринимательских качеств в сфере специальных событий.

### 1.2 Задачи дисциплины:

познакомить обучающихся с правилами организации и базовыми схемами реализации специального события в профессиональной сфере; основами продвижения событийного проекта в сфере моды.

дать обучающимся необходимые компетенции для планирования и организации событийных проектов в модной индустрии.

познакомить обучающихся с основными техническими средствами и технологиями применяемыми в организации специальных мероприятий.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Информационно-коммуникационные технологии

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Введение в коммуникационные специальности

Теория и практика массмедиа

Основы маркетинга

История литературы и искусства

Теория и практика рекламы

Правоведение

Реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусств

Современные проблемы дизайна и моды

Теория и практика связей с общественностью

Организационное поведение

Медiateкст и основы копирайтинга

Основы цифровых коммуникаций

Фирменный стиль и основы дизайна

Основы брендинга

Корпоративные коммуникации

Основы сторителлинга

Основы проектной деятельности

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПКп-2 : Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</b>
<b>Знать:</b> научную систему современных знаний по основополагающим аспектам организации событий в индустрии моды.
<b>Уметь:</b> разрабатывать концепцию проекта, написать редакторское заключение по сценарию в соответствии с принятыми нормами и форматами, управлять событием в модной индустрии.
<b>Владеть:</b> навыком подготовки и организации, создания концепции события, планирования логистики и координирование событий в модной индустрии

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в дисциплину. Теоретические основы событийного PR.	3				
Тема 1. Планирование и организация специальных событийных проектов. Составление базовой документации при планировании специальных событийных проектов. Формирование и управление проектной командой		2		12	ИЛ
Тема 2. Понятие специального мероприятия. Виды аудиторий и мероприятий. Формы работы пресс-службы со СМИ.		1		10	ИЛ
Тема 3. Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR. Практические аспекты использования событийного PR.		1		10	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Виды специальных мероприятий.	4				
Тема 4. Цели и задачи corporate events. Виды corporate events. Основные виды модных показов. Этапы подготовки модного показа. Зрители и гости на мероприятии fashion-индустрии. Практическое занятие: Организация корпоративных мероприятий: юбилей компании и персон, профессиональные праздники, торжественные банкеты, фуршеты, модные показы, инсталляции. Разработка сценарного плана для мероприятий.			1	12	ГД
Тема 5. Особенности организации развлекательных мероприятий (арт-проект, акция, выставка, церемония вручения, церемония открытия, премьеры в театре). Практическое занятие: Организация пространства, создание атмосферы. Основные виды съемок модных показов.			1	14	АС
Тема 6. Основные типы презентаций. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации). Структура, содержание, стиль презентации. Практическое занятие: Этапы организации презентаций. Пресса в сфере			1	14	АС
Раздел 3. Организация и проведения мероприятия					

Тема 7. Креатив, дизайн и контент-менеджмент событийных проектов. Практическое занятие: Креативность и креативное мышление. Креативная концепция проекта. Дизайн. Контент-менеджмент событийного проекта. Креатив и дизайн презентации проекта. Проектная деятельность. Форматы мероприятий. Презентация идей.		1	24	АС
Тема 8. Продакшн событийных проектов. Практическое занятие: Цикл реализации событийного проекта. Проектная документация. Подрядчики и внешние ресурсы. Организационно-техническое обеспечение мероприятий. Основные технические средства и технологии. Производство. Кейтеринг. Букинг артистов/спикеров. Логистика. Охрана и безопасность на мероприятиях. Закрытие проекта.		1	24	АС
Раздел 4. Продвижение специального событийного проекта и аналитика.				
Тема 9. Стратегия продвижения и рекламные инструменты. Цели и задачи рекламного продвижения в fashion-индустрии. Продвижение модного бренда: основные понятия, виды, цели и задачи. Реклама и мероприятия по связям с общественностью в формировании бренда сферы fashion-индустрии. Практическое занятие: Оценка эффективности рекламной кампании.		1	23	ГД
Тема 10. Интеграции и коллаборации при организации событийных проектов. Практическое занятие: Интеграции и коллаборации, как маркетинговое решение в событийных проектах. Партнер событийного проекта. Спонсор событийного проекта. Благотворительность в событиях.		2	12	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	123	
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)		3,25		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		15,25	155	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** Определять и формулировать цели мероприятия. Описать стратегию мероприятия (подготовку и реализацию). Прогнозировать результат и делать итоговый анализ.  
Разрабатывать тайм-план  
Систематизировать задачи всех участников проекта и приводить их в графический вид  
Контролировать процесс выполнения плана и вносить доработки в процессе подготовки мероприятия.  
Описывать функционал и задачи членов команды с закреплением сфер ответственности.  
Проводить результативные переговоры как с членами команды так и с заказчиком.  
Учитывать и анализировать психологический тип кандидата и его профессиональный опыт.  
Определять особенности и специфику проектной группы, а также этапы ее становления.  
Выстраивать эффективное взаимодействие между членами команды.  
Уметь ставить задачи и контролировать их выполнение.

**4.2 Тематика курсовой работы (проекта):** Событийный PR и fashion-индустрия.  
Corporate events. Виды corporate events.  
Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании и персон  
Организация корпоративных мероприятий: торжественные банкеты, фуршеты

Организация специальных мероприятий (выставки, церемонии, премьеры, модные показы).

Специальные мероприятия на премьерах и показах.

Организация презентаций.

Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации) презентации.

Основные виды модных показов.

Показ-инсталляция

Организация пространства и атмосферы на показе.

#### 4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Курсовой проект – самостоятельная организационно-исследовательская работа по данной дисциплине. Изучение избранной проблематики может быть продолжено в рамках подготовки выпускной квалификационной работы. Главным содержательным требованием является подтверждение наличия у ее автора базовых навыков самостоятельной исследовательской работы. Работа выполняется как индивидуально, так и группой.

Работа осуществляется по свободно избираемой автором(ами) тематике под руководством преподавателя дисциплины.

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-2	описывает ключевые аспекты организации событий в индустрии моды. разрабатывает концепцию проекта, создает редакторское заключение по сценарию в соответствии с принятыми нормами и форматами, характеризует и разрабатывает этапы подготовки и организации события, прописывает ход планирования логистики и координирование событий в модной индустрии.	Курсовой проект Практико-ориентированное задание Вопросы для устного собеседования

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)		Работа выполнена самостоятельно (соответствие оригинальности, данные Антиплагиата), носит творческий характер. Собран, обобщен и проанализирован достаточный объем источников. При написании и защите работы продемонстрирован высокий уровень развития компетенций, теоретические знания и наличие практических навыков. Работа своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению. На защите освещены все вопросы исследования, ответы на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, результаты исследования наглядно отражены в презентации.
4 (хорошо)		Тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы. Собран, обобщен и проанализирован необходимый объем источников. Работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы были неполные ответы на вопросы. Результаты исследования наглядно

		отражены в презентации.
3 (удовлетворительно)		Тема работы раскрыта частично, допущено поверхностное изложение и проработка отдельных вопросов темы. В работе недостаточно полно были использованы источники, выводы и практические рекомендации не отражали в достаточной степени содержание работы. При написании и защите работы продемонстрирован поверхностный уровень теоретических знаний. Работа своевременно представлена на кафедру, есть недостатки в ее оформлении. В процессе защиты недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы. Недостаточная наглядность представленного материала в презентации.
2 (неудовлетворительно)		Содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены поверхностно, нет анализа материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования. При написании и защите работы продемонстрирован неудовлетворительный уровень компетенций. Работа несвоевременно представлена на кафедру, оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям. На защите показал поверхностные знания по исследуемой теме, не отвечал на вопросы; небрежное оформление презентации и/или ее отсутствие.
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ на вопрос. Обучающийся своевременно готовился к практическим занятиям и активно участвовал в них. В рамках выполняемых заданий допускает незначительные ошибки и корректно находит путь их устранения.	
Не зачтено	Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины. Небрежное выполнение и/или не выполнение практической работы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Основные виды модных показов.
2	Событийный PR.
3	Теоретические основы событийного PR.
4	Планирование и организация специальных событийных проектов.
5	Основная документация при планировании специальных событийных проектов.
6	Формирование и управление проектной командой
7	Понятие специального мероприятия.
8	Виды аудиторий и мероприятий.
9	Формы работы пресс-службы со СМИ.

10	Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR.
11	Организация пространства и атмосферы на показе.
12	Показ-инсталляция
13	Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации) презентации.
14	Организация презентаций.
15	Corporate events.
16	Виды corporate events.
17	Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании и персон
18	Организация корпоративных мероприятий: торжественные банкеты, фуршеты
19	Организация специальных мероприятий (выставки, церемонии, премьеры, модные показы).
20	Специальные мероприятия на премьерах и показах.
21	Практические аспекты использования событийного PR.
22	Виды специальных мероприятий.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Предложен план выставки (церемонии, премьеры или другого специального мероприятия). Отредактировать этапы реализации, структуру в соответствии с различными целевыми аудиториями.

Предложить план специальных мероприятий для кинопремьеры (театральной премьеры).

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в устной форме презентации проекта.

Время, отводимое на защиту курсового проекта - 10 минут, ответы на вопросы - 5-7 мин.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Васильев, Г. А., Деева, Е. М.	Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71172.html">http://www.iprbookshop.ru/71172.html</a>
Мансуров Р. Е.	Технологии маркетинга	Москва: Инфра-Инженерия	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/69015.html">http://www.iprbookshop.ru/69015.html</a>
Загребельный Г. В., Боровик М. Ю., Меркулович Т. В., Фролкин И. Ю.	Performance-маркетинг	Москва: Альпина Паблишер	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/58562.html">http://www.iprbookshop.ru/58562.html</a>
May, Alcott	An Old-Fashioned Girl	Москва: T8RUGRAM	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83390.html">http://www.iprbookshop.ru/83390.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Любименко А. И.	Fashion-бизнес и мерчендайзинг (для 262000.68 и 262200.68)	СПб.: СПбГУПТД	2015	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2639">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2639</a>



Вильчинская-Бутенко М. Э.	Событийный менеджмент. Часть 1. Организация корпоративного досуга	СПб.: СПбГУПТД	2015	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2199">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2199</a>
Корочкова С. А.	Событийный менеджмент в коммерческой сфере. Практические занятия	СПб.: СПбГУПТД	2019	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199335">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199335</a>
Корсакова М.	Ивент-агентство «Альфа» на грани краха	Москва: Альпина Паблицер	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/48557.html">http://www.iprbookshop.ru/48557.html</a>
Романцов, А. Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57071.html">http://www.iprbookshop.ru/57071.html</a>

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>  
 Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>  
 Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>  
 Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>  
 Индекс креативного капитала PwC [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/creative-capital-index.html>  
 Комплексные исследования информационного агентства InterMedia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.intermedia.ru/content/222>  
 Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Конгрессно- выставочное бюро» <https://saintpetersburgcb.com/about/>  
 Ассоциация «Национальное Конгресс-бюро» <http://russiacb.com/contacts/>  
 Деловой портал для профессионалов ивент индустрии Event LIVE <https://event-live.ru/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
 Microsoft Windows

## 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска