

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» июня 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2022-2023 42.03.01 ИБК РиСО ОО №1-1-129.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: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
5	УП	34	34	108,75	3,25	Курсовой проект, Зачет
	РПД	34	34	108,75	3,25	
Итого	УП	34	34	108,75	3,25	
	РПД	34	34	108,75	3,25	

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

Доцент \_\_\_\_\_

Тимаков Ян Тимурович

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

История литературы и искусства

Основы маркетинга

Теория и практика массмедиа

Реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусств

Современные проблемы дизайна и моды

Правоведение

Теория и практика рекламы

Теория и практика связей с общественностью

Организационное поведение

Основы проектной деятельности

Медиатекст и основы копирайтинга

Основы брендинга

Основы цифровых коммуникаций

Фирменный стиль и основы дизайна

Корпоративные коммуникации

Основы сторителлинга

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2: Способен организовать работы по созданию и редактированию контента в сфере дизайна и моды**

**Знать:** научную систему современных знаний по основополагающим аспектам организации событий в сфере дизайна и моды; алгоритм написания сценария мероприятий.

**Уметь:** разрабатывать концепцию проекта, написать редакторское заключение по сценарию в соответствии с принятыми нормами и форматами, управлять событием.

**Владеть:** навыком подготовки и организации, создания концепции события, планирования логистики и координирование событий.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Введение в дисциплину. Теоретические основы событийного PR.	5					О
Тема 1. Планирование и организация специальных событийных проектов. Практическое занятие: Составление базовой документации при планировании специальных событийных проектов. Формирование и управление проектной командой		4	4	9	ИЛ	
Тема 2. Понятие специального мероприятия. Виды аудиторий и мероприятий. Практическое занятие: Формы работы пресс-службы со СМИ.		4	4	8	ИЛ	
Тема 3. Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR. Практические аспекты использования событийного PR.		2		8	ИЛ	
Раздел 2. Виды специальных мероприятий.						Пр,О
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.		4	4	8	ГД	
Тема 5. Особенности организации развлекательных мероприятий (арт-проект, акция, выставка, церемония вручения, церемония открытия, премьеры в театре). Организация пространства, создание атмосферы. Основные виды съемок модных показов.		4		4	ИЛ	
Тема 6. Основные типы презентаций. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации). Структура, содержание, стиль презентации. Этапы организации презентаций. Пресса в сфере fashion- индустрии.		4		4	ИЛ	
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.	4	8	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.	4	8	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.	2	3	10	ГД	О,Пр
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	3	9,75	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	34	34	108,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)	3,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	71,25		108,75		

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** - 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):**
1. Событийный PR и fashion-индустрия.
  2. Corporate events. Виды corporate events.
  3. Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании и персон
  4. Организация корпоративных мероприятий: торжественные банкеты, фуршеты

5. Организация специальных мероприятий (выставки, церемонии, премьеры, модные показы).
6. Специальные мероприятия на премьерах и показах.
7. Организация презентаций.
8. Организация конференций.
9. Организация театральной премьеры.
10. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации) презентации.
11. Основные виды модных показов.
12. Организация и проведение выставок.
13. Организация и проведение пресс-ланча или пресс-завтрака.
  
14. Организация пространства и атмосферы на показе.
15. Формы работы пресс-службы со СМИ.
16. Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR.
17. Планирование и организация специальных событийных проектов.
18. Интеграции и коллаборации при организации событийных проектов.
19. Креатив, дизайн и контент- менеджмент событийных проектов.
20. Организация и проведение концерта. Работа с подрядчиками. Запуск и работа с билетными агрегаторами.
21. Реклама и мероприятия по связям с общественностью в формировании бренда сферы fashion-индустрии.
22. Продакшн событийных проектов.
23. Контент- менеджмент событийного проекта.

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

Курсовой проект – самостоятельная организационно-исследовательская работа по данной дисциплине. Работа выполняется как индивидуально, так и группой. Работа осуществляется по свободно избираемой автором(ами) тематике под руководством преподавателя дисциплины.

Рекомендуемый объём курсовой работы – 25-35 стр. (не учитывая список источников и приложения). Рекомендуемое кол-во глав – 2, в каждой допускается 2-3 параграфа, обе главы должны быть пропорциональны друг другу. В параграфе не менее 5-7 стр.

Типовая структура работы предполагает наличие в ней следующих обязательных компонентов:

1. Титульный лист
2. Задание
3. Аннотация
4. Содержание
5. Введение
6. Основная часть - разделы (главы)
7. Заключение
8. Список использованных источников.
9. Приложение (я) – указываются под заглавными буквами русского алфавита!

Титульный лист является первым листом курсовой, номер страницы не ставится. Образец титульного листа размещен на сайте СПбГУПТД и в данном документе.

Задание на курсовую работу – второй лист (номер страницы не ставится) заполняется по шаблону, допускается печать с двух сторон, подшивается после титула. Задание, составленное в соответствии с требованиями кафедры, выдается обучающемуся в начале семестра. После выбора темы обучающийся совместно с руководителем работы заполняет бланк задания, которое хранится на кафедре.

Аннотация – третий лист (номер страницы не ставится) подшивается после Задания.

Аннотация должна содержать следующую информацию на русском языке:

- тема курсовой работы
- Ф.И.О. исполнителя, учебная группа, курс, факультет
- актуальность исследования, цель, задачи, объект и предмет исследования (дословно скопировано из Введения)
- сведения об объеме курсовой (общее количество страниц, количество рисунков, количество таблиц, количество страниц приложений);

Содержание – четвертый лист (НОМЕР СТРАНИЦЫ СТАВИТСЯ). Содержание должно быть автоматическим. В содержании указывается перечень всех разделов (частей), глав и параграфов, а также номера страниц, с которых начинается каждый из компонентов. Титульный лист, задание, аннотацию в раздел “Содержание” не включают.

Введение – пятый лист. Введение – это документ, включающий в себя важные квалификационные характеристики работы, который соответствует принятому стандарту, и включает ряд общезначимых формулировок:

- обоснование актуальности темы работы;
- анализ разработанности темы в научной литературе;
- объект и предмет исследования;
- цель и задачи работы (в соответствии с содержанием);
- предполагаемые методы исследования;
- теоретическую новизну и практическую значимость;

- прочие вопросы, являющиеся важными для правильного понимания сущности данной работы
- структуру работы.

## 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
ПК-2	<p>описывает ключевые аспекты организации событий в индустрии моды.</p> <p>разрабатывает концепцию проекта, создает редакторское заключение по сценарию в соответствии с принятыми нормами и форматами,</p> <p>характеризует и разрабатывает этапы подготовки и организации события, прописывает ход планирования логистики и координирование событий в модной индустрии.</p>	<p>Курсовой проект</p> <p>Практико-ориентированное задание</p> <p>Вопросы для устного собеседования</p>

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)		<p>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.</p> <p>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.</p>
4 (хорошо)		<p>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.</p>
3 (удовлетворительно)		<p>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</p>

		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
Семестр 5	
1	Организация пространства и атмосферы на показе.
2	Показ-инсталляция
3	Основные виды модных показов.
4	Событийный PR.
5	Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации) презентации.
6	Организация презентаций.
7	Corporate events.
8	Виды corporate events.
9	Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании и персон
10	Организация корпоративных мероприятий: торжественные банкеты, фуршеты
11	Организация специальных мероприятий (выставки, церемонии, премьеры, модные показы).
12	Специальные мероприятия на премьерах и показах.
13	Теоретические основы событийного PR.
14	Планирование и организация специальных событийных проектов.
15	Основная документация при планировании специальных событийных проектов.
16	Формирование и управление проектной командой
17	Понятие специального мероприятия.
18	Виды аудиторий и мероприятий.
19	Формы работы пресс-службы со СМИ.
20	Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR.
21	Практические аспекты использования событийного PR.



**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>				
Загребельный Г. В., Боровик М. Ю., Меркулович Т. В., Фролкин И. Ю.	Performance-маркетинг	Москва: Альпина Паблицер	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>
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>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Мансуров Р. Е.	Технологии маркетинга	Москва: Инфра- Инженерия	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/69015.html">http://www.iprbookshop.ru/69015.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>
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>

**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