

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.14

Ивент-менеджмент

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК АКиВКвБ ОО №1-1-163.plx

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

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

Профиль подготовки: Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе
(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				
7	УП	17	34	30	27	3	Экзамен
	РПД	17	34	30	27	3	
Итого	УП	17	34	30	27	3	
	РПД	17	34	30	27	3	

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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов
Александрович

Михаил

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов
Александрович

Михаил

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции в области разработки, подготовки и реализации коммуникативных событий, умения руководить процессами их организации

1.2 Задачи дисциплины:

- сформировать у обучающихся представление о современных принципах ивент-менеджмента;
- ознакомить обучающихся с методами разработки контента специальных мероприятий на основе пожеланий и требований заказчика с учетом основных экономических, политических и культурных факторов;
- рассмотреть технологические возможности и ресурсы ивент-менеджмента;
- выработать навыки разработки технико-экономического обоснования специальных мероприятий и составления их бизнес-планов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Введение в коммуникационные специальности

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Теория и практика связей с общественностью

Фандрайзинг и социальное партнерство

Медиапланирование

Маркетинг социальных медиа

Корпоративные коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен разрабатывать коммуникационную стратегию для медиапродукции

Знать: основной инструментарий организации и особенности управления событием, в целях придание ему конкретной направленности в интересах заказчика и учетом действующих норм, правил и форматов;

Уметь: планировать и управлять событием как коммуникационным инструментом;

Владеть: навыком планирования и проведения события в рамках коммуникационной стратегии продвижения медиапродукта, планирования логистики события и координирование его технических аспектов.

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 ивент-менеджмент	7					Д
Тема 1. Определение понятия ивент-менеджмент. Ивент-менеджмент и его роль в коммуникационной политике предприятия. Рассмотрение основных определений и понятий, связанных с ивент-менеджментом, а также его места в современной бизнес-среде. Практическое занятие. Основные определения и понятия ивент-менеджмента. Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия. Понятия «event-менеджмент», «event», «событийный менеджмент», «событийный маркетинг», «специальное событие». Признаки специального события. «Естественные» и «искусственные» события. Классификация мероприятий и специальных событий.		2	2	2	ИЛ	
Тема 2. История развития отрасли. Современное состояние ивент-индустрии. Социальные тренды и их влияние на индустрию специальных событий. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии специальных событий. Практическое занятие. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии специальных событий.		1	2	2	ИЛ	
Раздел 2. Технологии						
Тема 3. Разработка коммуникационной программы специального мероприятия. Определение цели и задач мероприятия. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда. Согласования миссии мероприятия с коммуникативной стратегией компании. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия. Исследования в событийном менеджменте. Практическое занятие. Определение цели и задач мероприятия. Выбор концепции мероприятия.					Пр	
Тема 4. Специальное мероприятие как креативный продукт. Тематический и сценарный план. Тип сценарного решения и его зависимость от характера специального события. Разработка сценария и творческой концепции мероприятия. Практическое занятие. Разработка сценария мероприятия.	2	10	8	АС		

<p>Тема 5. Управление проектом организации мероприятия. Формирование плана реализации проекта. Организация оперативного управления по контролю выполнения плана. Типовая структура оперативного штаба управления. Формирование индивидуальных заданий и зон ответственности при подготовке и проведении мероприятия. Инструктаж временного персонала. Практическое. Разработка организационного комплекса мероприятия. Принципы планирования и осуществления специальных мероприятий.</p>		2	4	2	АС	
<p>Раздел 3. Обеспечение специальных мероприятий</p>						
<p>Тема 6. Материально-техническое обеспечение специальных мероприятий. Оценка рисков и угроз. Разработка порядка действий в чрезвычайных ситуациях. Страхование и юридические вопросы организации мероприятия. Практическое занятие: Обеспечение безопасности при проведении события.</p>		2	4	4	ИЛ	
<p>Тема 7. Маркетинг и продвижение, информационное сопровождение специальных мероприятий. Организация информационной поддержки специальных мероприятий. Организация присутствия СМИ на мероприятии. Типы мероприятий для СМИ. Организация мероприятий для СМИ. Этапы организации и проведения пресс-конференций. Материально-техническое обеспечение пресс-конференций. Пост-сопровождение и оценка результатов пресс-конференций. Организация пресс- и блог-туров. Практическое. Информационное сопровождение специальных мероприятий. Подготовка материалов для СМИ. Маркетинг и продвижение.</p>		2	4	4	НИ	Д
<p>Раздел 4. Оценка эффективности в ивент-менеджменте</p>						
<p>Тема 8. Экономическое планирование в ивент-менеджменте. Обоснование бюджета события и факторы, на него влияющие. Организация расчетов с субподрядчиками. Расходы и доходы. Спонсирование мероприятия. Фандрайзинг. Информационное партнерство. Поиск спонсоров. Схемы расчетов с субподрядчиками и контрагентами. Согласование расходов с планом финансовой деятельности организации. Пути снижения расходов. Поиск и набор временного персонала. Оценка и план логистики. Работа с логистическими компаниями. Организация питания. Работа с кейтеринговыми компаниями. Практическое. Финансовое обеспечение специальных мероприятий. Поиск спонсоров и партнеров.</p>		2	4	2	НИ	Д

Тема 9. Оценка качества и эффективности специальных мероприятий. Анализ результатов события. Факторы оценивания и выбор времени проведения исследований. Типы исследований результативности проведения события. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия. Зарубежные методики оценки эффективности мероприятий. Оценка символического влияния события (методика Г. Берриджа). Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события). Составление отчетов о проведенном мероприятии. Практическое. Оценка качества и эффективности коммуникативных событий. Анализ ошибок и улучшение процесса организации.		2	2	4	НИ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	30		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		53,5		54,5		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

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	называет основной инструментарий ивент-менеджмента; анализирует и предлагает план события в соответствии с коммуникационной задачей; предлагает план проведения специального мероприятия.	Вопросы для устного собеседования Тест Практико-ориентированное задание

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой.	

	Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

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 7	
1	Основные понятия в сфере ивент-менеджмента.
2	Специальные события и интегрированные маркетинговые коммуникации.
3	Основные этапы организации и проведения специального мероприятия.
4	Факторы, влияющие на определение целей и задач специальных мероприятий.
5	Факторы, влияющие на разработку концепции специальных мероприятий. Процедура согласования концепции мероприятия.
6	Этапы создания сценария мероприятия и его виды.
7	Основные направления менеджмента мероприятия.
8	Организация деятельности оперативного штаба и рабочих групп.
9	Обеспечение безопасности мероприятия. Социальные и техногенные факторы риска. Способы уменьшения рисков и нейтрализации угроз.
10	Выбор и подготовка места проведения мероприятия.
11	Выбор средств презентации сценария мероприятия.
12	Назначение и возможности технических устройств, применяемых при проведении специальных событий. Техника безопасности при работе с используемым оборудованием.
13	Действия организаторов во время проведения мероприятия.
14	Основные действия после завершения мероприятия.
15	Мероприятия для СМИ как специальные события. Цели, задачи, этапы организации.
16	Организация информационного сопровождения специальных событий.
17	Основные характеристики информационного сопровождения специальных событий.
18	Логистика специальных мероприятий: планирование, управление, оптимизация и контроль над процессами движения материальных, трудовых и информационных потоков.
19	Инструменты контроля организационных процессов в рамках реализации специальных событий.
20	Планирование бюджета специального мероприятия и контроль за его исполнением. Способы оптимизации расходования средств.
21	Применение технологии фандрайзинга при организации специальных событий.
22	Параметры оценки организационной эффективности.
23	Организация опросов для оценки эффективности специальных мероприятий.
24	Оценка маркетинговых результатов специальных событий.
25	Оценка маркетинга специального мероприятия.
26	Организация работы с подрядчиками и временным персоналом.
27	Разработка информационных модулей при сопровождении специальных мероприятий: критерии отбора и оценки содержания и формы модуля.
28	Организация специальных событий как индустрия.
29	Специализация event-агентств, отличия от других организаций на этом рынке. Типовая структура event-агентства.
30	Ценовая политика event-агентств.
31	Ведущие event-агентства на рынке России и Санкт-Петербурга.

32	Использование программных средств для администрирования мероприятия: профессиональные интернет-каталоги, сервисы тайм-трекинга, групповой работы, рассылки приглашений и продажи билетов, QR-коды, онлайн-планировщики, мобильные приложения (Eventum), event-виджеты к блогам. Использование программных средств для составления бизнес-плана мероприятия и отчетов о проведенном мероприятии
----	--

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Место ивент-менеджмента в коммуникационной политике организации определяется
 - целями мероприятий
 - размером бюджета
 - ее маркетинговой стратегией
2. Комплекс мероприятий, направленный на продвижение бренда во внутренней и/или внешней маркетинговой среде посредством организации специальных событий – это
 - событийный маркетинг
 - событийный менеджмент
 - PR-кампания
3. Заранее спланированное постановочное мероприятие, которое создается специально для привлечения внимания СМИ и проводится с учётом их интересов – это
 - псевдособытие
 - медиакит
 - телешоу.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Обоснуйте маркетинговую целесообразность и экономическую привлекательность одного из мероприятий на ваш выбор.

Составьте требования к следующим составным частям организационного комплекса 4«P» и «F»: Place, Presentation, Personnel. Определите материально-техническую базу и тайминг мероприятия.

Составьте подробную смету для одного из ранее рассматриваемых мероприятий. Рассмотрите варианты оптимизации бюджета мероприятия и снижения расходов.

Сравните затраты на организацию и проведение мероприятия и возможную прибыль. Определите основные параметры и методы оценки эффективности мероприятия.

Опишите процесс организации работы с подрядчиками и временным персоналом, схемы расчетов с субподрядчиками и контрагентами, используемые при организации вашего мероприятия.

Какие инструменты контроля организационных процессов вы будете использовать в рамках реализации специальных событий? Какие программные средства для администрирования мероприятия, какие программные средства для составления бизнес-плана мероприятия и отчетов о проведенном мероприятии?

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

Ответ на вопросы в экзаменационном билете. Время на подготовку 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Корочкова С. А.	Ивент-менеджмент	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209390
Запорожец, Д. В., Назаренко, А. В., Кенина, Д. С., Звягинцева, О. С., Бабкина, О. Н., Исаенко, А. П.	PR-менеджмент	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2018	http://www.iprbookshop.ru/92972.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				

Корочкова С. А.	Событийный менеджмент в коммерческой сфере. Практические занятия	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199335
Загребельный, Г. В., Боровик, М. Ю., Меркулович, Т. В., Фролкин, И. Ю.	Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас	Москва: Альпина Пабlishер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93031.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>
Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>
Интернет-портал о рекламе, маркетинге и PR. [Электронный ресурс]. URL: www.sostav.ru
PR в России. Профессиональный журнал о сценариях и технологиях современных public relations. [Электронный ресурс]. URL: www.prjournal.ru
Журнал "Пресс-служба". Всероссийский специализированный журнал. [Электронный ресурс]. URL: www.press-service.ru
"Советник". Ежемесячный профессиональный журнал и интернет-портал о связях с общественностью и рынке PR. [Электронный ресурс]. URL: www.sovetnik.ru
Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте» содержит новости, материалы и обзоры по широкой проблематике связей с общественностью. [Электронный ресурс]. URL: <http://pr-info.ru>
Информационный портал «Пиар-лайф» посвящен всем сторонам деятельности по связям с общественностью. [Электронный ресурс]. URL: <http://pr-life.ru>
Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистики. В открытом доступе находятся все номера газеты. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pr-news.spb.ru>
Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows
Corel DRAW Graphics Suite Edu Lic
CorelDraw Graphics Suite X7
Microsoft Office Standart Russian Open No Level Academic
MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows
Octave

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска