

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.02**

Событийный маркетинг

Учебный план: 2024-2025 42.04.01 ИБК РИСО в креат инд ЗАО №2-3-128.plx

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

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
1	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
2	УП	4	51	9	2	Экзамен
	РПД	4	51	9	2	
Итого	УП	8	83	9	3	
	РПД	8	83	9	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

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:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** формирование компетенций необходимых для подготовки и реализации ивент проектов, освоению практических навыков при планирования, разработки и проведению мероприятий.

**1.2 Задачи дисциплины:**

дать представления обучающимся о правилах организации и базовых схемах реализации событий, основах продвижения событийного проекта и специфике его аналитики.

познакомить обучающихся с характерными ошибками, которых следует избегать в профессиональной сфере при продвижения интересов компании, управлении поведением и мнением целевой аудитории.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-2: Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</b>
---

<b>Знать:</b> разновидности и особенности специального мероприятия в профессиональной сфере, творческого процесса создания сценария и воплощения события с учетом маркетинговой составляющей проектной деятельности.
--

<b>Уметь:</b> определять оптимальные маркетинговые коммуникации и механизмы реализации творческого замысла в разработке сценария специальных мероприятий.
---

<b>Владеть:</b> навыком разработки креативной идеи, концепции и сценарного хода специального мероприятия; подбора эффективных маркетинговых коммуникаций.
---

### 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	1				
Тема 1. Планирование событийных проектов. Принципы составления базовой документации при планировании событийных проектов.		2		16	ИЛ
Тема 2. Понятие событийного PR. Виды аудиторий и мероприятий. Формы работы пресс-службы со СМИ.		2		16	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Продвижение событийного проекта и аналитика.	2				
Тема 3. Стратегия продвижения и рекламные инструменты. Практическое занятие: Оценка эффективности рекламной кампании.		2	4	26	ГД
Тема 4. 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	4	25	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	51	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		18,5	89,5		

### 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	характеризует роль специальных мероприятий в профессиональной сфере, описывает процесс создания сценария и воплощения события. определяет и отбирает адекватные маркетинговые инструменты реализации сценария специальных мероприятий планирует этапы разработки креативной идеи, маркетинговой концепции и сценарного хода специального мероприятия.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание 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.	
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали.	
2 (неудовлетворительно)	Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Также к неудовлетворительной оценке ведёт 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 2	
1	События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций
2	Популярные форматы событий.
3	Планирование и утверждение проекта события.
4	Общественно-значимые события культурной жизни. Выставки, Профессиональные ассоциации, Конференции. Праздники
5	Партнерские и спонсорские отношения в структуре событийного маркетинга
6	Особенности организации корпоративных и частных мероприятий с возможностью продвижения бренда
7	Бюджет событийного маркетинга
8	Аудитория. Барьеры участия в событиях (для участников) и методы их преодоления.
9	Исследования, генерация и тестирование идей события.
10	Выбор подрядчиков. Работа с агентствами и спонсорами.
11	Креатив в событийном маркетинге.
12	Бенчмаркинг в создании концепции специальных мероприятий.
13	Методы определения бюджета на мероприятия событийного маркетинга.
14	Выбор ключевых показателей оценки. Оценка эффективности мероприятия и отслеживание возврата инвестиций
15	Модель «Четыре скорости удачного мероприятия: интрига, включение, эмоции, коммуникация»

16	Особенности организации спонсорских мероприятий (генеральный спонсор, титульный спонсор, официальный спонсор, эксклюзивный поставщик, информационный спонсор и т.д.)
----	--

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

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

Кейс №1 Этапы подготовки мероприятия.

Составить план проведения конкретного мероприятия: юбилей; презентация; фуршет; пресс-конференция; показ и т.д. Обосновать выбранный маркетинговый инструмент, комплекс специальных мероприятий и акций в аспекте преследуемых организацией целей.

Кейс №2 Образцы создания необходимых рабочих документов (бриф, презентация, план действий, пресс-релиз, приглашения, checklist, смета и т.п.)

Составить последовательность рабочих документов проведения конкретного мероприятия: юбилей; презентация; фуршет; пресс-конференция; показ и т.д. Дать несколько вариантов содержания самих документов. Аргументировать выбор.

## 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

В течении семестра выполняются контрольные работы. Экзамен проводится в устной форме. Время на подготовку – 0,5 часа, в это время входит подготовка к 1 теоретическому вопросу и выполнение одного практического задания.

## 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>				
Плотникова, Ю. С.	Маркетинговые исследования	Омск: Омский государственный технический университет	2021	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/124834.html">https://www.iprbooks.hop.ru/124834.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Косова, Л. Н., Косова, Ю. А.	Маркетинг	Москва: Российский государственный университет правосудия	2021	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/117244.html">https://www.iprbooks.hop.ru/117244.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>
Мазилкина, Е. И.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83143.html">http://www.iprbookshop.ru/83143.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