

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.14

Ивент-менеджмент

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ИБК АКивКвБ ОО №1-1-163.plx

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

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

Профиль подготовки:
(специализация) Арт-коммуникации и визуальная культура в бизнесе

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	16	32	33	27	3	Экзамен
	РПД	16	32	33	27	3	
Итого	УП	16	32	33	27	3	
	РПД	16	32	33	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 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: 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

Теория и практика связей с общественностью

Фандрайзинг и социальное партнерство

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					О,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.		1	2	4	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	4	ГД	
Раздел 2. Технологии ивент-менеджмента						
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.		2	2	4	ИЛ	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	6	4	ИЛ	

<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	2	4		
<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	ГД	
<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	3	ГД	Пр,КПр
<p>Тема 8. Оценка эффективности в ивент-менеджменте. 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	4		

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	6	2		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	32	33		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		50,5		57,5		

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 инструментальный ивент-менеджмента; анализирует и предлагает план события в соответствии с коммуникационной задачей; предлагает план проведения специального мероприятия.	Вопросы для устного собеседования. Практико-ориентированные задания. Практико-ориентированные задания.

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, стандартный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. В целом ответ демонстрирует качественные знания, основанные на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
3 (удовлетворительно)	Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные	

	ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.	
2 (неудовлетворительно)	Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые. Очевидны или непонимание заданного вопроса, или неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Обнаруживаются незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины, неумение сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины, многочисленные грубые ошибки. 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 7	
1	Основные понятия в сфере ивент-менеджмента.
2	Ведущие event-агентства на рынке России и Санкт-Петербурга.
3	Ценовая политика event-агентств.
4	Специализация event-агентств, отличия от других организаций на этом рынке. Типовая структура event-агентства.
5	Разработка информационных модулей при сопровождении специальных мероприятий: критерии отбора и оценки содержания и формы модуля.
6	Организация специальных событий как индустрия.
7	Организация работы с подрядчиками и временным персоналом.
8	Оценка маркетинга специального мероприятия.
9	Ивент индустрия как сектор экономики
10	Оценка маркетинговых результатов специальных событий.
11	Параметры оценки организационной эффективности. Организация опросов для оценки эффективности специальных мероприятий.
12	Применение технологии фандрайзинга при организации специальных событий.
13	Планирование бюджета специального мероприятия и контроль за его исполнением. Способы оптимизации расходования средств.
14	Логистика специальных мероприятий: планирование, управление, оптимизация и контроль над процессами движения материальных, трудовых и информационных потоков. Инструменты контроля организационных процессов в рамках реализации специальных событий.
15	Организация информационного сопровождения специальных событий. Основные характеристики информационного сопровождения специальных событий.

16	Мероприятия для СМИ как специальные события. Цели, задачи, этапы организации.
17	Действия организаторов во время проведения мероприятия. Основные действия после завершения мероприятия.
18	Назначение и возможности технических устройств, применяемых при проведении специальных событий. Техника безопасности при работе с используемым оборудованием.
19	Выбор и подготовка места проведения мероприятия. Выбор средств презентации сценария мероприятия.
20	Специальные события и интегрированные маркетинговые коммуникации. Основные этапы организации и проведения специального мероприятия.
21	Мода: авангард - неоавангард
22	Инновационная функция моды (фантазия)
23	Внешний облик индивида как отражение комплекса знаковых систем (социально- бытовой и тендерной дифференциации, эротической характеристики, престижно-статусных и ролевых параметров).
24	Технологическая, иконическая, вербальная структуры вещи.
25	Мода как система знаков. Семиотическая концепция Ролана Барта.
26	Индустрия моды как экосистема игроков от производств до креативных профессий.
27	Трендхантинг и трендвотчинг
28	Социальная ответственность модной индустрии
29	Мода и общество
30	Корпоративная ответственность в модной индустрии

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
 - медиаакт
 - 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«Р» 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

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
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
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	https://www.iprbooks.hop.ru/92972.html
Ефимова О.В.	Коммуникационные кампании в дизайне и моде	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024209

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-](http://www.pr-news.spb.ru)

[news.spb.ru](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

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