

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 Событийный менеджмент

Учебный план: 2026-2027 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	32	32	112,75	3,25	5	Курсовой проект, Зачет
	РПД	32	32	112,75	3,25	5	
Итого	УП	32	32	112,75	3,25	5	
	РПД	32	32	112,75	3,25	5	

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: формирование и систематизация совокупности компетенций, знаний, умений и практических навыков в отрасли организации и реализации событийных проектов (ивент-менеджмент), а также развитие предпринимательских качеств в сфере событийных проектов.

1.2 Задачи дисциплины:

дать обучающимся ключевые понятия, цели и задачи событийного менеджмента;

познакомить обучающихся с правилами организации и базовыми схемами реализации события, с основными техническими средствами и технологиями;

продемонстрировать основы продвижения событийного проекта и его аналитику, позволяющие исключить характерные ошибки, которых следует избегать в профессиональной сфере.

выработать у обучающихся необходимые компетенции для планирования и менеджмента событийных проектов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Теория и практика связей с общественностью

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

Уметь: определять тип PR-коммуникаций, совокупность технологий проведения мероприятий.

Владеть: навыком создания и редактирования концепции события, планирования логистики события и координирование его технических аспектов.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в дисциплину. Теоретические основы событийного PR.	5				О
Тема 1. Планирование и менеджмент событийных проектов. Введение и основы ивент-менеджмента. Планирование событийных проектов. Составление базовой документации при планировании событийных проектов. Формирование и управление проектной командой		4	4	8,75	
Тема 2. Понятие событийного PR. Виды аудиторий и мероприятий. Формы работы пресс-службы со СМИ.		4	4	8	
Тема 3. Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR. Практические аспекты использования событийного PR.		2		12	
Раздел 2. Виды корпоративных мероприятий. Основные типы развлекательных мероприятий.					Пр,О
Тема 4. Цели и задачи corporate events. Виды corporate events. Практическое занятие: Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании, профессиональные праздники, торжественные банкеты, фуршеты, спортивные соревнования. Разработка сценарного плана для мероприятий.		4	4	8	
Тема 5. Особенности организации развлекательных мероприятий (арт-проект, акция, выставка, церемония вручения, церемония открытия, премьеры в театре, модные показы).		4	8	4	
Тема 6. Основные типы презентаций. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации). Структура, содержание, стиль презентации. Этапы организации презентаций.		4		4	
Раздел 3. Организация и проведения мероприятия					П
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.		2	4	20	
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	4	20	
Раздел 4. Продвижение событийного проекта и аналитика.					О,Пр

Тема 9. Стратегия продвижения и рекламные инструменты. Практическое занятие: Оценка эффективности рекламной кампании.		2	2	14	
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	2	14	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		32	32	112,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)		3,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		67,25		112,75	

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

Организация корпоративных мероприятий: торжественные банкеты, фуршеты

Организация развлекательных 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 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-2	характеризует инструментарий организации и управления мероприятием. выявляет тип PR-коммуникаций и подбирает соответствующий контент. организует работы по созданию и редактированию контента события, планирования и координирование его технических аспектов.

6.2 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 Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса.	
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).	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 5	
1	Теоретические основы событийного PR.
2	Планирование и менеджмент событийных проектов.
3	Основы ивент-менеджмента.
4	Благотворительность в событиях.
5	Спонсор событийного проекта.
6	Планирование событийных проектов.
7	Партнер событийного проекта.
8	Интеграции и коллаборации, как маркетинговое решение в событийных проектах.
9	Составление базовой документации при планировании событийных проектов.
10	Интеграции и коллаборации при организации событийных проектов.
11	Оценка эффективности рекламной кампании.
12	Стратегия продвижения и рекламные инструменты.
13	Продвижение событийного проекта и аналитика.
14	Закрытие проекта.
15	Охрана и безопасность на мероприятиях.
16	Логистика.
17	Букинг артистов/спикеров.
18	Кейтеринг.
19	Основные технические средства и технологии. Производство.
20	Организационно-техническое обеспечение мероприятий.
21	Подрядчики и внешние ресурсы.
22	Проектная документация.
23	Цикл реализации событийного проекта.
24	Продакшн событийных проектов.
25	Форматы мероприятий. Презентация идей.
26	Креатив и дизайн презентации проекта. Проектная деятельность.
27	Контент- менеджмент событийного проекта.
28	Креативная концепция проекта. Дизайн.
29	Этапы организации презентаций.
30	Основные типы презентаций. Театрально-зрелищные (теа-презентации), салонные (бомонд-презентации). Структура, содержание, стиль презентации.

31	Особенности организации развлекательных мероприятий (арт-проект, акция, выставка, церемония вручения, церемония открытия, премьеры в театре, модные показы).
32	Разработка сценарного плана для мероприятий.
33	Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании, профессиональные праздники, торжественные банкеты, фуршеты, спортивные соревнования.
34	Цели и задачи corporate events. Виды corporate events.
35	Виды корпоративных мероприятий. Основные типы развлекательных мероприятий. Пр,О
36	Практические аспекты использования событийного PR.
37	Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR.
38	Формы работы пресс-службы со СМИ.
39	Понятие событийного PR. Виды аудиторий и мероприятий.
40	Формирование и управление проектной командой

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

6.3.3 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.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ + Письменная ☐ + Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Васильева, Е. Ю., Сергиевская, Н. В.	Коммуникационный менеджмент	Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/101795.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Шамис, В. А., Левкин, Г. Г.	Менеджмент	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks hop.ru/124748.html
Корочкова С. А.	Ивент-менеджмент	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209390
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html

7.2 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/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
 Microsoft Windows

7.4 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