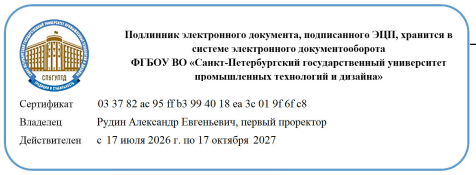
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.04 Организация специальных событий

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ Реклама в медиаинд ОЗО №1-2-26.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

Профиль подготовки: (специализация) Реклама в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
9	УП	16	16	85	27	4	Экзамен
	РПД	16	16	85	27	4	
Итого	УП	16	16	85	27	4	
	РПД	16	16	85	27	4	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент _____ Корочкова Светлана Александровна

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы _____ Смирнов Алексей Викторович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Смирнов Алексей Викторович

Методический отдел:
_____

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции в области разработки, подготовки и реализации специальных событий.

1.2 Задачи дисциплины:

• сформировать у обучающихся представление о месте специальных событий в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций;

• ознакомить обучающихся с подходами к разработке концепций специальных событий на основе пожеланий и требований заказчика;

• рассмотреть основные приемы информационного сопровождения специальных событий;

• выработать навыки подготовки технико-экономического обоснования специальных событий.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Коммуникационный менеджмент

Интегрированные коммуникации

Теория и практика связей с общественностью

Основы проектной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен участвовать в организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
Знать: теоретические аспекты проектирования и принципы реализации специальных мероприятий
Уметь: использовать технологии планирования специального мероприятия; применять приемы режиссерско-постановочной работы в организации специальных мероприятий; рассчитывать бюджет программы специального мероприятия; использовать технологии оценки эффективности специального мероприятия до и после проведения.
Владеть: навыками построения событийных коммуникационных моделей; механизмом реализации успешного события; приемами оценки эффективности событийной коммуникации.

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. Организация специальных событий как технология продвижения предприятия	9				Пр
Тема 1. Основные понятия и виды специальных событий. 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		11	
Тема 2. Специальные события в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятия. Определение целей и задач специальных событий. «Специальные события» и коммуникационный менеджмент. Событийный менеджмент и интегрированные маркетинговые коммуникации. «Специальные события» как элементы продвижения продукции компании и как форма организации связей с общественностью. Определение цели и задач мероприятия. Практические занятие. «Специальные события» как элементы продвижения продукции компании и как форма организации связей с общественностью. Определение цели и задач мероприятия.		2	2	11	

Раздел 2. Планирование и реализация специальных событий					
Тема 3. Разработка концепции специальных событий. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда. Согласования миссии мероприятия с коммуникативной стратегией компании. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия. Тематический и сценарный план. Разработка сценария и творческой концепции мероприятия. Аутсорсинг творческих работ. Способы визуализации сценария на стадии его утверждения. Практическое занятие. Выбор концепции мероприятия. Разработка сценария мероприятия.		2	2	9	
Тема 4. Основные направления менеджмента специальных событий. Управление сроками: организации и контроль взаимодействия всех рабочих групп в рамках подготовки мероприятия, контроль за соблюдением сроков окончания промежуточных этапов подготовки. Управление качеством: разработка критериев оценки качества мероприятия, контроль за их реализацией, оценка проведенного мероприятия. Управление рисками: определение возможных рисков и неблагоприятных факторов при проведении мероприятия, разработка программы действий при возникновении этих рисков. Практическое. Разработка организационного комплекса мероприятия 4P и F.		2	2	11	Пр
Тема 5. Этапы подготовки и проведения специальных событий. Формирование плана подготовки проекта. Планирование времени и его распределение. Расписание. Работа с подрядчиками. Работа с персоналом агентства. Виды распределения работ (по проектам, по функциям). Организация клиентской службы и службы продвижения. 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. Обучение временного персонала. Практическое занятие. Подготовка и проведение мероприятий. Практическое занятие. Оформление организационных документов при проведении специальных событий: бриф, техническе задание, тайм-лист, чек-пойнты, список материалов для оформления площадки, список необходимого оборудования, список субподрядчиков.		2	4	13	
Раздел 3. Оптимизация результатов специальных событий					
Тема 6. Информационное сопровождение специальных событий. Организация информационной поддержки специальных мероприятий. Типы мероприятий для СМИ. Организация мероприятий для СМИ. Создание вспомогательных мультимедийных материалов для коммуникативных событий. Практическое занятие. Организация мероприятий для СМИ. Информационное сопровождение специальных мероприятий.		2	2	10	П

Тема 7. Финансовое и материально-техническое обеспечение специальных событий. Обоснование бюджета события и факторы, на него влияющие. Организация расчетов с субподрядчиками. Расходы и доходы. Схемы расчетов с субподрядчиками и контрагентами. Согласование расходов с планом финансовой деятельности организации. Пути снижения расходов. Практическое занятие. Финансовое обеспечение специальных мероприятий.		2	2	10	
Тема 8. Оценка качества и эффективности специальных событий. Анализ результатов события. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия. Социально -экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события). Составление отчетов о проведенном мероприятии. Практическое занятие. Разработка проекта специального мероприятия.		2	2	10	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	16	85	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,5		109,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

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-1	Описывает организационный комплекс мероприятия 4P и F. Обосновывает бюджет события, с учетом факторов, на него влияющих согласовано с планом финансовой деятельности организации Определяет критерии оценки мероприятия, его социально-экономические, результаты, составляет отчет о проведенном мероприятии.

6.2 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 течение семестра.	

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.	

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 9	
1	Основные понятия: «event-менеджмент», «событийный менеджмент», "event-маркетинг" «event», «специальное событие», "специальное мероприятие".
2	Классификации мероприятий и специальных событий.
3	Специальные события и интегрированные маркетинговые коммуникации.
4	Основные этапы организации и проведения специального мероприятия.
5	Определение целей и задач специального события.
6	Разработка концепции специального события, ее согласование (с чем и кем).
7	Назначение и заполнение брифа на разработку специального мероприятия.
8	Этапы создания сценария мероприятия и его виды.
9	Основные направления менеджмента мероприятия.
10	Организация деятельности оперативного штаба и рабочих групп.
11	Организация работы с подрядчиками и временным персоналом.
12	Обеспечение безопасности мероприятия. Социальные и техногенные факторы риска. Способы уменьшения рисков и нейтрализации угроз.
13	Выбор и подготовка места проведения мероприятия.
14	Выбор средств презентации сценария мероприятия.
15	Назначение и возможности технических устройств, применяемых при проведении специальных событий. Техника безопасности при работе с используемым оборудованием.
16	Действия организаторов во время проведения мероприятия.
17	Основные действия после завершения мероприятия.
18	Мероприятия для СМИ как специальные события. Цели, задачи, этапы организации.
19	Организация информационного сопровождения специальных событий. Разработка информационных модулей.
20	Основные характеристики информационного сопровождения специальных событий.
21	Логистика специальных мероприятий: планирование, управление, оптимизация и контроль над процессами движения материальных, трудовых и информационных потоков.
22	Инструменты контроля организационных процессов в рамках реализации специальных событий.
23	Планирование бюджета специального мероприятия и контроль за его исполнением. Способы оптимизации расходования средств.
24	Параметры оценки эффективности специальных событий.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Предложите варианты мероприятий для фитнес-центров в сегменте эконом, комфорт, премиум. Обоснуйте их цели, задачи, формат и концепцию. Чем будут отличаться специальные события у фитнес-центров разных сегментов?

Придумайте 5 идей для презентации новой коллекции одежды марки Caterpillar, учитывая базовые параметры бренда Caterpillar: антигламур, утилитарность, рабочая эстетика. Разработайте бриф, визуальный бриф и мудборд к каждому сценарию. Для одного из сценариев 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.

Обоснуйте маркетинговую целесообразность и экономическую привлекательность одного из ранее рассматриваемых мероприятий. Сравните затраты на организацию и проведение мероприятия и возможную прибыль. Определите основные параметры и методы оценки эффективности мероприятия.

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»

К экзамену допускаются обучающиеся, сдавшие все практические задания в течение семестра.

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проходит в форме зашиты проекта специального мероприятия. Обучающийся готовит презентацию и речь на 5 минут, отвечает на вопросы преподавателя по теории и практике организации специальных событий. Обучающиеся, пропустившие более дух трети занятий, также пишут тест по теории дисциплины.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная 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	http://www.iprbookshop.ru/92972.html
Корочкова С. А.	Ивент-менеджмент	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209390
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Корсакова, М. М.	Ивент-агентство «Альфа» на грани краха: правила построения эффективной сервисной компании	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/86802.html
Романцов, А. Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание)	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/57071.html
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 Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93031.html

7.2 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

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

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