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

Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3c 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.08 Ивент-менеджмент

Учебный план: 2026-2027 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ЗАО №2-3-134.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

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

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
2	УП	8	12	151	9	5	Экзамен
	РПД	8	12	151	9	5	
Итого	УП	8	12	151	9	5	
	РПД	8	12	151	9	5	

Санкт-Петербург
2026

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

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 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:

Управление проектами

Технологии рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

Репутационные технологии в медиаиндустрии

Интегрированные маркетинговые коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ
Знать: основные принципы и технологии планирования, организации и проведения специальных событий (ивентов)
Уметь: устраивать публичные выступления, в том числе пресс-конференции для средств массовой информации
Владеть: навыками разработки технико-экономического обоснования коммуникационных мероприятий

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Ивент-менеджмент как профессиональная специализация	2			
Тема 1. Ивент-менеджмент и его роль в коммуникационной политике предприятия. 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. «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.		1		10

Тема 2. Современное состояние ивент-индустрии в России. Рост «событийной» отрасли. Признание событийного менеджмента как профессиональной специализации. Социальные тренды и их влияние на индустрию специальных событий. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии специальных событий. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента. Варианты специализаций event-агентства. Типовая структура event-агентства. Лидеры рынка, оценка их позиций и конкурентных преимуществ. Принципы ценообразования на рынке событийно-организационных услуг. Формирование цены на услуги событийного агентства. Гонорар event-агентства. Организация клиентской службы и службы продвижения event-агентства. Практическое занятие 1. Характеристики успешного специального мероприятия.		1	2	15
Раздел 2. Основные 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 2. Выбор концепции мероприятия.		1	2	18
Тема 4. Творческая проработка коммуникационных программ в ивент-менеджменте. Специальное событие как креативный продукт. Тематический и сценарный план. Тип сценарного решения и его зависимость от характера специального события. Разработка сценария и творческой концепции мероприятия. Аутсорсинг творческих работ. Способы визуализации сценария на стадии его утверждения. Практическое занятие 3. Разработка сценария мероприятия.			2	18
Тема 5. Определение средств реализации сценария специального мероприятия. Требования к помещению (событийному пространству), необходимое оборудование, полиграфические материалы, специальные изделия, дизайн пространства. элементы сценографии, концертные и актерские группы. Букинговые и концертные агентства. Работа с VIP участниками. Райдеры и гонорары артистов. 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 4. Разработка организационного комплекса мероприятия.		2	2	20

Раздел 3. Обеспечение специальных мероприятий				
Тема 6. Материально-техническое обеспечение специальных мероприятий. Учет потенциально опасных факторов при проведении события. Социальные и техногенные факторы риска. Оценка рисков и угроз. Способы уменьшения рисков и нейтрализации угроз. Привлечение консультантов по безопасности. Охранные компании и услуги ими предоставляемые. Согласование проведения мероприятий с органами власти и контролирующими органами (МЧС и проч.). Обеспечения режима доступа в зону проведения мероприятия. Иерархия зон безопасности. Разработка порядка действий в чрезвычайных ситуациях. Назначение и возможности технических устройств, применяемых при проведении специальных событий. Разработка требований к техническим характеристикам применяемых устройств. Работа с техническими подрядчиками. Система аренды оборудования. Техника безопасности при работе с используемым оборудованием. Обеспечение безопасности персонала и участников. Учет потенциально опасных факторов при проведении события. Социальные и техногенные факторы риска. Оценка рисков и угроз. Способы уменьшения рисков и нейтрализации угроз. Этика и правовые аспекты организации мероприятия. Страхование и юридические вопросы организации мероприятия.				20
Тема 7. 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. Технологии и принципы создания вспомогательных мультимедийных материалов для коммуникативных событий. Практическое 5. Информационное сопровождение специальных мероприятий.		2	2	16
Раздел 4. Оценка эффективности в ивент-менеджменте				
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.				17

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. Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события). Составление отчетов о проведенном мероприятии. Практическое 6. Презентация проекта специального мероприятия.		1	2	17
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	12	151
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		6,5
Всего контактная работа и СР по дисциплине		22,5		157,5

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	излагает технологии работы с базами данных при организации рекламных и PR-мероприятий; подбирает исполнителей организационных функций для коммуникационных кампаний на предприятии;
	разрабатывает технико-экономические обоснования коммуникационных программ.

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.Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям.	
4 (хорошо)	Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы.	

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.Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки.отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы	

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

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
	Курс 2
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

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

6.3.3 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?

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 обучающие, выполнившие все практические задания и написавшие контрольную работу по одной из предложенных тем.

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Сдача и получение положительной оценки за контрольную работу. Экзамен проходит в форме презентации и защиты проекта специального мероприятия, с обоснованием его концепции и инструментов управления мероприятия. При выставлении итоговой оценки учитываются качество выполнения контрольной работы, оценки, полученные за выполнение практических заданий и работа на занятиях.

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				
Корочкова С. А.	Событийный менеджмент в коммерческой сфере. Практические занятия	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199335

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

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

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска