

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа по дисциплине
ПРАКТИКА ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

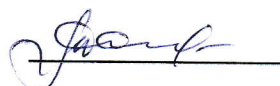
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Реклама и связи с общественностью

Квалификация:
Бакалавр


Форма обучения
Очная


Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 **Фейлинг Т.Б.**

Утверждаю
Председатель УМС  **И.И. Палкин**

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
инновационных технологий управления в
государственной сфере и бизнесе
7 февраля 2018 г., протокол № 8
Зав. кафедрой  **Фирова И.П.**

Авторы-разработчики:
 **Зиновьева М.С.**

Санкт-Петербург 2018

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины – овладение студентами необходимым и достаточным уровнем общекультурных профессиональных компетенций для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной деятельности, а также для дальнейшего самообразования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Практика ивент-менеджмента» относится к вариативной части ОПОП (дисциплины по выбору), обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина изучается в восьмом семестре.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Интегрированные коммуникации», «Основы маркетинга», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Теория массовой информации», «PR-проектирование». Параллельно изучаются такие дисциплины как «Медиа-манипуляции», «Практика создания рекламного продукта».

3. Компетенции формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<i>Код компетенции</i>	<i>Компетенция</i>
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации
ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- особенности ивент-менеджмента в различных сферах и организациях;
- основные принципы организации ивентов;
- основные методы, способы и средства реализации ивент-менеджмента;
- общие закономерности функционирования рынка услуг в сфере ивент-менеджмента;

уметь:

- разработать план ивента, в том числе, антикризисного, провести анализ эффективности кампании;

владеть:

- принципами и методами проектной деятельности: организация проектного цикла, проектирование и контекстное позиционирование имиджа, организации ивентов и т.д.

Основные признаки проявленности формируемых компетенций в результате освоения дисциплины сведены в таблицах:

ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
------	--

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвинутый	Знаком в полной мере с особенностями профессиональной деятельности в области ивент-менеджмента. Свободно ориентируется в процессе организации ивент-менеджмента; осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль мероприятий; полностью организует и проводит мероприятия в рамках ивент-менеджмента. Полностью владеет навыками планирования и проведения мероприятий в рамках ивент-менеджмента.

	Владеет навыками самостоятельной работы в профессиональной области.
Базовый	В основном понимает специфику планирования и проведения мероприятий в рамках ивент-менеджмента. В основном применяет базовые теоретические знания в области практики ивент-менеджмента. Способен участвовать в ивент-мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.
Минимальный	Знаком с некоторыми закономерностями планирования и проведения мероприятий в рамках ивент-менеджмента. Способен на теоретическом уровне описывать специфику планирования и проведения мероприятий в рамках ивент-менеджмента. Владеет некоторыми элементами в области планирования и проведения мероприятий в рамках ивент-менеджмента, однако не владеет навыками оценивания эффективности профессиональной деятельности.

ПК-2	Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
------	--

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвинутый	Знаком в полной мере с особенностями организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в ситуации планирования и проведения мероприятий в рамках ивент-менеджмента. Свободно ориентируется в управлении и организации работы в рамках ивент-менеджмента. Понимает их основания и умеет выделить практическое значение заданной области. Полностью владеет навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы в рамках ивент-менеджмента. Владеет навыками самостоятельной работы в профессиональной области.
Базовый	Понимает специфику планирования и организации основных мероприятий в рамках ивент-менеджмента. Способен в основном применять базовые теоретические знания в области организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в рамках ивент-менеджмента. Способен участвовать в планировании и проведении мероприятий в рамках ивент-менеджмента.
Минимальный	Знаком с разновидностями ивент-менеджмента. Способен на теоретическом уровне описывать специфику организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в рамках ивент-менеджмента. Владеет некоторыми элементами в области организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в рамках ивент-менеджмента.

ПК-5	Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации
------	---

Этап (уровень)	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описа-
----------------	---

освоения компетенции	ние уровня)
Продвинутый	Знаком в полной мере с особенностями реализации проектов в рамках ивент-менеджмента. Свободно ориентируется в управлении и организации работы в рамках ивент-менеджмента. Понимает их основания и умеет выделить практическое значение заданной области. Полностью владеет навыками планирования и реализации проектов в рамках ивент-менеджмента. Владеет навыками самостоятельной работы в профессиональной области.
Базовый	Понимает специфику использования ивент-менеджмента в проектировании основных мероприятий в рекламе и СО. В основном применять базовые теоретические знания в области ивент-менеджмента. Способен участвовать в подготовке и реализации проектов в рамках ивент-менеджмента по повышению внутреннего и внешнего имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.
Минимальный	Знаком с некоторыми закономерностями планирования и реализации проектов в рамках ивент-менеджмента. Способен проектировать некоторые элементы проведения мероприятий в рамках ивент-менеджмента. Владеет ограниченным набором методов планирования и реализации проектов в рамках ивент-менеджмента.

4. Структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 часа.

Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	72		
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	44		
в том числе:			
лекции	22		
практические занятия	22		
семинарские занятия			
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	28		

в том числе:			
курсовая работа			
контрольная работа			
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	зачет		

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 8	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости <i>зачет</i>	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинары	Самост. работа			
1	Понятие ивент	8	2	2	2			ПК-1, ПК-2 ПК-5
2	Ивент планирование и проектная группа	8	2	2	2			ПК-1, ПК-2 ПК-5
3	Бюджетирование и работа ивент-менеджеров	8	2	4	4			ПК-1, ПК-2 ПК-5
4	Специфические закономерности и риски ивент-менеджмента	8	4	2	4			ПК-1, ПК-2 ПК-5
5	Концепция мероприятия в сфере ивент-менеджмента	8	2	2	2			ПК-1, ПК-2 ПК-5
6	Фестивальный менеджмент	8	2	2	2			ПК-1, ПК-2 ПК-5
7	Продвижение мероприятия	8	2	2	4			ПК-1, ПК-2 ПК-5

8	Ивент маркетинг	8	2	2	4			ПК-1, ПК-2 ПК-5
9	Логистика и место проведения проекта	8	4	4	4			ПК-1, ПК-2 ПК-5
	ИТОГО		22	22	28			

4.2. Содержание разделов дисциплины

Понятие ивент.	<p>Специальное мероприятие, как инструмент решения задач. Требования, предъявляемые к специальным мероприятиям. К чему должен быть готов ивент-специалист?</p> <p>Сущность и основные черты ивент-менеджмента.</p> <p>Детали ивент-менеджмент ивент-менеджмент.</p> <p>Основные составляющие ивента.</p>
Ивент планирование и проектная группа	<p>Жизненный цикл проекта, этапы подготовки и реализации. Оценка временных и человеческих ресурсов.</p> <p>Как цели и задачи мероприятия влияют на этапы планирования и подготовки. Проектная документация.</p> <p>Основной состав проектной группы. Работа с фрилансерами и волонтерами. Рабочая группа на мероприятии</p> <p>Зоны ответственности. Эффективное управление проектной группой.</p>
Бюджетирование и работа ивент-менеджеров	<p>Рынок подрядчиков Петербурга в сфере ивент-менеджмента. Эффективное взаимодействие с подрядчиками. Финансово – юридические вопросы, тендеры</p> <p>Составление сметы. Определение рентабельности и факторов, на нее влияющих. Нал/безнал – разумный баланс</p> <p>Работа в специальных программах.</p>
Специфические	<p>Как предусмотреть угрозы и риски. План А и План Б.</p>

закономерности и риски ивент-менеджмента	Базовое законодательство, связанное с организацией мероприятий (здоровье, безопасность, лицензирование).
Концепция мероприятия в сфере ивент-менеджмента	Понятие "Креативная деятельность" в сфере ивент-менеджмента. Креативная концепция, как инструмент решения проектных задач. Защита перед клиентом Проблематика взаимоотношений между креатором и менеджером?
Фестивальный менеджмент	Специфика подготовки и реализации фестивальных проектов. Источники финансирования, взаимодействие с партнерами и PR.
Продвижение мероприятия	СМИ: редакционное освещение и информационная поддержка. Работа с партнёрами и cross promo. Продвижение в интернет.
Ивент маркетинг	Возрастающая роль специальных мероприятий в маркетинг миксе. Понимание 4 P маркетинга и их связь с ивентами.
Логистика и место проведения проекта	Правильная логистика – залог успеха мероприятия Продумование и управление логистикой. Путь гостя от А до Я, навигация. Грамотный подбор площадки – на что обращать внимание. Обзор площадок Петербурга. Оформление площадки.

4.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения	Формируемые компетенции

1	1	Понятие ивент.	Сообщения студентов; дискуссия. Проверка профессиональных терминов	ПК-1, ПК-2 ПК-5
2	2	Ивент планирование и проектная группа	Сообщения студентов; анализ примеров и мнений авторов, формирование собственного суждения	ПК-1, ПК-2 ПК-5
3	3	Бюджетирование и работа ивент-менеджеров	Сообщения студентов; обсуждение эссе	ПК-1, ПК-2 ПК-5
4	4	Специфические закономерности и риски ивент-менеджмента	Сообщения студентов; анализ примеров Проверка профессиональных понятий	ПК-1, ПК-2 ПК-5
5	5	Концепция мероприятия в сфере ивент-менеджмента	Сообщения студентов; дискуссия	ПК-1, ПК-2 ПК-5
6	6	Фестивальный менеджмент	Изложение основных аспектов проблемы. Задание: составить тематический план номера	ПК-1, ПК-2 ПК-5
7	7	Продвижение мероприятия	Сообщения студентов; анализ примеров Проверка профессиональных понятий	ПК-1, ПК-2 ПК-5
8	8	Ивент маркетинг	Сообщения студентов; дискуссия	ПК-1, ПК-2 ПК-5
9	9	Логистика и место проведения проекта	Изложение основных аспектов проблемы.	ПК-1, ПК-2 ПК-5

Форма проведения – задания и упражнения в большой группе, работа в малых группах.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5.1. Текущий контроль

а) Образцы тестовых и контрольных заданий текущего контроля

Тема Коммуникативные технологии в ивент-менеджменте.

Вариант 1.

Задание 1. Перечислите основные коммуникативные технологии, применяемые в ивент-менеджменте.

Задание 2. Определите уровень эффективности применения основных Pr-технологий в процессе ивент-менеджмента.

Вариант 2.

Задание 1. Дайте определения понятиям «специальное событие» и «ивент-менеджмент». Объясните вашу точку зрения.

Задание 2. Укажите возможные риски и опасности в процессе применения основных Pr-технологий в ивент-менеджменте.

Тема: Отраслевые направления работы pr-специалистов в практике ивент-менеджмента.

Вариант 1.

Задание 1. Назовите основные отраслевые направления работы ивент-менеджеров в социальном пространстве.

Задание 2. Укажите основные требования к работе ивент-менеджеров при проведении ивентов в различных сферах жизнедеятельности.

Вариант 2.

Задание 1. Определите специфику функционирования системы Pr-деятельности в современном мире.

Задание 2. Определите основные проблемы и риски работы ивент-менеджера в различных сферах.

Тема: Понятие специального мероприятия и этапы её реализации.

Вариант 1.

Задание 1. Дайте определение понятию «специальное событие».

Задание 2. Дайте определение месту и роли ивент-менеджмента в PR-деятельности.

Вариант 2.

Задание 1. Назовите и охарактеризуйте основные этапы организации и проведения ивентов.

Задание 2. Назовите и охарактеризуйте основные опасности и риски на каждом этапе проведения ивента.

б) Примерная тематика коллоквиумов

1. Маркетинг, маркетинговые коммуникации, общественные отношения (PR) – взаимосвязи и приоритеты в организации специальных мероприятий.
2. Смысл ивент-менеджмента, роль ивента в PR и рекламе.
3. Определение объектов ивент-менеджмента и целевых аудиторий, формулирование целей ивентов.
4. Ивент-менеджмент: сущность, идеологические и концептуальные принципы создания технологий.
5. Принципы разработки ивентов: эксклюзивность, инновационность, интерактивность, оригинальность, длительная эффективность методов PR, взаимовыгодная деятельность всех объектов ивент-менеджмента, ноу-хау, многообразие вариантов технологии и др.
6. Роль СМИ в поддержке ивентов: значение, виды, различия, функции. Перспективы развития медийной отрасли: HD-телевидение, спутниковое телевидение, телевидение в сети Internet, Internet-версии печатных СМИ и пр.
7. Основные правила работы ивент-менеджеров с представителями СМИ. Технологии формирования базы координат представителей СМИ. «Информационный повод» для обращения к СМИ: виды поводов, технология «создания».

8. Виды PR-текста при поддержке ивентов (новостного PR-инструментария): новость, пресс-релиз, заметки, факт-лист, backgrounder, видеоньюсрелиз и пр.
9. Методы сбора и подготовки к продвижению новостного PR-инструментария в ивент-менеджменте. «Каналы продвижения информации» и «барьеры восприятия» информации.
10. Мониторинг деятельности и взаимодействия ивент-менеджеров со СМИ. Мониторинг эффективности продвижения информации в СМИ. Специфика оценки труда журналистов.
11. Пресс-пул организации в ходе освещения ивентов: структура, цели, процесс создания. Формы работы со СМИ: размещение новостей, рассылка пресс-релизов, проведение пресс-конференций (брифингов), организация пресс-трипа, предоставление образцов, организация интервью, «слив» информации, блоггинг.
12. Организация мероприятий для представителей СМИ в ходе организации ивентов: пресс-конференция, брифинг, интервью, экскурсия, пресс-трип, деловая беседа и др.
13. Ивент-мероприятия для СМИ и журналистов: дни открытых дверей, тематические конкурсы среди СМИ и журналистов, спортивные турниры, мастер-классы, неформальные встречи, празднование праздников организации и пр.
14. Корпоративные СМИ в деятельности спортивной организации при поддержке ивентов: виды и функции. Технология создания и продвижения. Взаимодействие корпоративных СМИ с периодическими СМИ.
15. Роль и назначение пресс-релиза как инструмента ивент-менеджмента и маркетинговых коммуникаций. Виды пресс-релизов и их практическое использование. Структура – основные элементы, атрибуты пресс-релиза. Соблюдение стиля; обратная связь; шрифт, абзацы, компоновка и пр.

16. Принципы создания успешного пресс-релиза при поддержке ивента.
Процесс создания пресс-релиза, его взаимосвязь с другими средствами коммуникаций в ивент-менеджменте.
17. Методика продвижения ивент-менеджмента при помощи пресс-релиза.
Формирование отношений с прессой во время продвижения пресс-релиза.
Оценка эффективности пресс-релиза.
18. Многофункциональное использование материала пресс-релиза при поддержке ивента.
19. Получение и формирование заказа на организацию и проведение ивентов.
Аналитические мероприятия на этапе подготовки к реализации: swot-анализ, STER-анализ.
20. Предварительный этап при подготовке ивента: разработка креативной концепции (сценарного плана, бизнес-плана), медиапланирование; подготовка и распространение информации; проведение предварительной аккредитации журналистов и СМИ согласно правилам федераций и организаторов мероприятий; оформление и техническое обеспечение мест проведения интервью и телеинтервью; привлечение информационных партнеров из числа СМИ и Internet-ресурсов; дизайн-оформление и техническое обеспечение лож прессы, помещений для телевизионных комментаторов, микс-зон для проведения интервью со спортсменами и тренерами, мест проведения пресс-конференций и брифингов, мест размещения телекамер; подготовка ответственных лиц для дачи интервью и комментариев, для участия в брифингах и пресс-конференциях; размещение рекламы информационных партнеров; размещение имиджевых и заказных статей в печатных СМИ; размещение прямой рекламы в печатных СМИ, на телевидении и в сети Интернет.
21. Этап реализации ивента: встреча и аккредитация журналистов; обеспечение деятельности журналистов; организация теле- и видео съемок события; межличностные деловые коммуникации с представителями СМИ (установление и закрепление деловых контактов), оказание посред-

нических услуг журналистам в организации интервью со специальными гостями и т.д.

22. Этап мониторинга ивента. Контент-анализ СМИ. Аудит информации в сети Интернет. Сбор опубликованных материалов СМИ. Сбор материалов, транслируемых по телевидению. Сбор устных и письменных отзывов о мероприятии. Архивация полученного материала. Корректировка базы СМИ.
23. Этап пост-коммуникаций в ивент-менеджменте. Подготовка и отправление официальных писем благодарностей представителям СМИ. Предоставление СМИ – информационным партнерам от четной информации о продвижении их бренда. Закрепление новых деловых связей с представителями СМИ. Размещение имиджевого материала, полученного в СМИ, посредством собственных информационных ресурсов.
24. Предмет фандрайзинга в ивент-менеджменте: социальные проекты, мероприятия, строительство объектов. Объекты фандрайзинга: частные лица, группа частных лиц, коммерческие организации, фонды, правительственные организации.
25. Формы привлечения финансовых средств для проведения ивентов: спонсорство, меценатство, благотворительность, латентная поддержка, полное инвестирование, частичное инвестирование.
26. Организация фандрайзинга в ивент-менеджменте: поиск потенциальных источников финансирования; обоснование потребности в средствах и согласование с интересами финансовых «доноров»; формирование, поддержание и развитие связей с финансовыми «донорами», формирование общественного мнения в пользу поддержки деятельности организации.
27. Технологии налаживания связей с государственными структурами при помощи ивент-менеджмента: официальные обращения; совместное инвестирование проектов; примеры совмещения государственными чиновниками государственной и общественной деятельности; приглашение государственных чиновников посетить мероприятие в качестве VIP-персон;

избрание государственных чиновников на ключевые должности общественных организаций (президенты, почетные президенты); вручение государственным чиновникам почетных званий; привлечение представителей власти к соавторству книг на различные темы.

28. Технологии «обратной связи» со стороны государственных структур в ивент-менеджменте. Административная, финансовая и имиджевая поддержка мероприятий. «Административное давление» на коммерческие организации, являющиеся потенциальными спонсорами и рекламодателями. Лоббирование интересов коммерческих брендов, крупных мероприятий в органах высшей власти посредством ивентов.

5.2. Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов заключается в изучении основной и дополнительной литературы по темам курса, подготовке к практическим занятиям и тестам, созданию презентации. На каждом занятии преподаватель распределяет доклады на следующее занятие.

По окончании выступления с докладом, студенты задают выступающему вопросы по теме презентации. Итоги этой сессии «вопрос-ответ» входят как в оценку выступающего, так и помогают его/её сокурсникам поднять оценку по критерию «вовлеченности в работу курса», который является частью оценочного блока «посещаемость/активность на занятии».

Все результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем на практических занятиях и в часы консультаций, оцениваются и учитываются при текущей аттестации студента.

Примерная тематика докладов

1. События досуга: спорт, музыка, отдых.
2. Культурные события: церемониальные, религиозные, мемориальные и фольклорные.
3. Персональные события: торжества, юбилеи, свадьбы, дни рождения.

4. Организационные события: коммерческие, политические, Ивент-менеджмент.
5. Этапы выработки концепции мероприятия.
6. Услуги Ивент -менеджмента.
7. Классификация мероприятий в ивент-менеджменте.
8. Типы мероприятий.
9. Разработка Ивент-проекта.
10. Функции Ивент-менеджера
11. Этапы жизненного цикла мероприятия.
12. Методы, применяемы на каждом этапе, обоснование их применения.
13. Исследование – этап разработки концепции Ивент-проекта.
14. Творческая разработка Ивент-проекта.
15. Планирование Ивент-проекта.
16. Реализация и координация Ивент-проекта.
17. Анализ результатов реализации Ивент-проекта.
18. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
19. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
20. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
21. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
22. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
23. Массовые мероприятия, виды и характеристика.
24. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
25. Мультипликативный маркетинговый эффект от ивент-мероприятий.
26. Целевая аудитория ивент-мероприятий.
27. Внутренняя аудитория ивент-мероприятий
28. Внешняя аудитория ивент-мероприятий
29. Комбинированная аудитория ивент-мероприятий.
30. Категории событий. События на основании намерений и целей, ради которых они проводятся
31. Благотворительные, торговые, промышленные.

5.3. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация контроль проводится в виде зачёта.

Перечень примерных вопросов к зачёту:

1. Понятие ивента, основные черты и признаки.
2. Ивент: основные черты и признаки.
3. Проблема классификации ивентов.
4. Этапы создания и проведения ивентов.
5. Коммуникативные технологии в ивент-менеджменте, сущность и основные черты и функции.
6. Возможные эффекты ивента.
7. Проблема оценки эффективности ивента.
8. Специальные события в ивент-менеджменте.
9. Ивент в коммерческой сфере: сущность и основные черты и функции.
10. Ивент в политической сфере: сущность и основные черты и функции
11. Ивент в сфере государственного управления: сущность и основные черты и функции.
12. Ивент в социальной сфере: сущность и основные черты и функции.
13. Ивент в сфере поддержки религиозных организаций: сущность и основные черты и функции.
14. Ивент в сфере туризма: сущность и основные черты и функции.
15. Ивент в сфере спорта: сущность и основные черты и функции.
16. Ивент в сфере Интернет пространства: сущность и основные черты и функции.
17. Ивент в экологической сфере: сущность и основные черты и функции.
18. Роль и место media relations в Ивент-менеджменте,
19. Новые и нетрадиционные ивенты: сущность, специфика и место реализации.
20. Проблема мифов и мифотворчества в Ивент-менеджменте.
21. Проблема поиска целевых аудиторий ивента.

22. Первичные и вторичные аудитории ивента.
23. Смета и бюджет ивента.
24. Понятие «антикризисный ивент»: сущность и основные черты.
25. Специфика проведения ивентов в современной России.
26. Проблемы и перспективы развития PR– деятельности и ивент-менеджмента.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-369-01531-5 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=543676>
2. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01465-9 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=327924>
3. Рекламная деятельность в торговле: Учебник / В.Н. Хапенков, Г.Г. Иванов, Д.В. Федюнин. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0533-3 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371157>

б) Дополнительная литература:

1. Event-маркетинг: Сущность и особенности организации; Романцов А. Н.; 2010; Издательский дом "Дашков и К".
2. Event-менеджмент. У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер. Год выпуска: 2007. Изд-во: Эксмо-Пресс.
3. Грэм Даулинг "Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности". - М., 2003. - С.318.

4. Музыкант В.Л. "Формирование брэнда средствами PR и рекламы". - М., 2006. - С.376.
5. Рогалева Н.Л. Современная концепция имиджа организации / Н.Л. Рогалева // Управление персоналом. - 2010. - №1.
6. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. Изд-во: Вершина, 2006.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. MS Office2000/XP;
2. электронная библиотека ЭБС «Znanium» (<http://znanium.com/>) и др.
3. <http://ru.wikipedia.org>
4. <http://sostav.ru>
5. <https://startwrite.ru/>
6. <http://www.consultant.ru>
7. <http://www.garant.ru>
8. www.corpmedia.ru
9. www.communicators.ru
10. www.mosblago.ru
- 11.1 www.dv-reclama.ru

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекции	<p>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины.</p> <p>Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь.</p> <p>Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе.</p>

	Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом (семинарском) занятии.
Практические (семинарские) занятия	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы и работа с текстом. Решение тестовых заданий, решение задач и другие виды работ.
Индивидуальные задания (подготовка докладов, рефератов)	Поиск литературы и составление библиографии по теме. Знакомство с основной и дополнительной литературой. Изложение основных аспектов проблемы, анализ мнений авторов и формирование собственного суждения по исследуемой теме.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, вопросы для подготовки к экзамену и т.д.

8. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются:

- лекции-визуализации;
- на семинарских занятиях выступления студентов с докладами (рефератами) сопровождаются соответствующими слайд-презентациями;
- для работы с нормативно-правовыми актами в ходе практических занятий используется выход через Интернет на электронные ресурсы СПС Кон-

сультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>) или СПС Гарант (<http://www.garant.ru/>);

- организация взаимодействия преподавателя со студентами для осуществления консультационной работы по подготовке к семинарским (практическим) занятиям и подбору необходимой литературы, помимо консультаций, осуществляется посредством электронной почты.

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Что такое ивент?	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Ивент планирование и проектная группа	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Бюджетирование и работа ивент-менеджеров	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Специфические закономерности и риски ивент-менеджмента	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Концепция мероприятия в сфере ивент-менеджмента	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Фестивальный менеджмент	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Продвижение мероприятия	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электрон-	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет

	ного курса лекций	
Ивент маркетинг	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет
Логистика и место проведения проекта	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office; Znanium, Юрайт, Интернет

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.