

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и  
бизнесе

Рабочая программа дисциплины  
**ПРАКТИКА ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА**

Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования по направлению подготовки  
**42.03.01 - Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки:  
**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:  
**Бакалавр**

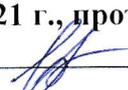
Форма обучения  
**Очная**

Согласовано  
Руководитель ОПОП  
«Реклама и связи с общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю  
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением  
Учебно-методического совета  
24 06 2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании  
кафедры 14.04.2021 г., протокол № 10  
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:  
 Фейлинг Т.Б.

Санкт-Петербург, 2021

## **1. Цели освоения дисциплины**

**Цель дисциплины** – формирование комплекса знаний, умений и компетенций в области организации и управления публичными, развлекательными и корпоративными событиями (ивентами), применительно к профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

### **Задачи дисциплины:**

- сформировать систему знаний о сущности, принципах, способах организации и методах управления публичными, развлекательными и корпоративными событиями (ивентами);
- привить навыки планирования ивента и анализа его эффективности.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Практика ивент-менеджмента» относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 8 семестре, объем дисциплины - 108 ак. часов, 3 зачетные единицы.

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

«Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Интегрированные коммуникации», «Эмпирический маркетинг» «Управление коммуникационными проектами», «Антикризисные коммуникации», «Реклама и PR технологии в экологии», «Реклама и PR технологии в развитии регионов», «PR-проектирование».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Практика ивент-менеджмента» используются в дальнейшем при прохождении Преддипломной практики, а также в подготовке ВКР.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

## **3. Перечень планируемых результатов обучения**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-4(ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3); ПК-6 (ПК-6.1).

Таблица формируемых компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
<p><b>ПК-4.</b> Способен организовать профессиональные мероприятия, направленные на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции</p>	<p><b>ПК-4.1</b> Применяет знания организации профессиональных мероприятий, направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыта продукции</p>	<p><b>Знать</b> требования, предъявляемые к организации и управлению специальными мероприятиями, направленными на формирование репутации компании и сбыт продукции. <b>Уметь</b> использовать интегрированные коммуникации в организации и управлении специальными мероприятиями, направленными на формирование репутации компании и сбыт продукции. <b>Владеть</b> навыками разработки событийного проекта, направленного на формирование репутации компании и сбыт продукции.</p>
	<p><b>ПК-4.2</b> Участствует в мероприятиях направленных на сбыт продукции и формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.)</p>	<p><b>Знать</b> методы управления специальными мероприятиями, направленными на формирование репутации компании и сбыт продукции. <b>Уметь</b> осуществлять мероприятия, направленные на формирование репутации компании и сбыт продукции. <b>Владеть</b> навыками организации и управления специальными мероприятиями, направленными на формирование репутации компании и сбыт продукции.</p>
	<p><b>ПК-4.3</b> Осуществляет контроль и оценивает эффективность мероприятий направленных на формирование репутационного образа компании (продукта, персоны, др.) и сбыт продукции</p>	<p><b>Знать</b> методы осуществления контроля и мониторинга специальных мероприятий, направленных на формирование репутации компании и сбыт продукции. <b>Уметь</b> осуществлять мониторинг и контроль специальных мероприятий, направленных на формирование репутации компании и сбыт продукции <b>Владеть</b> навыками оценки эффективности специальных мероприятий, направленных на формирование репутации компании и сбыт продукции.</p>
<p><b>ПК-6</b> Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов</p>	<p><b>ПК-6.1</b> Применяет знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий</p>	<p><b>Знать</b> особенности организации и управления специальными коммуникационными мероприятиями и проектами. <b>Уметь</b> управлять процессом реализации специальных коммуникационных мероприятий и проектов. <b>Владеть</b> навыками взаимодействия с участниками и стейкхолдерами специальных коммуникационных мероприятий и проектов.</p>

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

##### 4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа обучающихся преподавателям (по видам аудиторских учебных занятий) – всего:</b>	<b>42</b>
в том числе:	
лекции	<b>14</b>
практические занятия	<b>28</b>
<b>Самостоятельная работа (СРС) – всего:</b>	<b>66</b>
в том числе:	
курсовая работа	-
контрольная работа	-
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>

##### 4.2. Структура дисциплины

Раздел и тема дисциплины	Семестр 8	Виды учебной работы, в т.ч. самост. раб. часов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формы компетенции	Индикаторы достижения
		Лекции	Семинар	Самост. раб.			
Тема 1. Понятия и основы ивент-менеджмента	8	2	4	2	Дискуссия, доклад на актуальном вопросе темы	ПК-4 ПК-6	ПК-4.1 ПК-6.1
Тема 2. Ивент-проект: этапы и составляющие	8	2	4	2	Обсуждение актуальных вопросов темы, доклады	ПК-4 ПК-6	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1
Тема 3. Технологии продвижения мероприятий	8	2	4	4	Разбор кейсов, доклады	ПК-4 ПК-6	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1
Тема 4. Безопасность и страхование ивент-проектов	8	2	4	4	Обсуждение актуальных вопросов темы	ПК-4 ПК-6	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
Тема 5. Креатив и дизайн в ивент-индустрии: разработка креативной концепции ивент-мероприятия	8	2	4	2	Разбор кейсов, доклады.	ПК-4 ПК-6	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-6.1

Тема 6. Спонсорство и партнерство при реализации ивент-проектов.	8	2	4	2	Разбор кейсов, доклады	ПК-4 ПК-6	ПК-4.1П ПК-6.1
Тема 7.Имиджевые мероприятия: мировые тенденции, особенности проектирования и управления	8	2	4	4	Разбор кейсов, дискуссия Сообщения.	ПК-4 ПК-6	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-6.1
ИТОГО		14	28	66			

### 4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятия и основы ивент-менеджмента	<p>Основные понятия и термины в ивент индустрии. Типология ивент-проектов. Необходимость ивент-индустрии в современном мире.</p> <p>Требования, предъявляемые к специальным мероприятиям. Компетенции ивент-специалиста.</p>
Тема 2. Ивент-проект: этапы и составляющие	<p>Идея/инициация ивент-проекта. Этапы подготовки и реализации проекта. Жизненный цикл проекта.</p> <p>Ресурсы ивент-проекта. Оценка временных и человеческих ресурсов.</p> <p>Планирование и подготовка мероприятия в зависимости от целей и задачи. Проектная документация. Состав проектной группы. Работа с фрилансерами и волонтерами. Рабочая группа на мероприятии. Зоны ответственности. Управление проектной группой.</p>
Тема 3. Технологии продвижения мероприятий	<p>Типология и бизнес-задачи мероприятия, какие цели преследует любой проект. Форматы мероприятий, какие функции они выполняют.</p> <p>Обозначение основных этапов и основных задач. Составление бизнес-плана мероприятия; разработка стратегии мероприятия. Определение ЦА мероприятия. Критерии сегментирования ЦА</p> <p>Ключевые каналы коммуникации для продвижения различных форматов мероприятий.</p> <p>Маркетинговый план мероприятия. Комплексный подход к продвижению разных типов событий. Оценка эффективности.</p>
Тема 4. Безопасность и страхование ивент-проектов	<p>Угрозы и риски события. Управление рисками.</p> <p>Основы безопасности при проведении любого мероприятия. Законодательная база и нормативы. Оценка рисков при планировании и реализации ивент-проекта. Страхование в ивент-индустрии.</p>
Тема 5. Креатив и дизайн в ивент-индустрии: разработка креативной концепции ивент-мероприятия	<p>Понятие "Креативная деятельность" в сфере ивент-менеджмента. "BIG IDEA" любого мероприятия. Рабочие инструменты и методики креативности, алгоритм и методики разработки идей. Креативная концепция, как инструмент решения проектных задач. Мировые тенденции.</p>

Тема 6. Спонсорство и партнерство при реализации ивент-проектов.	Система партнерства на мероприятии. Понятие партнера мероприятия. Типы партнеров и их функции. Информационные партнеры. Технология работы со СМИ. Коммерческие организации и компании со смежной аудиторией. Стратегические партнеры мероприятия. Бартерные партнеры мероприятия. Спонсоры. Понятие спонсорских интеграций, спонсорские интеграции, как основа взаимовыгодного сотрудничества и повышение ценности мероприятия.
Тема 7. Имиджевые мероприятия: мировые тенденции, особенности проектирования и управления	Специфика подготовки и реализации фестивальных проектов. Источники финансирования, взаимодействие с партнерами и PR. Логистика и место проведения проекта. Возрастающая роль специальных мероприятий в интегрированном маркетинге. Продвижение в интернет. Оформление места проведения мероприятия. Цифровые технологии в ивент-мероприятиях.

#### 4.4. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ темы	Тематика практических занятий	Всего часов	
1	Развитие событийного менеджмента в России. Разбор примеров	4	
2	Проектный характер ивента. Инициация проекта. Структура проекта Практическая работа: чек лист	4	
3	Рынок подрядчиков Петербурга в сфере ивента. Ключевые каналы коммуникации для продвижения различных форматов мероприятий. Разбор примеров.	4	
4	Риски ивент-проектов. Разбор кейсов.	4	
5	Характеристика мероприятия. Практика: разработка концепции ивент-мероприятия	4	
6	Спонсорство и партнерство в ивент-проекте Примеры.	4	
7	Разбор примеров и кейсов лучших имидживых событий России и мира.	4	
Итого часов		28	

#### 5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций, темы дисциплины сопровождаются методическими материалами (методические указания по самостоятельной работе, практикум, др.

учебные и методические материалы), которые размещены в электронном виде на кафедре ИТУвГСБ и на платформе moodle.

### ***6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины***

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале:

максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100;

максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля- 70;

максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;

максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;

максимальное количество дополнительных баллов – 10

#### ***6.1. Текущий контроль***

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

#### **6.2. Промежуточная аттестация**

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: зачет.

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ПК-4; ПК-6.

##### **Перечень вопросов к зачёту:**

##### ПК-4.1

1. Ивент: основные черты и признаки.
2. Проблема классификации ивентов.
3. Этапы создания и проведения ивентов.
4. Реализация и координация Ивент-проекта.
5. Коммуникативные технологии в ивент-менеджменте, сущность и основные черты и функции.

##### ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-6.1

6. Анализ результатов реализации Ивент-проекта.
7. Возможные эффекты ивента.
8. Проблема оценки эффективности ивента.
9. Целевая аудитория ивент-мероприятий.
10. Внутренняя аудитория ивент-мероприятий
11. Специальные события в ивент-менеджменте
12. События досуга: спорт, музыка, отдых.
13. Культурные события: церемониальные, религиозные, мемориальные и фольклорные.
14. Персональные события: торжества, юбилеи, свадьбы, дни рождения.

15. Организационные события: коммерческие, политические, Ивент-менеджмент.
16. Творческая разработка Ивент-проекта.
17. Мероприятия для прессы, виды и характеристика.
18. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
19. Развлекательные мероприятия, виды и характеристика.
20. Торжественные мероприятия, виды и характеристика.
21. Благотворительные мероприятия, виды и характеристика.
22. Спортивные мероприятия, виды и характеристика.
23. Мультипликативный маркетинговый эффект от ивент-мероприятий.
24. Ивент в коммерческой сфере: сущность и основные черты и функции.
25. Ивент в политической сфере: сущность и основные черты и функции
26. Ивент в сфере государственного управления: сущность и основные черты и функции.
27. Роль и место mediarelations в Ивент-менеджменте,
28. Новые и нетрадиционные ивенты: сущность, специфика и место реализации.
29. Проблема мифов и мифотворчества в Ивент-менеджменте.
30. Целевые аудитории ивента.
31. Смета и бюджет ивента.
32. Понятие «антикризисный ивент»: сущность и основные черты.
33. Специфика проведения ивентов в современной России.

### 6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

#### *Распределение баллов по видам учебной работы*

<b>Вид учебной работы, за которую ставятся баллы</b>	<b>Баллы</b>
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

#### *Распределение дополнительных баллов*

<b>Дополнительные баллы</b> (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	<b>Баллы</b>
Участие в конференции	10
<b>ИТОГО</b>	<b>10</b>

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

#### *Балльная шкала итоговой оценки на зачете*

<b>Оценка</b>	<b>Баллы</b>
Зачтено	40-70
Не зачтено	0-39

## **7. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «Практика ивент-менеджмента».

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература:**

1. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий : учебное пособие / О.Я. Гойхман. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 194 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1071381>

2. Румянцев, Д. В. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий : научно-популярное издание / Д. В. Румянцев, Н. Франкель. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 320 с. - (Деловой бестселлер). - ISBN 978-5-4461-1052-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817085>

3. 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 978-5-369-01531-5В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=543676>

### **б) Дополнительная литература:**

1.Event-маркетинг: Сущность и особенности организации; Романцов А. Н; 2010; Издательский дом "Дашков и К".

2. Хальцбаур У. Х 17 Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер; [пер. с нем. Т. Фоминой]. — М.: Эксмо, 2007. — 384 с.

3. 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. windows 7 48130165 21.02.2011
3. office 2010 49671955 01.02.2012

### **Интернет-ресурсы:**

Для подготовки к практическим и семинарским занятиям, а также самостоятельной работы студенты могут использовать специализированные информационные сайты и профессиональные СМИ (Интернет-ресурсы):

1. Библиотека электронная: <https://znanium.com>
2. Юрайт. Образовательная платформа: <https://urait.ru/news>
3. Event.ru: <https://event.ru/instruments>
4. Российский PR-портал. Российская Ассоциация по связям с общественностью ([www.raso.ru](http://www.raso.ru));
5. Энциклопедия маркетинга ([www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)).
6. АКАР - <http://www.akarussia.ru/>
7. АКМР - <http://corpmedia.ru/>
8. АБКР - <http://www.russianbranding.ru/>
9. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): [www.akos.newmail.ru](http://www.akos.newmail.ru)
10. YouTube: [youtube.com](http://youtube.com)

### **Перечень профессиональных баз данных**

1. Электронно-библиотечная система eLibrary;
2. Баз данных Web of Science
3. База данных Scopus

### **Перечень информационных справочных систем**

1. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс
2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

## **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.

#### **11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий**

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.