

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра менеджмента

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ**

Уровень высшего образования – бакалавриат

Направление подготовки - 51.03.03 Социально-культурная деятельность

Профиль - Менеджмент социально-культурной деятельности

Форма обучения – очная, заочная

Год набора - 2021 год

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. № 1179.

Программу разработала Н.В. Журавлева, старший преподаватель кафедры менеджмента

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента Академии Матусовского

Протокол № 9 от 12.04.2023 г.

Заведующий кафедрой

В.В. Аронова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Event-менеджмент» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений и адресована студентам 3 и 4 курсов (6 и 7 семестр) очной и заочной форм обучения направления подготовки 51.03.03 – «Социально-культурная деятельность», профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Проектирование массовых форм досуга», «Коммуникативная культура и деловое общение в социально-культурной сфере», «Проектирование культурно-досуговых программ», «Проектный менеджмент в социально-культурной сфере», «Инновационные технологии в социально-культурной сфере», «Фандрайзинг в социально-культурной сфере», «Основы социокультурной реабилитации».

Содержание дисциплины «Event-менеджмент» призвано способствовать формированию рефлексивных установок в отношении теоретических основ, практических подходов в планировании социально-культурных мероприятий. Основная цель дисциплины: показать единство теории и практики при изучении курса; связь с другими дисциплинами; необходимость изучения международного опыта организации публичных общественных мероприятий; исторического и логического подходов при изучении дисциплины.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);

письменная (письменный опрос, выполнение практических заданий, написание курсовой работы и т. д.).

И итоговый контроль в форме экзамена в 6 семестре, зачёт с оценкой и защиты курсовой работы в 7 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 32 часа в 6 семестре и 28 часов в 7 семестре для очной формы обучения и 6 часов в 6 семестре и 6 часов в 7 семестре для заочной формы обучения, практические занятия – 32 часа в 6 семестре и 32 часа в 7 семестре для очной формы обучения и 6 часов в 6 семестре и 6 часов в 7 семестре для заочной формы обучения, самостоятельная работа – 44 часов в 6 семестре и 120 часов в 7 семестре для очной формы обучения, и 128 часов в 6 семестре и 166 часов в 7 семестре для заочной формы обучения, контроль – 36 часов в 6 семестре для очной формы обучения, контроль – 18 часов в 7 семестре для очной формы обучения, 4 часа в 6 семестре и 2 часа в 7 семестре для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины: формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с событийным менеджментом в социально-культурной сфере; - развитие интереса к области событийного менеджмента в социально-культурной сфере, связанной с управлением процессом организации мероприятия, его продвижением в социально-культурном пространстве, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области; - формирование знаний и умений пользования современного инструментария организации мероприятий.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать научное представление об организации публичных общественных мероприятий;
- выделить практическое содержание и заложить фундамент интеграции всех знаний, определяющих квалификацию современного менеджера в культурно-досуговой сфере;
- проанализировать основные типы и виды публичных общественных мероприятий в их историческом развитии;
- обобщить отечественный и зарубежный опыт проведения крупнейших публичных общественных мероприятий;
- содействовать развитию у студентов практических навыков организационной работы;
- реализовать коллективный творческо-организационный проект для применения студентами на практике полученных знаний, умений и навыков.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений и адресована студентам 3 и 4 курсов (6 и 7 семестр) очной и заочной форм обучения направления подготовки 51.03.03 – «Социально-культурная деятельность», профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Основывается на базе дисциплин: «Проектирование массовых форм досуга», «Коммуникативная культура и деловое общение в социально-культурной сфере», «Проектирование культурно-досуговых программ», «Проектный менеджмент в социально-культурной сфере».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Инновационные технологии в социально-культурной сфере», «Фандрайзинг в социально-культурной сфере», «Основы социокультурной реабилитации».

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: ознакомительной, научно-исследовательской, проектно-технологической, преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности»: ПК-3

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-3	Способен создавать культурные программы и социально-культурные мероприятия, направленные на творческое развитие детей, подростков и взрослых, организация свободного времени населения	ПК-3.1. Разрабатывает инновационные и креативные event-мероприятия, направленные на творческое развитие и организацию досуга населения, используя современные технологии, интерактивные методы и нестандартные решения для создания уникальных и запоминающихся мероприятий.	знать: ключевые понятия, цели и задачи событийного менеджмента; уметь: дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события; планировать социально-культурные мероприятия и программы (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.).

			владеть: исследовательскими навыками по оценке и анализу мероприятия или события (до и после его проведения);
--	--	--	---

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	всего	В том числе				всего	в том числе			
		л	п	с.р.	ко		л	п	с.р.	ко
Тема 1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Глобальные возможности для проведения мероприятий	27	6	6	8	7	27	2	2	23	-
Тема 2. Типология и классификация мероприятий.	27	6	6	8	7	27	2	2	22	1
Тема 3. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом.	27	6	6	8	7	27	-	-	26	1
Тема 4. Компетенции и обязанности ивент-менеджера.	27	6	6	8	7	27	2	2	22	1
Тема 5. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.	36	8	8	12	8	36	-	-	35	1
Итого за 6 семестр	144	32	32	44	36	144	6	6	128	4
Тема 6. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий.	27	4	4	16	3	27	-	-	27	-
Тема 7. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними.	27	4	4	16	3	27	2	2	23	-
Тема 8. Управление творческим процессом	27	4	4	16	3	27	-	-	27	-
Тема 9. Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR и другие инструменты маркетинга	27	4	4	16	3	27	2	2	23	-
Тема 10. Оценка результатов мероприятия.	24	4	4	14	2	24	2	2	20	-
Тема 11. Финансовый менеджмент мероприятий	22	4	4	12	2	22	-	-	21	1
Тема 12. Лучшие практики проведения мероприятий. Будущее индустрии развлечений	26	4	8	12	2	26	-	-	25	1
Итого за 7 семестр	180	28	32	102	18	180	6	6	166	2
Всего часов	324	60	64	146	54	324	12	12	294	6

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ VI семестр

Тема 1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Глобальные возможности для проведения мероприятий.

Ключевые понятия:

event-management (от англ. Ивент – событие и management – управление) или **событийный менеджмент** - деятельность по организации различных мероприятий (собраний – семинаров, конференций и т.д.; развлекательных мероприятий – вечеринок, конкурсов и т.д.; праздничных мероприятий) как запоминающихся событий;

развлечение – деятельность, направленная на увеселение и доставление удовольствия другим;

собрание – собрание в деловых, образовательных или социальных целях (семинары, форумы, симпозиумы, конференции, мастер-классы и т.д.);

специальное мероприятие – единичное событие, организованное с целью празднования, рекреации и т.д.

Исторические корни индустрии развлечений. Масштабы и темпы развития технологий организации досуговых и других мероприятий. Преодоление возрастных и культурных различий аудитории при проведении массовых и корпоративных мероприятий.

Влияние и способы использования местных историко-культурных и ландшафтно-климатических особенностей различных регионов планеты при организации развлечений и мероприятий.

Возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах. Международные массовые мероприятия.

Литература: [2, 7].

Тема 2. Типология и классификация мероприятий.

Разные виды классификаций и типологий мероприятий.

По значимости: частные, местные, городские, региональные, межрегиональные, федеральные, международные мероприятия.

По составу участников: частные, корпоративные, массовые.

По структуре: монопроект, мультипроект, мегапроект. Например: отчетный концерт школьного хора, фестиваль детского творчества, олимпийские игры.

по продолжительности: постояннодействующее, периодическое, событийное.

по характеру мероприятия: развлечения - парады, ярмарки, фестивали, смотры, конкурсы, вечеринки и т.д.; собрания – симпозиумы, съезды, конференции, семинары и т.д.

Литература: [2, 8].

Тема 3. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом.

Корпоративное событие (мероприятие) как инструмент формирования системы мотивации персонала:

- создает возможность неформального общения, сглаживание иерархической разобщенности коллектива;
- обеспечивает релаксацию, компенсацию постоянного давления правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины;
- активизирует процесс формирования однородности коллектива;
- способствует снижению текучести кадров;
- стимулирует диффузию элементов корпоративных культур при слияниях и поглощениях;
- создает условия (например - «Дни семьи») для вовлечения членов семей работников в систему мотиваций персонала;

- облегчает прививание коллективу корпоративных ценностей;
- позволяет руководству трактовать мероприятие как «подарок» персоналу;
- служит формированию и укреплению лояльности.

Литература: [2, 5, 7 1.

Тема 4. Компетенции и обязанности ивент-менеджера

Компетенции ивент-менеджера:

- управление творческим процессом – разработкой концепции и созданием проекта сценария;
- разработка спонсорского пакета, исходя из рекламных возможностей мероприятия;
- разработка плана-графика работ;
- разработка необходимой проектно-сметной документации и подготовка проекта бюджета;
- поиск подрядчиков и заключение договоров (подготовка договоров к подписанию);
- проведение переговоров и подготовка различных документов;
- организация работы персонала и контроллинг на всех этапах.

Обязанности ивент-менеджера:

- организация производственного процесса и контроль за своевременным и качественным исполнением работ;
- координация работ субподрядчиков и поставщиков;
- приемка выполненных субподрядчиками работ, составление соответствующих актов приемки работ;
- проверка проектно-сметной документации и счетов;
- наем персонала, организация и контроль за его работой

Ответственность ивент-менеджера:

- дисциплинарная и административная ответственность;
- финансовая и материальная ответственность.

Литература: [2,5,7]1.

Тема 5. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия

Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план мероприятия, включающий перечень событий с указанием хронометража и другой сопутствующей информации (наименование событий, ответственного лица, места события, времени, текста и т.д.).

Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декоративно-образный, образно-музыкальный). Композиционная структура сценария. Экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения. Пять основных событий, раскрывающих развитие конфликта: исходное, основное, центральное, финальное, главное.

Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция монтажа (параллельно развивающиеся интриги, темы). Образно-смысловая функция (соединение двух эпизодов рождает третий смысл). Приемы монтажа: контрастность, параллелизм, одновременность, лейтмотив, последовательность.

Литература: [2,8]1.

VII семестр

Тема 6. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий.

Внешние и внутренние исследования. Использование прошлого опыта заказчиков, организаторов и подрядчиков. SWOT-анализ и интерпретация собственных данных. Анкетирование и опросы участников. Проведение фокус-групп. Интервьюирование.

Необходимые и дополнительные данные. Количество и состав участников мероприятия. Наличие или отсутствие развлекательной программы. Временные, людские, материальные и прочие ресурсы. Запасные варианты на случай форс-мажора. Разработка вопросника организатора мероприятия. Информация, касающаяся помещения, в котором проводится мероприятие. Другая необходимая информация.

Основные методы определения бюджета мероприятия. Идея и концепция мероприятия. Выполнимость проекта. Ограничения, налагаемые бюджетом. Потребность в дополнительном персонале. Расчет времени на реализацию проекта

Первичная и вторичная аудитория. Лицо или лица мероприятия.

Правило пяти чувств. Зрение - освещение, шоу, указатели, логотип, цветовое оформление, дресс-код, бэджи. Слух – акустика. Музыкальное сопровождение, звуковые сигналы, звуковой фон и т.д. Осязание – текстура, подарки, раздаточные материалы и т.д. Обоняние – инспекция запахов, ассоциация, посторонние запахи и т.д. Вкус – еда, напитки, антистресс.

Сводный план мероприятия и функциональные планы по направлениям. Наличие в плане всей необходимой информации: что происходит, когда, кто отвечает, каков результат и стоимость, какие нужны ресурсы.

Литература: [4,7].

Тема 7. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними.

Виды услуг, в которых возникает необходимость при проведении мероприятий: услуги по организации мероприятия; по рекламной и PR-поддержке; услуги в месте проведения мероприятия (гостиницы, охрана, поставщики напитков и т.д.); дополнительные услуги (цветы, перевод, курьерская служба и т.д.).

Этапы взаимодействия с поставщиками (оценка потребностей и ресурсов, определение бюджета, отбор поставщиков, рассылка ценовых запросов, рассмотрение предложений, выбор поставщиков, подписание договоров, контроль за исполнением, работа только с лучшими).

Вертикальный (универсальность и широта предложения) и горизонтальный (специализация, концентрация и профессионализм) рынок услуг.

Специфика работы с агентствами. Спонсорство (техническое, информационное, финансовое). Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.

Общие принципы заключения юридически обязывающих документов (договоров). Ключевые элементы договора:

- идентификация сторон;
- предмет договора и описание действий обязательных к выполнению;
- сведения о вознаграждении и методе его выплаты;
- согласие сторон с условиями соглашения.

Другие условия договора: штрафные санкции, дополнительные условия договора, дополняющие основные, форс-мажорные обстоятельства.

Виды договоров при проведении мероприятий (трудовой договор, о возмездном предоставлении услуг, авторский договор, договор о поставках, арендный договор и т.д.).

Литература: [2, 8].

Тема 8. Управление творческим процессом.

Понятие креативности, творческого решения производственной или управленческой задачи. Креативность как часть культуры предприятия. Поощрение креативности сотрудников. Культивирование креативности. Техники креативности (генерирования творческих идей и решений): мозговой штурм и его модификации, программно-ролевой метод генерирования идей, техника ликвидации тупиковых ситуаций и т.д.

Заимствование и адаптация идей мероприятий, состоявшихся в прошлом. Использование имеющихся наработок.

Психологические особенности управления деятельностью представителей творческих профессий (артисты, сценаристы, режиссеры, музыканты и т.д.). Договорные отношения с представителями творческих профессий. Авторские права и их защита.

Литература: [8].

Тема 9. Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR и другие инструменты маркетинга.

Комплекс продвижения: коммуникации и PR, реклама, стимулирование продаж. Коммуникационные стратегии создания благоприятной среды реализации проекта. Целевые группы воздействия (ЦГВ). Каналы коммуникаций с ЦГВ. PR как инструмент согласования разных интересов различных задействованных в проекте общественных групп и механизм обеспечения обратной связи в процессе подготовки и проведения мероприятия. Позитивный имидж организаторов и мероприятия как составляющая успеха.

Реклама как механизм убеждения и побуждения, средство формирования и стимулирования «спроса» на мероприятие. Понятие рекламной стратегии. Создание эффективного рекламного сообщения и определение каналов его распространения.

«Стимулирование продаж» в отношении мероприятий. Организация различных стимулирующих акций во время проведения мероприятия и оповещение об этом участников (издание сборников материалов конференций, проведение конкурсов с призами во время развлекательных мероприятий и т.д.).

Основные подходы при создании промо-сайта мероприятия в Интернете.

Литература: [2, 4, 8].

Тема 10. Оценка результатов мероприятия.

Корпоративное мероприятие как высокоэффективный способ важных деловых посланий в «душевной» манере.

Критерии эффективности мероприятия. Взаимосвязь целей и критериев эффективности. Финансовая эффективность.

Эффективность некоммерческих мероприятий.

Опрос публики как основное средство определения эффективности некоммерческого мероприятия. Основные способы оценки PR-эффекта от проведения мероприятия. Метод комплексной оценки эффективности мероприятия по нескольким параметрам.

Литература: [2, 7].

Тема 11. Финансовый менеджмент мероприятий.

Финансовые цели мероприятия. Мероприятия, непосредственно приносящие прибыль; самоокупающиеся мероприятия; мероприятия, опосредованно приносящие прибыль; бесприбыльные или планово убыточные мероприятия.

Твердые и переменные издержки и доходные элементы мероприятия. Планируемый доход как разница между суммой доходных элементов и всех издержек мероприятия.

Финансовый план мероприятия как план денежных потоков. Финансовые отношения клиента, подрядчика и субподрядчиков.

Основные виды доходов и издержек. Прямые и накладные расходы.

Возмещаемый и невозмещаемый задаток. Предоплата во взаимоотношениях с исполнителями.

Точка безубыточности мероприятия. Учет стоимости кредита при значительных сроках подготовки мероприятия.

Формирование цены услуг в сфере ивент-менеджмента. Внешние и внутренние факторы. Основные способы получения вознаграждения (за консультацию, фиксированное, почасовое и комиссионное вознаграждение).

Основные издержки при ангажементе артистов.

Способы минимизации расходов.

Литература: [7].

Тема 12. Лучшие практики проведения мероприятий. Будущее индустрии развлечений.

Примеры проведения образцовых мероприятий разного масштаба и направленности.

Основные тенденции развития индустрии развлечений и организации мероприятий. Новые виды корпоративных мероприятий. Интернационализация и глобализация сферы ивент-маркетинга.

Влияние экономических кризисов на развитие рынка услуг в сфере организации мероприятий.

Литература: [7].

6.2 Практические задания

Темы и задания для подготовки к практическим занятиям VI семестр

Тема 1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Глобальные возможности для проведения мероприятий.

1. Историческое развитие индустрии развлечений.
2. Международные массовые мероприятия.

Термины: event-management, развлечение, собрание, специальное мероприятие.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Изучить исторические корни индустрии развлечений.
3. Опишите особенности различных регионов планеты при организации развлечений и мероприятий.
4. Укажите возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах.
5. Выбрать недавно проведенное городское массовое мероприятие, определить его характерные особенности, выявить недостатки и преимущества и публично представить. Выполненное задание представить в форме презентации в программном продукте Power Point с кратким докладом (время доклада не более 5 минут).

Литература: [2, 7].

Тема 2. Типология и классификация мероприятий.

1. Виды классификаций мероприятий.
2. Основные типы мероприятий.

Термины: частные, корпоративные, массовые мероприятия, монопроект, мультипроект, мегапроект, постояннодействующее, периодическое, событийное, развлечения - парады, ярмарки, фестивали, смотры, конкурсы, вечеринки.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Представить виды классификаций мероприятий.
3. Выделить мероприятия по значимости, по составу участников, по структуре, по продолжительности, по характеру мероприятий.

Литература: [2, 8].

Тема 3. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом.

1. Понятие корпоративного события и его роль в управлении персоналом.
2. Team-building как инструмент формирования системы мотивации персонала.

Термины: мотивация персонала, управление персоналом, Team-building, командообразование, текучесть кадров, корпоративная культура.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Дать определение понятия «корпоративная культура».
3. Описать значение роли Team-building в сплочении коллектива и формировании навыков решения общих задач в команде. Выполненное задание представить в форме презентации в программном продукте Power Point с кратким докладом (время доклада не более 5 минут).

Литература: [2, 5, 7].

Тема 4. Компетенции и обязанности ивент-менеджера

1. Компетенции ивент-менеджера
2. **Обязанности** ивент-менеджера

Термины: творческий процесс, спонсорский пакет, план-график работ, подрядчики, договор, контроллинг.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Перечислить важнейшие компетенции ивент-менеджера.
3. Укажите обязанности ивент-менеджера.
4. Дайте определение видов ответственности ивент-менеджера.

Литература: [2, 5, 7].

Тема 5. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия

1. Литературный сценарий как основа мероприятия
2. Образно-смысловой ход сценария и его триединство
3. Монтаж в литературно-художественном творчестве.

Термины: литературный сценарий, сценарий-план мероприятия, образно-смысловой ход сценария, триединство сценария, экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения, развитие конфликта, монтаж, контрастность, параллелизм, одновременность, лейтмотив, последовательность.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Раскрыть сущность литературного сценария как основы мероприятия.
3. Раскрыть сущность триединства сценария.

4. Дать характеристику изобразительной функции монтажа.
5. Дать характеристику образно-смысловой функции монтажа.

Литература: [2,8].

Темы и задания для подготовки к практическим занятиям (7 семестр)

Тема 6. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий.

1. Внешние и внутренние исследования при планировании мероприятий.
2. Необходимые и дополнительные данные при планировании мероприятий.
3. Основные методы определения бюджета мероприятия.
4. Первичная и вторичная аудитория.

Термины: SWOT-анализ, интервьюирование, ресурсы, форс-мажор, бюджет мероприятия, идея, концепция, первичная и вторичная аудитория, правило пяти чувств.

Выполнить:

1. Указать необходимые и дополнительные данные для проведения SWOT-анализа.
2. Привести основные методы определения бюджета мероприятия.
3. Раскрыть сущность правила пяти чувств.
4. Дать характеристику сводному плану мероприятия и функциональным планам по направлениям

Литература: [4,7].

Тема 7. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними.

1. Виды услуг, в которых возникает необходимость при проведении мероприятий: услуги по организации мероприятия.
2. Этапы взаимодействия с поставщиками
3. Общие принципы заключения юридически обязывающих документов (договоров).

Термины: реклама, PR-поддержка, вертикальный и горизонтальный рынок услуг, спонсорство (техническое, информационное, финансовое), спонсорский пакет и спонсорские привилегии, договор, агентство, штрафные санкции, дополнительные условия договора, дополняющие основные, форс-мажорные обстоятельства. трудовой договор, о возмездном предоставлении услуг, авторский договор, договор о поставках, арендный договор.

Выполнить:

1. Перечислить виды услуг, необходимые при проведении мероприятий.
2. Перечислить этапы взаимодействия с поставщиками.
3. Дать определения вертикального и горизонтального рынка услуг.
4. Указать специфику работ с агентствами.
5. Привести общие принципы заключения договоров.

Литература: [2, 8].

Тема 8. Управление творческим процессом.

1. Креативность как часть культуры предприятия.
2. Психологические особенности управления деятельностью представителей творческих профессий

Термины: креативность, творческое решение, мозговой штурм, программно-ролевой метод генерирования идей, артисты, сценаристы, режиссеры, музыканты, авторские права.

Выполнить:

1. Дать определение понятию «креативность».
2. Охарактеризовать техники креативности.
3. Указать психологические особенности управления деятельностью представителей творческих профессий.
4. Какими нормативными документами регулируется авторское право?

Литература: [8].

Тема 9. Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR и другие инструменты маркетинга.

1. Комплекс продвижения мероприятия
2. Реклама как механизм убеждения и побуждения, средство формирования и стимулирования «спроса» на мероприятие.
3. «Стимулирование продаж» в отношении мероприятий.

Термины: коммуникации, PR, реклама, стимулирование продаж, целевые группы воздействия (ЦГВ), имидж, промо-сайт мероприятия.

Выполнить:

1. Опишите в общем виде комплекс продвижения мероприятия.
2. Роль рекламы в комплексе продвижения мероприятия.
3. Привести основные подходы при создании промо-сайта мероприятия.

Литература: [2, 4, 8].

Тема 10. Оценка результатов мероприятия.

1. Критерии эффективности мероприятия.
2. Эффективность некоммерческих мероприятий.
3. Средства определения эффективности некоммерческого мероприятия.

Термины: Корпоративное мероприятие, эффективность мероприятий, финансовая эффективность, опрос публики.

Выполнить:

1. Сформулировать основные критерии эффективности корпоративных мероприятий.
2. В чем состоит эффективность некоммерческих мероприятий?
3. Привести основные способы оценки PR-эффекта от проведения мероприятия.

Литература: [2,7].

Тема 11. Финансовый менеджмент мероприятий.

1. Финансовые цели мероприятия.
2. Основные виды доходов и издержек.
3. Формирование цены услуг в сфере ивент-менеджмента.

Термины: финансы, прибыль, издержки, точка безубыточности, задаток, предоплата, ангажемент артистов.

Выполнить:

1. Дать определение мероприятиям, приносящим прибыль.
2. Дать определение постоянным и переменным издержкам мероприятия.
3. Какими издержками сопровождается ангажемент артистов?
4. Дать определение райдера артиста, произвольно выбрать в интернете райдер любого артиста и представить его особенности аудитории. Выполненное задание представить в форме презентации в программном продукте Power Point с кратким докладом (время доклада не более 5 минут).

Литература: [7].

Тема 12. Лучшие практики проведения мероприятий. Будущее индустрии развлечений.

1. Основные тенденции развития индустрии развлечений и организации мероприятий.
2. Примеры проведения образцовых мероприятий разного масштаба и направленности.

Термины: тенденция, лучшие практики, интернационализация и глобализация, ивент-маркетинг.

Выполнить:

1. Отследить основные тенденции развития индустрии развлечений и организации мероприятий.
2. Привести самые яркие примеры лучших практик проведения мероприятий.
3. В чем Вы видите будущее индустрии развлечений? Выполненное задание представить в форме презентации в программном продукте Power Point с кратким докладом (время доклада не более 5 минут).

Литература: [7].

4.

7 СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Event-менеджмент» является работа над темами для самостоятельного изучения и подготовка докладов к практическим занятиям, а также написание курсовой работы.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к дифференцированному зачету и защите курсовой работы.

7.1 Темы и задания для самостоятельных занятий

Темы и задания для самостоятельных занятий в 6 семестре

Тема 1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Глобальные возможности для проведения мероприятий

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

Тема 2. Типология и классификация мероприятий.

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическому занятию.

Тема 3. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом.

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 4. Компетенции и обязанности ивент-менеджера.

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 5. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Темы и задания для самостоятельных занятий в 7 семестре

Тема 6. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий.

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 7. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними.

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 8. Управление творческим процессом

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 9. Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR и другие инструменты маркетинга

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 10. Оценка результатов мероприятия.

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 11. Финансовый менеджмент мероприятий

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

Тема 12. Лучшие практики проведения мероприятий. Будущее индустрии развлечений

Изучение информации основной и дополнительной литературы, изучение информации интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к коллективной дискуссии.

7.2 Задания для контрольных работ

Контрольные работы предусмотрены для выполнения всеми студентами заочной формы обучения. Контрольная работа является составной частью самостоятельной работы студента заочной формы обучения по освоению программы дисциплины.

Контрольная работа состоит из двух разделов. Первый раздел посвящен изучению теоретических основ дисциплины «Event-менеджмент»; второй – выполнению практического задания.

Объем контрольной работы составляет не более 15-20 страниц. В конце работы приводится перечень фактически использованной литературы с указанием фамилии автора, названия, издательства, места и года издания. Вариант контрольной работы студент определяет по начальной букве своей фамилии.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З	И	К
Л	М	Н	О	П	Р	С	Т	У	Ф
Х	Ц	Ч	Ш	Щ	Э	Ю	Я	-	-

Варианты контрольной работы

Вариант 1

1. Сущность event - мероприятия, его характеристики.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 1

Вариант 2

1. Этапы планирования event – мероприятия.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 2

Вариант 3

1. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 3

Вариант 4

1. Инфраструктура event-мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры, проезд, ночевка, отъезд.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 4

Вариант 5

1. Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 5

Вариант 6

1. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 6

Вариант 7

1. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 7

Вариант 8

1. Маркетинг в event - менеджменте: маркетинг-микс, т. е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 8

Вариант 9

1. Подбор персонала для event-мероприятия.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 9

Вариант 10

1. Работа с информацией при разработке event-мероприятия.
2. Практическое задание: **СИТУАЦИЯ**, пункт 10

СИТУАЦИЯ

Описание событийного мероприятия «Проведение корпоративной вечеринки»

Событие - Рождественская вечеринка в организации,
 место проведения - территория организации: холл и офис площадью 40 кв.м;
 количество посетителей мероприятия - 20 человек (работники организации);
 время проведения мероприятия - с 19 до 22 часов.

Задание:

1. Разработать сценарий проведения вечеринки.

2. Выбрать фирму-организатора вечеринки и заключить с ней договор на проведение мероприятия (по материалам фирм, осуществляющих проведение подобных мероприятий в Вашем городе).
3. Рассчитать график подготовительных работ к вечеринке.
4. Составить праздничное меню (с учетом направленности мероприятия).
5. Рассчитать необходимое количество посуды для проведения банкетного обслуживания (кейтеринга) на посетителей мероприятия.
6. Рассчитать стоимость питания для посетителей мероприятия (на 20 человек) по реальным расценкам Вашего города.
7. Составить график контроля подготовки мероприятия (по основным этапам работ).
8. Проанализировать возможные риски при проведении мероприятия и разработать меры профилактики рисков, разработать меры по сокращению этих рисков и потерь.
9. Составить перечень работ по обеспечению безопасности на мероприятии.
10. Разработать план последствий и подведения итогов проведенного мероприятия.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1. Комплект тестовых заданий

для опроса в ходе проведения промежуточной аттестации

1. Утверждение, что коммерциализация культуры -это продвижение на рынок культурных проектов по созданию художественной продукции является:
 - а) верным;
 - б) ошибочным.
2. Управленческое решение о целесообразности и возможности перехода к следующему этапу жизненного цикла проекта является:
 - а) стратегическим
 - б) тактическим
 - в) операционным
 - г) управление взаимодействием в проекте
3. Различные мероприятия, проводимые организацией в целях привлечения внимания общественности к самой организации, её деятельности и продуктам:
 - а) событие
 - б) специальное события
 - в) случайные события
4. Ориентация на потребителя составляет сущность современного подхода к проведению фестивальной деятельности:
 - а) верно;
 - б) ошибочно.
5. Чрезвычайно важной составляющей фестивалей разных видов искусств является:
 - а) традиционность
 - б) событийность
 - в) демократичность
 - г) экономичность
6. Главной целью любого театрального проекта является:
 - а) получение прибыли
 - б) быть основой для взаимодействия театра с публикой
 - в) популяризация старых спектаклей
 - г) мотивация сотрудников
7. Постановка целей или задач, с оптимальным распределением ресурсов, которые потребуются для их достижения:
 - а) планирование
 - б) проектирование
 - в) программирование
8. Цели должны быть (выберите основные критерии относительно постановки целей):
 - а) Количественно определенными
 - б) Качественно преобразованными
 - в) Ясными и однозначно понятными
 - г) Непротиворечивыми
 - д) Случайно распределенными
 - е) Высокими, но все же достижимыми
 - ж) Неформальными, но все же по форме
9. SWOT- анализ направлен на:
 - а) Сведение воедино всех результатов анализа внутренней среды предприятия, для правильного расчета процентов по дивидендам
 - б) Анализ эффективности процесса производства предприятия, по сравнению с главным конкурентом на рынке

- в) Выявление «узких» мест в процессе формирования бюджета предприятия и их ликвидации
 - г) Выявление сил и слабостей фирмы, их сопоставления с возможностями и угрозами внешней среды, и разработку на этой основе адекватных мероприятий
10. Что прежде всего должен изучить предприниматель при коммерциализации нового проекта ?
- а) подбор персонала
 - б) права и защиту интеллектуальной собственности
 - в) бухгалтерский учет
11. Какой вид деятельности является наиболее важным для подготовки музыкального проекта на начальном этапе?
- а) организационно-управленческий
 - б) художественно - творческий
 - в) поисково-исследовательский
 - г) информационно-аналитический
12. В чем есть специфика деятельности менеджера культурного проекта?
- а) создание сценического имиджа
 - б) создание художественно- творческого продукта
 - в) поиск инвесторов
 - г) поиск технического оборудования
13. Основная идея мероприятия:
- а) программа
 - б) план
 - в) концепция
14. Укажите верное утверждение: Договор в письменной форме может быть заключен путем. (укажите верное утверждение):
- а) составления одного документа (в том числе электронного), подписанного сторонами, или обмена письмами, телеграммами, электронными документами либо иными данными
 - б) обмена письмами, телеграммами, электронными документами либо иными данными
 - в) составления одного документа, подписанного сторонами
15. Заполните пропущенное: Разногласия, которые возникли при заключении договора и не были переданы на рассмотрение суда с момента их возникновения, не подлежат урегулированию в судебном порядке_____.
- а) в течение шести месяцев
 - б) в течение шести месяцев
 - в) в течение года
16. Продолжить фразу: Товарный знак (знак обслуживания), зарегистрированный в установленном законодательством порядке, воспроизводится на бланках организаций в соответствии _____.
- а) с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей»
 - б) ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов
 - в) с уставом (положением об организации)
17. Оценка эффективности проведенного мероприятия на основе показателя «Узнаваемость бренда» проводится с помощью методов:
- а) моделирования
 - б) глубинных интервью и фокус-групп по случайной выборке целевой аудитории
 - в) контент анализа
18. Несоблюдение простой письменной формы сделки. (укажите верное утверждение):
- а) лишает стороны права ссылаться в подтверждение сделки

б) лишает стороны права в случае спора ссылаться в подтверждение сделки и ее условий на свидетельские показания, и лишает их права приводить письменные и другие доказательства

в) лишает стороны права в случае спора ссылаться в подтверждение сделки и ее условий на свидетельские показания, но не лишает их права приводить письменные и другие доказательства

19. Создатель сообщения – это:

- а) получатель
- б) канал
- в) источник
- г) код

20. Поставьте в соответствие понятие с определением к нему

1.Спонсорство	а) безвозмездная поддержка, помощь слабым
2.Благотворительность	б) безвозмездная поддержка, укрепление сильных
3.Меценатство	в) поддержка с целью продвижения бренда

8.2. Вопросы к экзамену

Промежуточный контроль в 6 семестре (проводится в форме экзамена)

1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий.
2. Сущность Ивент - мероприятия, его характеристики.
3. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
4. Этапы планирования Ивент - мероприятия
5. Области использования Ивент - менеджмента
6. Понятие «Ивент - менеджмент» , его основное содержание.
7. концепция Ивент: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
8. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.
9. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия
10. Маркетинг в Ивент - менеджменте: маркетинг-микс, т. е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
11. Изучение рынка Ивент-мероприятий.
12. Планирование маркетинга
13. Сущность контроллинга в Ивент - менеджменте
14. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП
15. Работа с информацией при разработке Ивент-мероприятия
16. Подбор персонала для Ивент-мероприятия
17. Выбор партнеров при разработке Ивент-мероприятия
18. Инфраструктура Ивент-мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры
19. Организация приезда, ночевки, отъезда
20. Исторические корни индустрии развлечений. Масштабы и темпы развития технологий организации собраний, досуговых и корпоративных мероприятий.

8.3. Вопросы к зачёту с оценкой

Итоговый контроль в 7 семестре (проводится в форме зачёта с оценкой)

1. Возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах. Международные массовые мероприятия.
2. Типология и классификация мероприятий.
3. Компетенции и обязанности ивент-менеджера.
4. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом.
5. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.
6. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план мероприятия.
7. Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декоративно-образный, образно-музыкальный).
8. Композиционная структура сценария. Экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения.
9. Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция монтажа.
10. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий.
11. Основные методы определения бюджета мероприятия.
12. Идея и концепция мероприятия.
13. Выполнимость проекта.
14. Расчет времени на реализацию проекта.
15. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними.
16. Виды услуг, необходимых при проведении мероприятия.
17. Специфика работы с агентством.
18. Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.
19. Общие принципы заключения юридически обязывающих документов (договоров). Ключевые элементы договора.
20. Управление творческим процессом.
21. Продвижение проекта: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR, инструменты маркетинга.
22. Целевые группы воздействия (ЦГВ). Каналы коммуникаций с ЦГВ.
23. «Стимулирование продаж» в отношении мероприятий.
24. Оценка результатов мероприятия. Критерии эффективности мероприятия.
25. Взаимосвязь целей мероприятия и критериев эффективности мероприятия.
26. Финансовый менеджмент мероприятия.
27. Финансовые цели мероприятия. Твердые и переменные издержки и доходные элементы мероприятия.
28. Финансовый план мероприятия как план денежных потоков. Финансовые отношения клиента, подрядчика и субподрядчиков.
29. Формирование цены услуг в сфере ивент-менеджмента. Внешние и внутренние факторы. Способы минимизации расходов.
30. Лучшие практики проведения мероприятий (на двух-трех примерах).

8.4. Выполнение курсовой работы

Индивидуальное задание согласно учебному плану предусматривает выполнение курсовой работы.

Цель курсовой работы – получение навыков к самостоятельной работе по организации и проведению Event-мероприятий. Самостоятельная работа студентов проводится на основании использования и обобщения знаний и умений, полученных во время изучения дисциплины «Event – менеджмент».

Во время выполнения курсовой работы студент самостоятельно учится точно придерживаться логической последовательности изложения материала, практически

использовать материал, анализировать теоретические положения, обосновывать выводы и предложения.

Примерная тематика курсовых работ:

1. Проведение делового форума.
2. Организация конкурса красоты.
3. Организация и проведение презентаций.
4. Организация фестиваля.
5. Организация рекламных кампаний.
6. Организация и проведение ток-шоу.
7. Организация викторин.
8. Организация дискотек как специальных мероприятий.
9. Организация лотерей, аукционов и других игровых коммерческих мероприятий.
10. Организация и проведение музыкального проекта.
11. Организация и проведение театрального проекта.
12. Организация и проведение циркового представления.
13. Организация и проведение телевизионного проекта.
14. Организация и проведение гастролей коллектива.
15. Организация и проведение свадебной церемонии.
16. Организация и проведение вокального конкурса.
17. Организация и проведение танцевального конкурса.
18. Открытие картинной галереи.
19. Проведение фольклорного фестиваля.
20. Проведение фотосессии «звездного» коллектива.
21. Проведение показа мод.
22. Проведение конкурса парикмахерского искусства.
23. Проведение конкурса поварского искусства.
24. Организация и проведение избирательной кампании.
25. Планирование и воплощение мероприятий анимационной бригады.

Студентом может быть самостоятельно предложена тема курсовой работы, при этом выбор должен быть обоснован и целесообразен. Изменение темы работы во время ее выполнения возможно при наличии веских оснований.

Тема курсовой работы должна отвечать современным требованиям теории и практики. Она должна быть конкретной и иметь практическое значение. Практическая значимость работы появляется в возможности практического внедрения.

Написание курсовой работы по одной из предложенных тем позволит закрепить все знания, полученные в ходе лекционных, а особенно практических занятий.

Порядок выполнения расчетной части и методика анализа полученных результатов не должны вызывать у студента серьезных затруднений, если он систематически посещал занятия.

Этапы и сроки выполнения курсовой работы должны быть в обязательном порядке согласованы с руководителем в соответствии с утвержденным графиком.

Подробнее методические рекомендации по выполнению курсовой работы изложены в отдельном документе «Методические указания по подготовке и защите курсовой работы по учебной дисциплине «Event-менеджмент».

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

При изучении дисциплины «Event-менеджмент» применяются различные интерактивные и компьютерные методы обучения. Интерактивные технологии обучения включают лекции (научные, социальные, интегративные и др.) и практические занятия (диспуты, учебные дискуссии, технологии проектного обучения и др.). Компьютерные технологии обучения предполагают сбор, переработку, хранение и передачу информации от преподавателя к студенту и наоборот. Использование интерактивных методов обучения является одним из самых эффективных, результативных методов оптимального усвоения нового и закрепления пройденного материала. Интерактивные методы можно рассматривать как наиболее современную форму активных методов обучения. Суть активных методов обучения, направленных на формирование умений и навыков, состоит в том, чтобы обеспечить выполнение студентами тех задач, в процессе решения которых они самостоятельно овладевают умениями и навыками, развивая творческие и коммуникативные способности личности, формируя личностный подход к возникающей проблеме.

В процессе обучения используются следующие активные методы:

- работа в малых группах (обсуждение практических ситуаций);
- использование принципа диалогового общения (метод дебатов);
- метод проектов (обсуждение существующих теоретических и практических проблем освоения дисциплины, разбор реальных практических проектов и оценка их эффективности).

В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

Практические занятия проводятся с помощью обучающих тренингов, решения кейсов, применения тестовых технологий, решение творчески прикладных ситуаций, проведения современных мультимедийных презентаций.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

10.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ НА ЗАЩИТЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Студент должен подготовить презентацию своей курсовой работы (Power Point) и доклад длительностью до 10 минут. Структура презентации должна отвечать структуре бизнес-плана по разделам. Презентация должна содержать табличный, графический и другие виды материалов для наилучшего восприятия информации.

Оценка защиты курсовой работы является комплексной. При этом учитываются следующие факторы:

Соответствие выполненной работы поставленным целям и задачам.

Актуальность выбранной темы.

Логичность построения выступления.

Аргументация всех основных положений.

Свободное владение материалом.

Самостоятельность выводов.

Прогнозирование путей решения поставленных проблем в целом и выстраивание перспектив дальнейшей работы над темой.

Культура выступления (речевая культура, коммуникативная компетентность, владение аудиторией).

Культура письменного оформления курсовой работы.

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Студент демонстрирует блестящее владение проблемой исследования, логично, последовательно и аргументированно отстаивает ее концептуальное содержание, обстоятельно, исчерпывающе отвечает на все дополнительные вопросы, и при безукоризненном оформлении работы.
хорошо (4)	Студент демонстрирует высокий уровень владения проблемой исследования, логично, последовательно и аргументированно отстаивает ее концептуальное содержание, но при ответах на дополнительные вопросы испытывает затруднения. Та же оценка может быть выставлена и когда комиссия отмечает незначительные пробелы в профессиональной подготовке студента или обнаруживает в тексте работы небольшие нарушения.
удовлетворительно (3)	Студент хотя и демонстрирует достаточно (или относительно) хорошее владение проблемой исследования, логично, последовательно и аргументированно отстаивает ее концептуальное содержание, но при ответах допускает ошибочные утверждения, либо в тексте обнаруживаются нарушения при оформлении научного аппарата работы, стилистические и иные погрешности.
неудовлетворительно (2)	Студент обнаруживает несамостоятельность выполнения курсовой работы, некомпетентность в исследуемой студентом проблеме, при плохой защите курсовой работы, небрежном и неаккуратном ее оформлении.

10.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ НА ЭКЗАМЕНЕ И ЗАЧЁТЕ С ОЦЕНКОЙ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.
Тестовое задание	
отлично (5)	Студент ответил на 85-100% вопросов.
хорошо (4)	Студент ответил на 55-84% вопросов.
удовлетворительно (3)	Студент ответил на 30-54% вопросов.
неудовлетворительно (2)	Студент ответил на 0-29% вопросов.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

Основная литература:

1. Колбер Франсуа. Маркетинг культуры и искусства. Пер. с англ. – М.: Арт-Пресс, 2004.
2. Сондер Марк. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы /Марк Сондер; пер. с англ. (Д.В. Скворцова); под общ. ред. Стрижак. – Москва: Вершина, 2006. – 544 с.
3. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. – СПб., 2001.
4. Шубина Ирина Борисовна. Драматургия и режиссура зрелища: игра, сопровождающая жизнь: учебно-метод. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 288 с.
5. Шумович А.В.. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management / Александр Шумович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 320 с.
6. ЭБС «Znanium. com.» Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий: учебное пособие / О.Я. Гойхман. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 136 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>
7. ЭБС «Znanium. com.» Маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.Н. Красюк. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 272 с - Режим доступа: <http://znanium.com/>
- 8.

Дополнительная литература:

1. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: Учебное пособие для студентов вузов – М., Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
2. Векслер Ася Филипповна. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность / А. Векслер, Г. Тульчинский. – М.: Вершина, 2006. – 336 с.
3. Кули К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой / Карен Кули и Кирсти МакЭван; худож.-оформ. А. Киричек – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 256 с.
4. Лемер Синди. Искусство организации мероприятий: стоит только начать! / Синди Лемер. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 288 с.
5. Максимова Л.Г. Авторское право: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 383 с.
6. Переверзев М.П., Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебн. Пособие / под редакцией М.П. Переверзева. – М.: Инфра-М, 2007. – 192 с. – (Высшее образование).
7. Пресс Слип. Как пишут и продают сценарии в США для видео, кино и телевидения: (Пер. с англ.) / Слип Пресс. – М.: Изд-во ТРИУМФ, 2004. – 400 с.
8. Симановская Ольга Моисеевна. Организация НР-событий – успешная российская практика / О. Симановская. – М.: Вершина, 2007. – 192 с.
9. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: Учебное пособие, 3-е изд., стер. – СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2007. – 528 с.
10. Фрумкин Г.М. Сценарное мастерство: кино – телевидение – реклама: учебное пособие / Г.М. Фрумкин. – Изд. 2-е. – М.: Академический проект, 2007. – 224 с

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.informexpo.ru/> – На сайте представлена информация о выставках Москвы;
2. <http://expo-rf.ru/> – На сайте представлена информация о выставках России;

3. <http://www.rostex-expo.ru/> – На сайте представлена информация о выставках Юга России;
4. <http://www.expogid.com/> – Программа «Экспо-Гид», которая позволит визуально побывать на любой выставке мира;
5. <http://expo2012korea.ru/> – На сайте представлены новости российской экспозиции на Экспо-2012;
6. <http://www.krasnodarexpo.ru/> – Сайт выставочной компании «КраснодарЭКСПО»;

12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций студенческих работ.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.