

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 В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Уровень высшего образования – магистратура

Направление подготовки – 51.04.03 Социально-культурная деятельность

Программа магистратуры - Управление проектами в социально-культурной сфере

Форма обучения - очная

Год набора – 2023 год

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. № 1185.

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

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента (Академии Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08.2023 г.

Зав. кафедрой

В.В. Аронова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Event-менеджмент в сфере культуры» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений и адресована студентам 2 курса (3 семестр) направления подготовки 51.04.03 – «Социально-культурная деятельность» программа магистратуры «Управление проектами в социально-культурной сфере» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам: «Теория и практика социально-культурного проектирования», «Управление персоналом социально-культурных проектов», «Обоснование жизнеспособности проекта», «Современный стратегический анализ», «Обеспечение проекта в социально-культурной сфере», «Фандрайзинг в социально-культурной сфере».

Содержание дисциплины «Event-менеджмент в сфере культуры» 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.).

Итоговый контроль в форме зачета и защиты курсовой работы в 3 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 28 часов, практические занятия – 32 часа, самостоятельная работа – 75 часов, контроль - 9 часов.

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

Дисциплина «Event-менеджмент в сфере культуры» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений и адресована студентам 2 курса направления подготовки 51.04.03 – «Социально-культурная деятельность» программа магистратуры «Управление проектами в социально-культурной сфере» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных технологий.

Основывается на базе дисциплин: «Теория и практика социально-культурного проектирования», «Управление персоналом социально-культурных проектов», «Обоснование жизнеспособности проекта», «Современный стратегический анализ».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Обеспечение проекта в социально-культурной сфере», «Фандрайзинг в социально-культурной сфере».

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: ознакомительной, научно-исследовательской, проектной, 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 51.04.03 Социально-культурная деятельность, программа магистратуры Управление проектами в социально-культурной сфере: ПК-4.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-4	Способен к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере	ПК-4.1. Оценивает, анализирует и проектирует мероприятия в событийном менеджменте, используя специализированные инструменты и подходы, а также прогнозирует тренды в индустрии событий для разработки художественных программ в социокультурной сфере.	знать: - методы оценки и анализа мероприятия или события (до и после его проведения); - ключевые понятия, цели и задачи событийного менеджмента; - способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной. уметь: - работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; - проводить анализ эффективности события; - проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.). владеть: - аналитическими и прогностическими навыками, позволяющие определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий и на их основе проектировать мероприятия и художественно-творческие программы в социокультурной сфере.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов				
	Очная форма				
	всего	в том числе			
		л	п	с.р.	к.
1	2	3	4	7	
Тема 1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в социокультурной сфере	21	4	4	12	1
Тема 2. События и мероприятия в социокультурной сфере	21	4	4	12	1
Тема 3. Проектирование и планирование событий	26	6	6	12	2
Тема 4. Правовое и документационное обеспечение проекта события в социокультурной сфере	24	4	6	12	2
Тема 5. Продвижение событий	26	6	6	12	2
Тема 6. Оценка эффективности событий в социокультурной сфере	26	4	6	15	1
Всего часов	144	28	32	75	9

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в социокультурной сфере

Ключевые понятия: Event-менеджмента, Event-маркетинг.

Понятие и сущность Event-менеджмента. Event-менеджмент и Event-маркетинг. Практическое применение менеджмента в области проектирования, проведения и организации мероприятий и событий. Этапы развития Event-менеджмента в сфере социальных коммуникациях и масс-медиа.

Литература: [1,3,6].

Тема 2. События и мероприятия в социокультурной сфере

Ключевые понятия: «событие» и «мероприятие».

Соотношение понятий «событие» и «мероприятие». Классификация событий. Календарь событий в социокультурной сфере

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 – сипозиумы, съезды, конференции, семинары и т.д.

Литература: [1,4,6].

Тема 3. Проектирование и планирование событий

Ключевые понятия: проектирование, проект, управление проектами.

Проектирование. Особенности проектирования и управления проектами в Event-менеджменте. Планирование событий в сфере гостеприимства. Концепция проекта события в социокультурной сфере. 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: [1,4,6,8].

Тема 4. Правовое и документационное обеспечение проекта события в социокультурной сфере

Ключевые понятия: договор, обязательства, отношения, нормативный акт, документирование, партнеры.

Правовое обеспечение организации и проведения событий в социокультурной сфере. Договорные отношения в сфере Event-менеджмента. Документационное обеспечение проектов событий в социокультурной сфере. 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). 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: [1,5,8].

Тема 5. Продвижение событий

Ключевые понятия: реклама, стимулирование продаж, коммуникации и PR, каналы коммуникаций, целевые группы воздействия, рекламная стратегия.

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: [2,9].

Тема 6. Оценка эффективности событий в социокультурной сфере

Ключевые понятия: эффективность, впечатление, критерий, опрос.

Заимствование и адаптация идей мероприятий, состоявшихся в прошлом. Использование имеющихся наработок. 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: [1,2,3,6].

6.2 Темы и задания для подготовки к практическим занятиям

Тема 1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в социокультурной сфере

1. Основные понятия, сущность Event-менеджмента
2. Возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах.
3. Исторические корни индустрии развлечений.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Опишите особенности различных регионов планеты при организации развлечений и мероприятий.
3. 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: [1,3,6].

Тема 2. События и мероприятия в социокультурной сфере

1. Виды классификаций мероприятий и событий.
2. Основные типы мероприятий.
3. Соотношение понятий «событие» и «мероприятие».

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: [1,4,6].

Тема 3. Проектирование и планирование событий

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.

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: [1,4,6,8].

Тема 4. Правовое и документационное обеспечение проекта события в социокультурной сфере

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).

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. 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: [1,5,8].

Тема 5. Продвижение событий

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

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: [2,9].

Тема 6. Оценка эффективности событий в социокультурной сфере

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

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.
4. Дать определение мероприятиям, приносящим прибыль.
5. 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: [1,2,3,6].

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Event-менеджмент в сфере культуры» 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

Тема 1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в социокультурной сфере

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

Тема 2. События и мероприятия в социокультурной сфере

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

Тема 3. Проектирование и планирование событий

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

Тема 4. Правовое и документационное обеспечение проекта события в социокультурной сфере

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

Тема 5. Продвижение событий

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

Тема 6. Оценка эффективности событий в социокультурной сфере

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

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1 Комплект тестовых заданий для опроса в ходе проведения промежуточной аттестации

- 1. Какой из следующих этапов не является частью жизненного цикла события?**
 - а) Планирование
 - б) Реализация
 - в) Оценка
 - г) Обслуживание
- 2. Какой из нижеперечисленных элементов необходим для успешного маркетинга события?**
 - а) Целевая аудитория
 - б) Рекламный бюджет
 - в) Отсутствие безопасности
 - г) Стратегия продвижения
- 3. Какой из аспектов безопасности следует учитывать при планировании события?**
 - а) Цвет декорации
 - б) Расписание развлекательной программы
 - в) Медицинская поддержка и план эвакуации
 - г) Дизайн флаеров
- 4. Что включает в себя логистика событий?**
 - а) Подготовка презентаций
 - б) Выбор подрядчиков
 - в) Планирование и координация перемещений и ресурсов
 - г) Оформление пригласительных билетов
- 5. Какой из перечисленных элементов является ключевым в планировании мероприятий?**
 - а) Бюджетирование
 - б) Разработка логотипа
 - в) Выбор цветовой гаммы
 - г) Определение целей и задач мероприятия
- 6. Какой инструмент широко используется для продвижения мероприятий и привлечения участников?**
 - а) Бюджетный анализ
 - б) Маркетинговая кампания
 - в) Формирование брифа
 - г) Составление отчета
- 7. Какое из следующих понятий относится к фазе выполнения мероприятия?**
 - а) Разработка концепции
 - б) Координация события в режиме реального времени
 - в) Оценка результатов
 - г) Подготовка отчета
- 8. Какой элемент неотъемлемо связан с оценкой успешности мероприятия?**
 - а) Выбор даты проведения
 - б) Составление бюджета
 - в) Анализ обратной связи и участия
 - г) Разработка дизайна билетов
- 9. Что включает в себя термин «Риск-менеджмент» в сфере организации мероприятий?**
 - а) Подбор персонала

- б) Предвидение и минимизация возможных проблем
 - в) Разработка креативной концепции
 - г) Определение целей
- 10. Что подразумевается под термином «Кейтеринг» при организации мероприятий?**
- а) Оценка результатов
 - б) Выбор декораций
 - в) Разработка рекламных материалов
 - г) Поставка еды и напитков на мероприятие
- 11. Какое из перечисленных относится к важным аспектам безопасности на мероприятии?**
- а) Выбор цветовой гаммы
 - б) Эвакуационные планы и меры безопасности
 - в) Разработка логотипа
 - г) Контроль за поставкой оборудования
- 12. Какова основная цель проведения корпоративного мероприятия?**
- а) Продвижение продукции и услуг компании.
 - б) Обеспечение отдыха сотрудников.
 - в) Развитие личных навыков участников.
 - г) Проведение маркетинговых исследований.
- 13. Что такое «целевая аудитория» в контексте мероприятий?**
- а) Список важных гостей и высокопоставленных лиц.
 - б) Группа людей, которых организаторы мероприятия хотят достичь и привлечь.
 - в) Круг близких друзей и коллег участников мероприятия.
 - г) Люди, зарегистрировавшиеся на мероприятие.
- 14. Какое значение имеет брифинг в подготовке к мероприятию?**
- а) Сбор и передача информации участникам команды перед началом мероприятия.
 - б) Краткое обзорное мероприятие для гостей.
 - в) Тестирование технического оборудования перед началом события.
 - г) План проведения мероприятия.
- 15. Какое понятие описывает взаимодействие между участниками мероприятия и организаторами до его начала?**
- а) Тайное соглашение
 - б) Благодарность
 - в) Предварительная подготовка (пре-эвент)
 - г) Секретный код доступа к мероприятию

16. Поставьте в соответствие понятие с его содержанием

	Содержание понятия		Понятие
1	Комплекс организации производства и сбыта товара (услуги), направленный на выявление и удовлетворение потребностей конкретной группы потребителей с целью получения прибыли	а)	event-менеджмент
2	Комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий, задача которых заключается в том, чтобы сделать из обычного мероприятия уникальное событие, которое запомнится целевой аудитории	б)	event-маркетинг
3	Комплекс мероприятий, направленных на продвижение торговых марок с помощью ярких и запоминающихся событий: концертов, фестивалей, вечеринок, презентаций и т.п.	в)	маркетинг

17. Поставьте в соответствие понятие с его содержанием

	Содержание понятия		Понятие
1	Действие, направленное на осуществление чего-нибудь, для осуществления какой-нибудь цели	а)	специальное событие
2	Истинное происшествие, явление, то, что действительно было, имело место	б)	мероприятие
3	Действие, проводимое с целью привлечения внимания определенной аудитории к проекту, организации, деятельности организации, ее руководству, способствующее развитию социальной коммуникации и партнерства.	в)	факт

18. Поставьте в соответствие качественные и количественные методы оценки социокультурного проекта

1	Качественные методы	а) Имитационные и статистические методы; б) Фокус-группы; в) Онлайн-опрос и интервью; г) Многомерные методы (факторный, кластерный анализы); д) Глубинные и экспертные интервью; е) Регрессионные и корреляционные методы
2	Количественные методы	

19. Установите соответствие методов и определений культурно-досуговых мероприятий:

1	Метод театрализации:	а)	поиск художественного образа для передачи содержания для создания зрелищно-активную ситуацию, при которой каждый присутствующий на программе станет активным зрителем
2	Метод иллюстрирования:	б)	переход действия в воображаемую ситуацию, постоянно развивающееся действие, во время которого ведущий комментирует реакцию участников, сопровождая комментарии шутками, веселыми репликами, следит за соблюдением правил
3	Метод игры:	в)	синтез различных эмоционально-выразительных средств, призванных сделать материал зримым, доступным, воздействующим через рациональное на эмоциональное начало

			личности, показ содержания, его демонстрация в документальной или схематично-предметной форме, воспроизведение информации в какой-либо зримой форме восприятия
--	--	--	--

20. Поставьте в соответствие понятие с его содержанием

	Понятие		Содержание понятия
1.	Концепция специального события	а)	Детализированное описание хода мероприятия, включая последовательность действий, временные рамки, роли участников, технические аспекты и логистику, помогает организаторам контролировать процесс проведения события, обеспечивает четкость в выполнении задач и позволяет заранее предвидеть возможные проблемы.
2.	План специального события	б)	Общее представление и основной замысел, лежащий в основе мероприятия, включает в себя цели, задачи, целевую аудиторию, ключевые темы и уникальные аспекты, которые делают событие привлекательным и значимым, служит основой для дальнейшей разработки всех элементов события.
3.	Идея специального события	в)	Детализированная дорожная карта, которая описывает все этапы подготовки и проведения мероприятия, включает в себя временные рамки, место проведения, программу, организационные аспекты, бюджет, распределение ролей и обязанностей среди команды, а также стратегии по продвижению события.
4.	Сценарий специального события	г)	Основная мысль или замысел, который вдохновляет на создание мероприятия. Это может быть уникальная тема, культурная или социальная инициатива, которая отражает ценности и интересы целевой аудитории.

8.2 Вопросы к зачету

Итоговый контроль (проводится в форме зачета)

1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий.
2. Сущность Event - мероприятия, его характеристики.
3. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
4. Этапы планирования Event - мероприятия
5. Области использования Event - менеджмента
6. Понятие «Event - менеджмент» , его основное содержание.
7. онцепция Event: 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 Event - менеджменте: маркетинг-микс, т. е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
11. Изучение рынка Event-мероприятий.
12. Планирование маркетинга
13. Сущность контроллинга в Event - менеджменте
14. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП
15. Работа с информацией при разработке Event-мероприятия
16. Подбор персонала для Event-мероприятия
17. Выбор партнеров при разработке Event-мероприятия

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

8.3. Выполнение курсовой работы

Согласно учебному плану предусматривается 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 в сфере культуры».

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.

Магистрантом 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 проявляется в возможности практического внедрения.

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

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 рекомендации по выполнению курсовой работы по учебной дисциплине «Event-менеджмент в сфере культуры».

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

При изучении дисциплины «Event-менеджмент в сфере культуры» 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 зачете

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим незначительные погрешности в ответе. Студент посещает лекционные и практические занятия, активно участвует в обсуждении вопросов, рассматриваемых на занятиях, инициативно выступает с докладами, свободно владеет основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует практические умения и навыки по разработке содержания социально-культурных программ.
не зачтено	Студент при ответе на заданные вопросы не способен показать знания основных вопросов дисциплины, он не владеет основными категориями и понятиями дисциплины, а также практическими умениями и навыками по разработке содержания социально-культурных программ.

10.2. Критерии оценивания знаний студентов на защите курсовой работы

Студент должен подготовить презентацию своей курсовой работы (Power Point) и доклад длительностью до 7 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.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

Основная литература:

1. [Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий : учеб. пособие / О. Я. Гойхман. — М. : Инфра-М, 2011. — 120 с.](#)
2. Колбер Франсуа. Маркетинг культуры и искусства. Пер. с англ. – М.: Арт-Пресс, 2004.
3. [Психологические основы ивент-менеджмента : курс лекций / авт.-сост. С. В. Кручинин. — Минск : Ин-т современных знаний им. А. М. Широкова, 2012. — 124 с.](#)
4. Сондер Марк. Event-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.
5. 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.
6. [Халыцбаур, У. Event-менеджмент / У. Халыцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер. — М. : Эксмо, 2007. — 384 с.](#)
7. Шубина Ирина Борисовна. Драматургия и режиссура зрелища: игра, сопровождающая жизнь: учебно-метод. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 288 с.
8. Шумович А.В.. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management / Александр Шумович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 320 с.
9. ЭБС «Znanium.com.» Маркетинговые коммуникации: учебник / под ред. И.Н. Красюк. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 272 с - Режим доступа: <http://znanium.com/>

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 Скип. Как пишут и продают сценарии в США для видео, кино и телевидения: (Пер. с англ.) / Скип Пресс. – М.: Изд-во ТРИУМФ, 2004. – 400 с.
8. Симановская Ольга Моисеевна. Организация HR-событий – успешная российская практика / О. Симановская. – М.: Вершина, 2007. – 192 с.
9. 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 Академии Матусовского», 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.