

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный технический университет»
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебной работе
_____ Э.Ю. Майкова
« ____ » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений
Блока 1 «Дисциплины (модули)»
«Event-менеджмент»

Направление подготовки бакалавров – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

Типы задач профессиональной деятельности —организационный

Форма обучения – очная.

Факультет управления и социальных коммуникаций.

Кафедра «Медиатехнологий и связи с общественностью».

Тверь 2019

Рабочая программа дисциплины соответствует ОХОП подготовки бакалавров в части требований к результатам обучения по дисциплине и учебному плану.

Разработчик программы: к.ф.н., доцент кафедры МСО Л.В. Удалова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры МСО
« ____ » _____ 2019 г., протокол № ____ .

Заведующий кафедрой МСО А.А. Тягунов

Согласовано
Начальник учебно-методического
отдела УМУ Д.А. Барчуков

Начальник отдела
комплектования
зональной научной библиотеки О.Ф. Жмыхова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Event-менеджмент» является формирование у студентов компетенции в области разработки, подготовки и реализации коммуникативных событий, умения руководить процессами их организации.

Задачами дисциплины являются:

формирование знаний о современных принципах event-менеджмента;

формирование умений по разработке контента специальных мероприятий на основе пожеланий и требований заказчика с учетом основных экономических, политических и культурных факторов;

формирование умений по овладению технологическими возможностями и ресурсами event-менеджмента, разработки технико-экономического обоснования специальных мероприятий и составления их бизнес-планов.

2. Место дисциплины в образовательной программе

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)». Для изучения курса требуются знания, умения и навыки по составлению отчетов по практикам и по выполнению выпускной квалификационной работы, приобретенные в процессе обучения по образовательной программе высшего образования уровня бакалавриата или специалитета.

Приобретенные знания и умения в рамках данной дисциплины необходимы в дальнейшем при прохождении практик и при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция, закрепленная за дисциплиной в ОХОП:

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-4 Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью

Индикаторы компетенции, закреплённые за дисциплиной в ОХОП:

ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ИПК-4.2 Проводит мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок

Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций

ИПК-1.2.:

Знать:

31. Роль и значение event-менеджмента в коммуникационной среде, теоретические основы и закономерности планирования, организации и управления event-мероприятием.

Уметь:

У1. Формировать идейно-тематическую основу сценария мероприятия, формировать бюджет и оценивать эффективность event-мероприятия

Иметь опыт практической подготовки

ПП1: Организовывать тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ИПК-1.3.:

Знать:

32. Типологию и классификацию общественных публичных мероприятий

Уметь:

У2. Использовать event-менеджмент при организации и планировании событийных мероприятий, выбирать способы продвижения информации о event-мероприятии

Иметь опыт практической подготовки

ПП2: Участвовать в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ИПК-4.2.:

Знать:

33. Принципы управления творческим процессом, аналитические методы оценки эффективности event-мероприятия.

Уметь:

У3. Выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, прогнозировать последствия этих решений, планировать мероприятия по обеспечению эффективности event-мероприятия в организации.

Иметь опыт практической подготовки:

ПП3. Проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок.

3.2. Технологии, обеспечивающие формирование компетенций

Проведение лекционных и практических занятий.

4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1а. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Академические часы
Общая трудоемкость дисциплины	3	108
Аудиторные занятия (всего)		52
В том числе:		
Лекции		26
Практические занятия (ПЗ)		26
Лабораторные работы (ЛР)		не предусмотрены
Самостоятельная работа обучающихся		56

(всего)		
В том числе:		
Курсовая работа		не предусмотрен
Курсовой проект		не предусмотрен
Расчетно-графические работы		не предусмотрены
Реферат		не предусмотрены
Другие виды самостоятельной работы: - подготовка к защите практических работ		28
Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (зачет)		28
Практическая подготовка при реализации дисциплины (всего)		26
В том числе:		
Практические занятия (ПЗ)		26
Лабораторные работы (ЛР)		не предусмотрен
Курсовая работа		не предусмотрен
Курсовой проект		не предусмотрен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины

Таблица 2. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы

№	Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Практич. занятия	Лаб. работы	Сам. работа
1	Сущность и основы event-менеджмента	22	5	5	-	12
2	Организация event-мероприятия, выбор поставщиков и партнеров	25	6	6	-	13
3	Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR - инструменты	25	6	6	-	13
4	Правовые вопросы организации мероприятия	12	3	3	-	6
5	Управление мероприятием	24	6	6		12
Всего на дисциплину		108	26	26	-	56

5.2. Содержание дисциплины

МОДУЛЬ 1 «Сущность и основы event-менеджмента»:

Сущность event-мероприятия, его характеристики: исключительность, позитивное восприятие посетителей, организация и режиссура, продолжительность мероприятия и др.

Сферы планирования мероприятий служебная, общественная, частная. Этапы планирования event-мероприятия.

Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.

Event-менеджмент как проект: фазы проекта, виды деятельности в event-менеджменте, управление рисками, цель и прибыль. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.

Внешние и внутренние исследования. Использование прошлого опыта заказчиков, организаторов и подрядчиков. 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

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.

МОДУЛЬ 2 «Организация event-мероприятия, выбор поставщиков и партнеров»:

Подбор персонала и партнеров. Виды услуг, в которых возникает необходимость при проведении мероприятий: услуги по организации мероприятия; по рекламной и 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).

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.).

МОДУЛЬ 3 «Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR - инструменты»:

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 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.

МОДУЛЬ 4 «Правовые вопросы организации мероприятия»:

Отрасли права: частное право, уголовное и административное право, государственное право. Правовые отношения в event-менеджменте.

Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски.

Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной продажи билетов. Страхование.

Установление временных объездов и перекрытий улиц.

Окружающая среда, здоровье и техника безопасности. Финансы и налоги.

МОДУЛЬ 5. «Управление мероприятием»:

Проект-менеджмент: треугольник проекта-результат, ресурсы, сроки. Структурный план проекта. Планирование проекта-планирование времени (фазы/вехи), сетевой план, диаграмма Ганта. Планирование ресурсов: оценка затрат, планирование затрат, планирование персонала.

Контроллинг проекта, отчетность. Контроль времени / сроков.

Техники менеджмента. Руководство сотрудниками, работа в команде, мотивация, коммуникация.

Техники принятия решений: метод практической ценности и таблица решений. Креативные техники-мозговой штурм и морфологический метод.

Вспомогательные средства регистратор проекта, протоколы, программное обеспечение, критерии, расчеты в таблицах, программы развития персонала, банк данных и др.

Оценка эффективности проведенного мероприятия. Отчеты для спонсоров, СМИ, партнеров и руководства. Работа над ошибками. Создание универсального алгоритма организации любых типов мероприятий, стандартов, инструкций, памяток.

5.3. Лабораторные работы

Учебным планом лабораторные работы не предусмотрены.

5.4. Практические занятия

Таблица 3. Тематика, форма практических занятий (ПЗ) и их трудоемкость

Модули. Цели ПЗ	Примерная тематика занятий и форма их проведений	Трудоем- кость в часах
Модуль 1 Цель: Приобретение представления об исключительных событиях, или как о коммерчески значимых явлениях, как о средствах предпринимательской коммуникации и активизации целевых групп. Изучение сфер и этапов планирования event-мероприятий	Сущность и основы планирования event-мероприятий	5
Модуль 2 Цель: Изучение процесса подбора и взаимодействия с персоналом и партнерами	Организация event-мероприятия	6
Модуль 3 Цель: Изучение способов «стимулирования продаж» в отношении мероприятий. Организация различных стимулирующих акций во время проведения мероприятия и оповещение об этом участников	Привлечение внимания event-мероприятию	6
Модуль 4 Цель: Изучение правовых вопросов организации event-мероприятия. Вопросы ответственности за отмену мероприятия, сохранность окружающей среды, здоровье и техник безопасности	Правовые отношения в event-менеджменте	3
Модуль 5 Цель: Изучение процесса планирования проекта, планирование времени (фазы/вехи), сетевой план, диаграмма Ганта. Планирование ресурсов: оценка затрат, планирование затрат, планирование персонала. Ознакомление с контроллингом проекта, отчетностью, проведением контроля времени / сроков	Структурный план проекта и его выполнение	6

6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль успеваемости

6.1. Цели самостоятельной работы

Формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

6.2. Организация и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем курса по заданию преподавателя по рекомендуемой им учебной литературе, в подготовке к практическим занятиям, к текущему контролю успеваемости.

В рамках дисциплины выполняется 5 практических работ.

После вводных лекционных занятий, в которых обозначается содержание дисциплины, ее проблематика и практическая значимость, студентам выдается задание в рамках предметной области дисциплины: подготовить доклад с презентацией на тему «Event-менеджмент».

Подготовка доклада требует творческого подхода студента. В ходе выполнения работы студент не только получает сведения в определенной области, но и развивает практические навыки анализа научной литературы и выполнения презентаций.

По итогам выполнения данной работы оценивается ее презентационная часть, содержание доклада, а также устные ответы студента на заданные после представления доклада вопросы.

При отрицательных результатах по формам текущего контроля и (или) наличии пропусков преподаватель проводит с обучающимся индивидуальную работу по ликвидации задолженности.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература по дисциплине

1. Фомушкина, Т.Н. Технологии event-менеджмента: учебное пособие / Т.Н. Фомушкина; Тверской государственный технический университет. - Тверь: ТвГТУ, 2020. - 79 с. - Текст: непосредственный. - ISBN 978-5-7995-1104-3: 311 p. - (ID=136665-42)

2. Фомушкина, Т.Н. Технологии event-менеджмента: учебное пособие / Т.Н. Фомушкина; Тверской гос. техн. ун-т. - Тверь: ТвГТУ, 2020. - Сервер. - Текст: электронный. - ISBN 978-5-7995-1104-3: 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/136547>. - (ID=136547-1)

3. Черняева, Г. В. Внутрифирменный PR и Event-менеджмент: учебное пособие / Г. В. Черняева. - Москва: РУТ (МИИТ), 2020. - 16 с. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/175955> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=150064-0)

7.2. Дополнительная литература по дисциплине

1. Астафьева, И.Е. Разработка сценариев для специальных событий: учебно-методическое пособие / И.Е. Астафьева. - Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. - 28 с. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/180299> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=150061-0)
2. Бочаров, М. П. Управление коммуникациями: учебник / М. П. Бочаров, А. Н. Чумиков. - Москва: Дашков и К, 2022. - 544 с. - ISBN 978-5-394-04761-9. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/228917> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=150058-0)
3. Каверина, Е. А. Событийные коммуникации в культуре: философская пропедевтика и маркетинговая практика : монография / Е. А. Каверина. - Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2011. - 187 с. - ISBN 978-5-8064-1711-5. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/5577> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=150059-0)
4. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. - 2-е изд. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 127 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-12592-4. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/496285> (дата обращения: 15.09.2022). - (ID=150065-0)
5. Кузнецов, П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П.А. Кузнецов. - Москва: Дашков и К, 2021. - 296 с. - ЭБС Лань. - Текст: электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-394-04020-7. - URL: <https://e.lanbook.com/book/235592>. - (ID=139303-0)
6. Ларичев, О.И. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных странах: учебник для вузов: в составе учебно-методического комплекса / О.И. Ларичев. - 2-е изд.; перераб. и доп. - Москва: Логос, 2002. - 391 с. - (Учебник XXI века) (УМК-У). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 5-94010-180-1: 130 р. - (ID=11307-30)
7. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 109 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-09415-2. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/493292> (дата обращения: 15.09.2022). - (ID=141642-0)
8. Опыт проектного управления в сфере культуры: учебное пособие / Л. С. Азаренков, В. С. Парзина, Е. А. Ганицева [и др.]. - Екатеринбург: УрГПУ, 2018. - 127 с. - ISBN 978-5-7186-1012-3. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/182637> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=150060-0)
9. Пашоликов, М. С. Управление событиями. Стратегия. Тактика. Практика: руководство / М. С. Пашоликов. - Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. - 52 с. - ISBN 978-5-8064-2750-3. - Текст: электронный // Лань : электронно-

библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/136678> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - (ID=150063-0)

10. Романцов, А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание): практическое пособие / А. Н. Романцов. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 89 с. - ISBN 978-5-394-01544-1. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/57071.html> (дата обращения: 15.09.2022). - Режим доступа: для авторизир. Пользователей. - (ID=150052-0)

7.3. Методические материалы

1. Оценочные средства промежуточной аттестации по дисциплине "Event-менеджмент" направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере: в составе учебно-методического комплекса / Каф. Медиатехнологии и связи с общественностью; сост. Т.Н. Фомушкина. - Тверь: ТвГТУ, 2017. - (УМК-Э). - Сервер. - Текст : электронный. - (ID=127627-0)

7.4. Периодические издания

1. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ: журнал. - Внешний сервер. - Текст: непосредственный. - Текст: электронный. - URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26361824>. - (ID=140254-0)

2. Концепт: журнал / редкол.: П.М. Горев (гл. ред.) [и др.]. - Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2011-. - ЭБС Лань. - Текст: электронный. - ISBN 2304-120X. - URL: <https://e.lanbook.com/journal/2338>. - (ID=133847-0)

3. PR и реклама: традиции и инновации: журнал. - Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева, 2006 - ЭБС eLIBRARY.RU. - Текст: электронный. - URL: https://www.elibrary.ru/title_about.asp?id=52852. - (ID=140194)

7.5. Специализированные базы данных, справочные системы, электронно-библиотечные системы, профессиональные порталы в Интернет

ЭБС и лицензионные ресурсы ТвГТУ размещены:

1. Ресурсы: <https://lib.tstu.tver.ru/header/obr-res>
2. ЭКТвГТУ: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/Web>
3. ЭБС "Лань": <https://e.lanbook.com/>
4. ЭБС "Университетская библиотека онлайн": <https://www.biblioclub.ru/>
5. ЭБС «IPRBooks»: <https://www.iprbookshop.ru/>
6. Электронная образовательная платформа "Юрайт" (ЭБС «Юрайт»): <https://urait.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY: <https://elibrary.ru/>
8. Информационная система "ТЕХНОРМАТИВ". Конфигурация "МАКСИМУМ" : сетевая версия (годовое обновление): [нормативно-технические, нормативно-правовые и руководящие документы (ГОСТы, РД, СНИПы и др.). Диск

1,2,3,4. - М. :Технорматив, 2014. - (Документация для профессионалов). - CD. - Текст : электронный. - 119600 р. – (105501-1)

9. База данных учебно-методических комплексов:
<https://lib.tstu.tver.ru/header/umk.html>

10. Федеральный портал «Российское образование». - Режим доступа:
<http://www.edu.ru/>

УМК размещен: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/116618>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При изучении дисциплины «Event-менеджмент» используются современные средства обучения: наглядные пособия, диаграммы, схемы.

Возможна демонстрация лекционного материала с помощью оверхед-проектора (кодоскопа) и мультипроектора.

9. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

9.1. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена

Учебным планом экзамен по дисциплине не предусмотрен.

9.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме зачета

1. Шкала оценивания промежуточной аттестации – «зачтено», «не зачтено».

2. Вид промежуточной аттестации в форме зачета.

Вид промежуточной аттестации устанавливается преподавателем:

по результатам текущего контроля знаний и умений, обучающегося без дополнительных контрольных испытаний или по результатам выполнения дополнительного итогового контрольного испытания при наличии у студентов задолженностей по текущему контролю.

3. Для дополнительного итогового контрольного испытания студенту в обязательном порядке предоставляется:

база заданий, предназначенных для предъявления обучающемуся на дополнительном итоговом контрольном испытании (типовой образец задания приведен в Приложении), задание выполняется письменно;

методические материалы, определяющие процедуру проведения дополнительного итогового испытания и проставления зачёта.

При ответе на вопросы допускается использование справочными данными, нормативно-правовыми актами, в том числе ГОСТами, методическими указаниями по выполнению практических работ в рамках данной дисциплины.

Пользование различными техническими устройствами не допускается. При желании студента покинуть пределы аудитории во время дополнительного итогового контрольного испытания задание после возвращения студента ему заменяется.

Преподаватель имеет право после проверки письменных ответов вопросы задавать студенту в устной форме уточняющие вопросы в рамках задания, выданного студенту.

Перечень вопросов дополнительного итогового контрольного испытания:

1. Понятие «event-менеджмент». Основное содержание и концепция.
2. Классификация мероприятий, участники, посетители, характер мероприятий, управление и оценка.
3. Законодательные основы регулирования в зрелищной сфере в России (федеральный, региональный и муниципальный уровни).
4. Законодательные основы регулирования в зрелищной сфере за рубежом
5. Правовые отношения в event-менеджменте.
6. Риски в event-менеджменте: финансовые, эксплуатационные, правовые. Страхование.
7. Расходы на организацию программы event-мероприятия. Составляющие сметы расходов.
8. Проектирование event-мероприятия: цель проекта, его фазы.
9. Проектирование event-мероприятия: моделирование процесса, сетевой план, диаграмма Ганта.
10. Проектирование event-мероприятия: принятие решений, прибыль, оценка эффективности, управление рисками.
11. Старт проекта. Расчет финансовых показателей (поступления, спонсирование, продажа еды и напитков)
12. Старт проекта. Выбор поставщиков, поиск спонсоров, выбор музыкального сопровождения.
13. Старт проекта. Создание проектной команды, планирование мероприятия.
14. Руководство сотрудниками, работа в команде, мотивация, коммуникация. Техники принятия решений.
15. Информационное обеспечение.
16. Основы организации системы безопасности при проведении массовых мероприятий.
17. Реклама и PR при проведении event-мероприятия
18. Работа со спонсорами и партнерами. при проведении event-мероприятия
19. Режиссура в event-индустрии.
20. Отчетность. Контроль времени и сроков.
21. Разработать сценарий мероприятия на выбор.

Критерии выполнения контрольного испытания и условия проставления зачёта: для категории «знать» (бинарный критерий):

Ниже базового - 0 балл.

Базовый уровень - 2 балла.

Критерии оценки и ее значение для категории «уметь» (бинарный критерий):

Отсутствие умения - 0 балл.

Наличие умения - 2 балла.

Критерии итоговой оценки за зачет:

«зачтено» - при сумме баллов 4 или 6;

«не зачтено» - при сумме баллов 0 или 2.

Число заданий для дополнительного итогового контрольного испытания - 16.

Число вопросов - 3 (2 вопроса для категории «знать» и 1 вопрос для категории «уметь»).

Продолжительность – 60 минут.

4. При промежуточной аттестации без выполнения дополнительного итогового контрольного испытания студенту в обязательном порядке описываются критерии проставления зачёта:

«зачтено» - выставляется обучающемуся при условии выполнения им всех контрольных мероприятий: посещение лекций в объеме не менее 80% контактной работы, выполнения и защиты трех практических работ.

9.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме курсового проекта или курсовой работы

Учебным планом курсовая работа или курсовой проект по дисциплине не предусмотрены.

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.

Студенты перед началом изучения дисциплины должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценки, которые должны быть опубликованы и размещены на сайте вуза или кафедры.

Рекомендуется обеспечить студентов, изучающих дисциплину, электронными изданиями или доступом к ним, учебно-методическим комплексом по дисциплине, включая методические указания к выполнению практических работ, а также всех видов самостоятельной работы.

11. Внесение изменений и дополнений в рабочую программу дисциплины

Кафедра ежегодно обновляет содержание рабочих программ дисциплин, которые оформляются протоколами заседаний дисциплин, форма которых утверждена Положением о рабочих программах дисциплин, соответствующих ФГОС ВО.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный технический университет»**

Направление подготовки бакалавров – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
Направленность (профиль) – Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере.

Кафедра: «Медиатехнологий и связи с общественностью»

Дисциплина «Event-менеджмент»

Семестр 8

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИТОГОВОГО КОНТРОЛЬНОГО
ИСПЫТАНИЯ № 1**

1. Вопрос для проверки уровня показателя «знать» – или 0, или 2 балла:
Понятие «event-менеджмент». Основное содержание и концепция.

2. Вопрос для проверки уровня показателя «знать» – или 0, или 2 балла:
Отчетность. Контроль времени и сроков.

3. Задание для проверки уровня показателя «уметь» – или 0, или 2 балла:
Разработать сценарий мероприятия на выбор.

Критерии итоговой оценки за зачет:

«зачтено» - при сумме баллов 4 или 6;

«не зачтено» - при сумме баллов 0 или 2.

Составитель: к.ф.н., доцент кафедры МСО _____ Л.В. Удалова

Заведующий кафедрой МСО _____ А.А. Тягунов

«_____» _____ 20__ г.