

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и
туризма
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.02 Анализ рынка ивент-индустрии
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль):	Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Деревянко К. И.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

формирование способности разрабатывать и реализовывать ивент-проекты; организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж, разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения на рынке.

Задачи дисциплины:

- изучить основы проектной деятельности, принципов, этапов организации и вывода ивент-проектов на рынок;
- изучить основные методы проектного планирования;
- изучить законодательство Российской Федерации, корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере ивент-индустрии;

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-5 Способен организовывать совместную работу с партнерами ивент-мероприятия всех уровней, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми организациями	ПК-5.1 Знает о развитии отраслевых рынков, связанных с тематикой организуемого ивент-мероприятия; технологии эффективной работы со спонсорами; возможности участия представителей органов государственного управления различного уровня в подготовке и проведении ивент-мероприятий; особенности работы с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров; возможности формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров ивент-мероприятия; особенности управления проектами ивент-мероприятий.	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»
	ПК-5.2 Умеет выявлять интересы различных групп потенциальных партнеров и спонсоров; формировать индивидуальные предложения для различных групп потенциальных партнеров и спонсоров в рамках организуемого ивент-мероприятия; управлять ресурсами проекта ивент-мероприятия.	
	ПК-5.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: осуществлять постановку задач перед участниками команды проекта ивент-мероприятия по выполнению соглашений с партнерами и спонсорами; проводить переговоры с потенциальными спонсорами ивент-мероприятия; заключать соглашения о сотрудничестве в сфере продвижения ивент-мероприятия и привлечения ее участников с ключевыми партнерами: национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями; контролировать соблюдение согласованных условий сотрудничества со спонсорами в ходе подготовки и проведения ивент-мероприятия.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5.1. Знает о развитии отраслевых рынков, связанных с тематикой организуемого ивент-мероприятия; технологии эффективной работы со спонсорами; возможности участия представителей органов государственного управления различного уровня в подготовке и проведении ивент-мероприятий; особенности работы с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров; возможности формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров ивент-мероприятия; особенности управления проектами ивент-мероприятий.	Студент знает основы бюджетирования, технологий ивент-индустрии, основные принципы организации кампании в ивент-индустрии по выводу проекта на рынок
ПК-5.2. Умеет выявлять интересы различных групп потенциальных партнеров и спонсоров; формировать индивидуальные предложения для различных групп потенциальных партнеров и спонсоров в рамках организуемого ивент-мероприятия; управлять ресурсами проекта ивент-мероприятия.	Студент умеет проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании с помощью технологий событийной коммуникации, продвигать товары (услуги) организации на рынок с помощью технологий ивент-индустрии, разрабатывать план мероприятий по реализации ивент-проекта, разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных ивент-программ
ПК-5.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: осуществлять постановку задач перед участниками команды проекта ивент-мероприятия по выполнению соглашений с партнерами и спонсорами; проводить переговоры с потенциальными спонсорами ивент-мероприятия; заключать соглашения о сотрудничестве в сфере продвижения ивент-мероприятия и привлечения ее участников с ключевыми партнерами: национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями; контролировать соблюдение согласованных условий сотрудничества со спонсорами в ходе подготовки и проведения ивент-мероприятия.	Студент владеет навыками разработки и проведения коммуникационных ивент-программ в организации, разработки плана мероприятий по продвижению, организации представления продвигаемой продукции на публичных мероприятиях

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-5.1	ПК-5.2	ПК-5.3
1	Понятие рынка ивент-индустрии.	ПК-5	Тестирование №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
2	Ивент-планирование и проектная группа.	ПК-5	Тестирование №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
3	Бюджетирование и работа ивентменеджеров.	ПК-5	Тестирование №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-5.1	ПК-5.2	ПК-5.3
4	Фандрайзинг в ивент-менеджменте. Технологии налаживания связей с государственными структурами. Типы партнеров и их функции.	ПК-5	Тестирование №2 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа	
<p>Тема 1: Понятие рынка ивент-индустрии. Ключевые понятия ивент-индустрии. Требования, предъявляемые к специальным мероприятиям. Основные составляющие рынка ивент-индустрии.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Специфика рынка ивент-индустрии в современной России. Возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах и регионах. Интернационализация и глобализация сферы ивент-индустрии. Влияние экономических кризисов на развитие рынка услуг в сфере организации ивент-мероприятий.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	
<p>Тема 2: Ивент-планирование и проектная группа. Жизненный цикл ивент-проекта, этапы подготовки и реализации. Принципы разработки ивент-мероприятий: эксклюзивность, инновационность, интерактивность, оригинальность, длительная эффективность методов PR на рынке, взаимовыгодная деятельность всех объектов ивент-менеджмента, многообразие вариантов технологии и др. Оценка временных и человеческих ресурсов</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Основной состав проектной группы. Работа с фрилансерами и волонтерами. Рабочая группа на ивент-мероприятии. Зоны ответственности. Эффективное управление проектной группой. Целевая аудитория ивент-мероприятий. Этапы взаимодействия с поставщиками</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	
<p>Тема 3: Бюджетирование и работа ивентменеджеров. Специфика и риски ивент-менеджмента. Основы безопасности при проведении ивент-мероприятия. Законодательная база и нормативы. Эффективное взаимодействие с подрядчиками. Финансово-юридические вопросы, тендеры.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Рынок подрядчиков региона в сфере ивентиндустрии. Составление сметы. Оформление места проведения ивент-мероприятия. Определение рентабельности и факторов, на нее влияющих. Виды договоров при проведении мероприятий (трудовой договор, о возмездном предоставлении)</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	
<p>Тема 4: Фандрайзинг в ивент-менеджменте. Технологии налаживания связей с государственными структурами. Типы партнеров и их функции. Формы привлечения финансовых средств для проведения ивентов: спонсорство, меценатство, благотворительность, латентная поддержка, полное инвестирование, частичное инвестирование. Объекты фандрайзинга: частные лица, группа частных лиц, коммерческие организации, фонды, правительственные организации.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Технологии налаживания связей с государственными структурами при помощи ивент-менеджмента: официальные обращения; совместное инвестирование проектов. Защита перед клиентом. Типология партнеров, какие задачи для мероприятия они могут выполнять, и какие задачи с помощью них может решить организатор.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> <p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>	

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Аудиторные занятия (АЗ):	54	54
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	57	57

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.02 Анализ рынка ивент-индустрии

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	57	57
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	60	60
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Понятие рынка ивент-индустрии.	5	4	8	0	12	8	
2	Ивент-планирование и проектная группа.	5	4	8	0	14	8	
3	Бюджетирование и работа ивентменеджеров.	5	4	10	0	14	10	
4	Фандрайзинг в ивент-менеджменте. Технологии налаживания связей с государственными структурами. Типы партнеров и их функции.	5	6	10	0	17	10	
Итого:			18	36	0	57	36	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6
Аудиторные занятия (АЗ):	10	10
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	119	119
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	119	119
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	16	16
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Понятие рынка ивент-индустрии.	6	2	0	0	28	8	
2	Ивент-планирование и проектная группа.	6	0	2	0	28	8	
3	Бюджетирование и работа ивентменеджеров.	6	2	2	0	28	10	
4	Фандрайзинг в ивент-менеджменте. Технологии налаживания связей с государственными структурами. Типы партнеров и их функции.	6	0	2	0	35	10	
Итого:			4	6	0	119	36	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.02 Анализ рынка ивент-индустрии

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	69	69
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	69	69
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	39	39
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Понятие рынка ивент-индустрии.	6	4	4	0	10	8
2	Ивент-планирование и проектная группа.	6	4	4	0	10	8
3	Бюджетирование и работа ивентменеджеров.	6	4	4	0	20	10
4	Фандрайзинг в ивент-менеджменте. Технологии налаживания связей с государственными структурами. Типы партнеров и их функции.	6	6	6	0	29	10
Итого:			18	18	0	69	36

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

2. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ. Учебное пособие для вузов / Каменева С. Е. - Национальный исследовательский Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского (г. Саратов), 2023 г. - 76 с. - ISBN 978-5-534-15300-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-kommercheskoy-deyatelnosti-v-sfere-uslug-520455>

2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 570 с. - ISBN 978-5-9916-3225-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-teoriya-i-praktika-488325>

3. ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 474 с. - ISBN 978-5-534-13282-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/innovacionnyy-marketing-510978>

Дополнительная литература:

1. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебное пособие для вузов / Карпова С. В., Мхитарян С. В., Русин В. Н. ; Под общ. ред. Карповой С. В. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва); Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-05522-1 – Режим доступа:

<https://urait.ru/book/marketingovyy-analiz-teoriya-i-praktika-514743>

2. **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / С. Г. Божук. - Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 304 с. - ISBN 978-5-534-08764-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-510093>

3. **ЭКОНОМИКА ПЛАТНЫХ УСЛУГ** 4-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Восколович Н. А. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2023 г. - 441 с. - ISBN 978-5-534-14124-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-platnyh-uslug-513521>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arh.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. [HR-tv.ru](https://thehrd.ru/) [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный

9. Развитие бизнеса.РУ [Электронный ресурс] : Информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.devbusiness.ru>. - Текст: электронный

10. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

11. [AdIndex.ru](https://adindex.ru): реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

12. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://institutiones.com>. - Текст: электронный

13. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст:

электронный

15. Executive.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.executive.ru>. - Текст: электронный

16. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

3. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Тестирование №1

1. Ивент-мероприятие, имеющее довольно жесткий, стандартизированный формат и практическую направленность, – это ...

1. конференция
2. выставка
3. семинар
4. презентация

2. Определенная группа людей, состоящая из потенциальных потребителей товара (покупателей и клиентов), к которым обращено рекламное сообщение на рынке ивент-индустрии – это ...

1. фокус группа
2. целевая аудитория
3. экспертная группа
4. рекламная аудитория

3. Званый обед или торжественный ужин, устраиваемый в честь определенного лица или события, – ...

1. банкет
2. конгресс
3. фуршет
4. презентация

4. Метод исследования материалов, опубликованных в СМИ, применяемый для оценки качественного и количественного присутствия компании (персоны, бренда, идеи) на рынке – это ...

1. контент-анализ
2. нейминг
3. промоушн

4. мониторинг

5. СМИ

5. Коэффициент сменяемости представляет собой частное от деления общей численности посетителей ивент-мероприятия ... посещаемость

1. пиковую

2. минимальную

3. среднюю

4. ожидаемую

6. ... можно считать «вечным нюс-мейкером»

1. Президента

2. Журналиста

3. Пьяницу

7. Если планируется ужин с шоу-программой и танцами, количество гостей – 100 человек, то оптимальная площадь помещения для проведения этого мероприятия – ...

1. 520–560 м²

2. 120–160 м²

3. 260–300 м²

4. 90–100 м²

8. Популярным и выгодным способом финансирования ивент-мероприятия является ...

1. выпуск ценных бумаг

2. получение кредита

3. привлечение спонсоров

4. работа в кредит

9. Устойчивый ложный образ субъекта, сформировавшийся в условиях преднамеренных или произвольных дефицита или (и) противоречивости у общественности информации о субъекте, – это ...

1. легенда

2. имидж

3. миф

4. паблисити

10. Ивент-мероприятие можно считать успешным в случае если ...

1. гости получили удовольствие

2. соблюден тайминг и бюджет события

3. были достигнуты цели мероприятия??

4. оно прошло без проблем и форс-мажоров

11. Массовое зрелищное музыкальное специальное ивент-мероприятие, проходящее в закрытом помещении или на открытом воздухе, – это ...

1. концерт
2. банкет
3. промо
4. фестиваль

12. Наиболее выгодным для продвижения мероприятия на рынке ивент-индустрии является присутствие на нем ...

1. директора
2. телевизионной группы
3. большого количества гостей
4. vip-гостя

13. PR – это деятельность по организации и обеспечению коммуникации субъекта с ...

1. целевой аудиторией
2. общественностью
3. государственными органами персоналом

14. Бриф – это ...

1. документ для подрядчика, содержащий задание и необходимую для производственных целей информацию
2. встречающий гостей на мероприятии-
3. часть технического обеспечения мероприятия
4. вид пресс-конференции

15. Ивент-мероприятие можно считать полностью завершенным после ...

1. освещения мероприятия в СМИ
2. приведения места проведения в порядок
3. отработки обратной связи, учета проблем и ошибок
4. ухода последнего гостя

16. Синоним понятия FAQ – ...

1. Q&A
2. PDA
3. IRM
4. CEO

17. Способ предварительного или оперативного учета гостей на открытом ивент-мероприятии в ограниченном помещении – это ...

1. подсчет
2. фотофиксирование
3. регистрация
4. приглашение

18. Основанный на подражании процесс включения аудитории в ритмический и эмоциональный контекст происходящего действия -...

1. зеркалинг
2. «заражение»
3. анимация
4. вливание

19. Первый этап подготовки любого ивент-мероприятия – это ...

1. определение выгод
2. назначение даты
3. назначение исполнителей
4. определение цели

20. Выбор партнера на конкурсной основе для решения конкретной маркетинговой задачи или оказания комплекса услуг, называется ...

1. подрядом
2. тендером
3. раутом
4. брифом
5. получение кредита
6. привлечение спонсоров
7. работа в кредит

Тестирование №2

1. Основной документ любого ивент-мероприятия – ...

1. бриф
2. договор
3. пресс-релиз
4. сценарий

2. Положительная известность субъекта среди его общественности называется ...

1. паблисити
2. имиджем
3. репутацией

3. Понятие, логически не связанное с остальными, – ...

1. пресс-ланч
2. брифинг
3. пресс-релиз
4. пресс-конференция

4. Видеотрансляция под музыку, подборка видеоряда в соответствии с музыкальным сопровождением – это ...

1. лайтчек
2. задник
3. заливка

4. виджеинг

5. Коммуникация – это ...

1. инициирование выхода материалов в СМИ работы во время организации специального мероприятия, посвященные привлечению внимания к проекту со стороны потенциальных посетителей и СМИ
2. информационное взаимодействие субъектов, характеризуемое суверенитетом участников и их ценностей, интересов, представлений об объекте взаимодействия и отношения к нему
3. содействие продаже, сбыту, проведение мероприятий, воздействующих на конечного потребителя

6. Зрелищный, эффектный объект, номер или исполнитель, привлекающий внимание людей – это ...

1. ивент
2. аттракцион
3. уникам
4. феномен

7. Деятельность, направленная на достижение определенных целей при заданных ограничениях по времени, денежным средствам (ресурсам) и качеству конечных результатов, – это ...

1. бриф
2. startup
3. промоушн
4. проект

8. Декорация с логотипом компании, расположенная на задней части сцены, на фоне которой выступают ведущие, президенты компаний, звезды, – это ...

1. баннер
2. стенд
3. инсталляция
4. задник

9. Размещение логотипов, задников, эмблем и прочих атрибутов компании нацелено более всего на аудиторию ...

1. участников
2. спонсоров
3. телевизионщиков
4. гостей

10. Специальное ивент-мероприятие, проводимое с целью распространения некоторой информации и/или демонстрации некоторых товаров или услуг, – это ...

1. семинар
2. выставка
3. фуршет

4. презентация

11. Специальное ивент-мероприятие, осуществляемое в дискуссионной форме, главной целью которого является передача информации – это ...

1. мастер-класс
2. тренинг
3. семинар
4. конгресс

12. ... – специальное мероприятие, проходящее как массовое празднество, показ достижений музыкального, театрального, эстрадного или любого другого искусства либо достижений в какой-либо другой области

1. Фестиваль
2. Инсталляция
3. Выставка

13. Образ субъекта в общественном сознании – это ...

1. миф
2. паблисити
3. имидж
4. легенда

14. Преднамеренно подготовленная ложная информационная модель субъекта, распространяемая среди общественности этого субъекта и направленная на формирование его ложного имиджа в соответствии с интересами ее создателя – это ...

1. миф
2. легенда
3. имидж
4. паблисити

15. Совокупность элементов, которые обеспечивают единство внешнего вида всех имеющих отношение к фирме объектов (логотипа, торговой марки, цветовой палитры, шрифта), – это ...

1. арт-дизайн
2. имидж
3. паблисити
4. фирменный стиль

16. Процесс популяризации бренда и закрепления его позитивного облика в сознании целевых аудиторий – ...

1. event
2. продвижение
3. маркетинг
4. реклама

17. Информация о том, что за прошедшую неделю в печатных источниках опубликовано 9

упоминаний общей площадью 0,9 п. л., на телевидении прошло 3 сюжета общей длительностью 10 минут, пресс-релиз акции размещен на 5 сайтах – это ...

1. мониторинг СМИ
2. контент-анализ
3. нейминг
4. промоушн

18. Понятие, логически не связанное с остальными, – ...

1. аромадизайн
2. затемнение
3. заливка
4. контровой свет

19. Принцип, на котором основана идея организации «Первого Всероссийского фестиваля манной каши», называется ...

1. вечный ньюсмейкер
2. кич
3. эпатаж
4. циклопирование

20. Если ресторан а размещает рекламу ресторана б в то время как ресторан б продвигает услуги ресторана а, то такой тип взаимодействия является

1. Кросс-промоуш
2. Конкурирующей рекламой
3. Локальной акцией
4. Кост-пер-ипрешн

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

Подготовиться к групповой дискуссии по вопросам:

1. Создание эффективного рекламного сообщения и определение каналов его распространения.
2. Возрастающая роль специальных мероприятий.
3. Пресс-пул организации в ходе освещения ивентов: структура, цели, процесс создания.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2

Подготовиться к групповой дискуссии по вопросам:

1. Организация мероприятий для представителей СМИ в ходе организации ивент-событий: пресс-конференция, брифинг, интервью, экскурсия, деловая беседа и др.
2. Ивент-мероприятия для СМИ: дни открытых дверей, тематические конкурсы, спортивные турниры, мастер-классы, неформальные встречи.
3. Мониторинг деятельности и взаимодействия ивент-менеджеров со СМИ.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3

Подготовиться к групповой дискуссии по вопросам:

1. Мониторинг эффективности продвижения информации в СМИ.
2. Синергетический эффект интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Пост-коммуникации в ивент-менеджменте.

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1

Задание: "Разработка креативной концепции ивент-мероприятия и вывод его на рынок"

Разбить студентов на группы по 2-3 человека. Студенты по группам готовят отчет и защищают его на практическом занятии в виде презентации, выполненной в формате Power Point.

Структура презентации

- сценарный план ивент-мероприятия
- бизнес-план ивент-мероприятия
- медиапланирование (как и по каким направлениям будет идти подготовка и распространение информации; проходить проведение предварительной аккредитации журналистов и СМИ, привлечение информационных партнеров из числа СМИ и Internet-ресурсов)

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос №1)

1. Проектный характер ивент-мероприятия.
2. Понятие проектной группы.
3. Фазы ивент-проекта.
4. Специфические особенности управления рисками при проведении ивент-мероприятий. Основные виды рисков.
5. Основные компоненты креативной концепции
6. Продвижение ивент-мероприятия. Эффект интегрированных коммуникаций на рынке ивент-индустрии. Логистика мероприятия.
7. Формы привлечения финансовых средств для проведения ивент-мероприятий.
8. Технологии налаживания связей с государственными структурами при помощи ивент-менеджмента.
9. Методы сбора и подготовки к продвижению ивент-инструментария на рынке.
10. Этапы мониторинга ивент-мероприятий.

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос №2)

1. Выбрать регион исследования
2. Проанализировать ивент-индустрию региона по таким факторам как:
 - насыщенность ивент-мероприятиями
 - наличие специфических СМИ и частота упоминаний ивент-мероприятий в неспециализированных СМИ
3. Поиск источников финансирования ивент-индустрии
4. Анализ рынка ивент-индустрии по таким факторам как:
 - взаимодействие с партнерами и PR
 - логистика и места проведения проекта