

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.18 Организация и проведение специальных мероприятий
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 практических навыков в области организации специальных мероприятий как эффективного способа продвижения торговой марки, компании.

*Задачи дисциплины:*

сформировать у студентов профессиональные знания, навыки и умения в области организации и проведения специальных мероприятий и общего понимания профессии менеджера 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-2 Способен обеспечивать проведение ивент-мероприятия в соответствии с заявленной программой и соглашениями с организаторами, партнерами, спонсорами	ПК-2.1 Знает основы организации ивент-мероприятий; основы управления проектами; тайм-менеджмент; основы управления персоналом; основы заключения договоров, контрактов. ПК-2.2 Умеет формировать детальный план проведения ивент-мероприятия и контролировать ход его выполнения; принимать решения в случае отклонений от разработанного детального плана; определять количество и квалификацию необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения ивент-мероприятия; распределять задачи для персонала и контролировать их выполнение. ПК-2.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: организовывать допуск и работу на ивент-площадке организациям, отвечающим за обустройство ивент-пространства, в соответствии с договорами и контролировать выполнение работ в соответствии с утвержденным планом ивент-мероприятия; контролировать оснащение и обеспечивать работу ивент-пространства для проведения деловых и дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденными графиками и требованиями; контролировать выполнение программы дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденным графиком; решать оперативные вопросы, возникающие в ходе проведения ивент-мероприятия.	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»
ПК-3 Способен обеспечивать соответствие мероприятия требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения	ПК-3.1 Знает нормативные правовые акты в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения применительно к организации ивент-мероприятия; требования охраны труда при работе на ивент-площадке. ПК-3.2 Умеет подготавливать информационные материалы о технических и экологических характеристиках используемого оборудования для проверки контролирующими органами; консультировать о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения при организации ивент-мероприятия, учитывать эти требования при разработке инструкций для персонала, работающего на ивент-мероприятии.	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	ПК-3.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: информировать участников ивент-мероприятия (в том числе инструктировать дополнительный персонал) о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения и контролировать соблюдение этих требований; сопровождать представителей контролирующих органов во время их визита на ивент-площадку для проверки выполнения требований нормативных правовых актов в целях своевременного предоставления необходимой информации и организации устранения выявленных нарушений.	
ПК-4 Способен управлять фазой реализации жизненного цикла проекта ивент-мероприятия	<p>ПК-4.1 Знает инструменты тайм-менеджмента; основы управления персоналом, мотивации работников, командообразования; современные подходы к управлению проектами, календарное планирование и бюджетирование проектов; особенности ивент-менеджмента на различных этапах организации ивент-мероприятия; основы управления контентом и эргономикой ивент-пространств (в том числе цифровых); современные цифровые технологии организации ивент-мероприятий.</p> <p>ПК-4.2 Умеет распределять задачи и работы в соответствии с квалификацией и индивидуальными особенностями участников команды проекта ивент-мероприятия; применять финансовые и нефинансовые инструменты мотивации для получения наилучших результатов по проекту ивент-мероприятия; ориентироваться в разнообразии инструментов и методов ивент-менеджмента для нахождения оптимальных решений в ходе реализации проекта ивент-мероприятия; адаптировать типовые подходы к организации ивент-мероприятий к особенностям конкретного мероприятия; применять современные цифровые технологии для организации деятельности в онлайн и офлайн среде.</p> <p>ПК-4.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: формировать команду проекта ивент-мероприятия и распределять задачи и работы среди специалистов-участников команды проекта ивент-мероприятия; разрабатывать и согласовывать с руководством систему мотивации для участников команды проекта ивент-мероприятия; разрабатывать бюджет и календарный план реализации проекта ивент-мероприятия и контролировать их выполнение; управлять отклонениями, возникающими в ходе выполнения плана реализации ивент-мероприятия.</p>	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2.1. Знает основы организации ивент-мероприятий; основы управления проектами; тайм-менеджмент; основы управления персоналом; основы заключения договоров, контрактов.	Студент знает методику управления проектом в творческой индустрии на всех этапах его жизненного цикла

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
ПК-2.2. Умеет формировать детальный план проведения ивент-мероприятия и контролировать ход его выполнения; принимать решения в случае отклонений от разработанного детального плана; определять количество и квалификацию необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения ивент-мероприятия; распределять задачи для персонала и контролировать их выполнение.	Студент умеет анализировать и обобщать информацию об имеющихся ресурсах и ограничениях конкретной практической деятельности, а также определять последовательность задач для достижения цели
ПК-2.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: организовывать допуск и работу на ивент-площадке организациям, отвечающим за обустройство ивент-пространства, в соответствии с договорами и контролировать выполнение работ в соответствии с утвержденным планом ивент-мероприятия; контролировать оснащение и обеспечивать работу ивент-пространства для проведения деловых и дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденными графиками и требованиями; контролировать выполнение программы дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденным графиком; решать оперативные вопросы, возникающие в ходе проведения ивент-мероприятия.	Студент владеет навыками отбора оптимальных технологий для решения задач, а также навыками работы с различными нормативными документами в области организации специальных мероприятий
ПК-3.1. Знает нормативные правовые акты в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения применительно к организации ивент-мероприятия; требования охраны труда при работе на ивент-площадке.	Студент знает методику мониторинга хода реализации проекта в ивент-индустрии, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта в соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения требований охраны труда применительно к организации специальных мероприятий
ПК-3.2. Умеет подготавливать информационные материалы о технических и экологических характеристиках используемого оборудования для проверки контролирующими органами; консультировать о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения при организации ивент-мероприятия, учитывать эти требования при разработке инструкций для персонала, работающего на ивент-мероприятии.	Студент умеет самостоятельно ориентироваться в законодательстве Российской Федерации, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем
ПК-3.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: информировать участников ивент-мероприятия (в том числе инструктировать дополнительный персонал) о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения и контролировать соблюдение этих требований; сопровождать представителей контролирующих органов во время их визита на ивент-площадку для проверки выполнения требований нормативных правовых актов в целях своевременного предоставления необходимой информации и организации устранения выявленных нарушений.	Студент владеет навыками анализа и соблюдения нормативно-правовых актов РФ, распределения заданий и побуждением других к достижению целей

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4.1. Знает инструменты тайм-менеджмента; основы управления персоналом, мотивации работников, командообразования; современные подходы к управлению проектами, календарное планирование и бюджетирование проектов; особенности ивент-менеджмента на различных этапах организации ивент-мероприятия; основы управления контентом и эргономикой ивент-пространств (в том числе цифровых); современные цифровые технологии организации ивент-мероприятий.	Студент знает основы разработки специальных мероприятий, основы документационного сопровождения деятельности, методы исследований, применяемы при планировании специальных мероприятий
ПК-4.2. Умеет распределять задачи и работы в соответствии с квалификацией и индивидуальными особенностями участников команды проекта ивент-мероприятия; применять финансовые и нефинансовые инструменты мотивации для получения наилучших результатов по проекту ивент-мероприятия; ориентироваться в разнообразии инструментов и методов ивент-менеджмента для нахождения оптимальных решений в ходе реализации проекта ивент-мероприятия; адаптировать типовые подходы к организации ивент-мероприятий к особенностям конкретного мероприятия; применять современные цифровые технологии для организации деятельности в онлайн и офлайн среде.	Студент умеет выбирать и применять инструменты и методы исследования при подготовке и реализации специальных мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью, формировать команду при разработке специальных мероприятий
ПК-4.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: формировать команду проекта ивент-мероприятия и распределять задачи и работы среди специалистов-участников команды проекта ивент-мероприятия; разрабатывать и согласовывать с руководством систему мотивации для участников команды проекта ивент-мероприятия; разрабатывать бюджет и календарный план реализации проекта ивент-мероприятия и контролировать их выполнение; управлять отклонениями, возникающими в ходе выполнения плана реализации ивент-мероприятия.	Студент владеет практическим опытом планирования, исследования и достижения результатов при реализации специальных мероприятий в сфере профессиональной деятельности

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 ПК-3.1 ПК-4.1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.2	ПК-2.3 ПК-3.3 ПК-4.3
1	Введение в дисциплину	ПК-3	Тестирование №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Событийный маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций в технологию создания и проведения специальных мероприятий	ПК-2 ПК-4	Тестирование №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Инструменты и концепция создания специального мероприятия	ПК-2 ПК-3 ПК-4	Тестирование №3 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 ПК-3.1 ПК-4.1	ПК-2.2 ПК-3.2 ПК-4.2	ПК-2.3 ПК-3.3 ПК-4.3
4	Механизмы реализации специальных событий	ПК-2 ПК-4	Тестирование №4 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа	
<p><b>Тема 1:</b> Введение в дисциплину Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия. Объект и предмет дисциплины. Понятия «специальное событие», «событийный маркетинг».</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Основания и исторические формы событийных коммуникаций. Взаимодействие событийного маркетинга и BTL-технологий.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>	
<p><b>Тема 2:</b> Событийный маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций в технологию создания и проведения специальных мероприятий Анализ концептуальных положений, определяющих практику событийного маркетинга. Событийный маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Формирование сферы бренда специального мероприятия.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Формы вовлечения целевых аудиторий в бренд-коммуникации. Согласование творческих и маркетинговых задач при организации специального события.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>	
<p><b>Тема 3:</b> Инструменты и концепция создания специального мероприятия Анализ общей стратегии и основных принципов создания специального мероприятия. Использование технологий трейд маркетинговой активности бренда, нейромаркетинга и шоу-маркетинга.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Событийный маркетинг для коммерческих организаций. Особенности и преимущества специальных событий в коммерческой сфере. Основные правила организации специальных мероприятий для коммерческих организаций.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>	
<p><b>Тема 4:</b> Механизмы реализации специальных событий Этапы создания мероприятия. Определение целей и формата мероприятия (качественные, количественные). Поиск площадки и исполнителя. Детальное планирование мероприятия, список основных документов. Формирование команды мероприятия, распределение функций.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Создание концепции мероприятия (формулирование целей, задач, проработка сценария его характеристик и элементов)</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>	
<p><b>Курсовая работа:</b> 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)	49	49
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	49	49
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	59	59
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет

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

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.18 Организация и проведение специальных мероприятий

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* 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	Введение в дисциплину	5	4	6	0	10	6
2	Событийный маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций в технологию создания и проведения специальных мероприятий	5	4	8	0	10	8
3	Инструменты и концепция создания специального мероприятия	5	4	10	0	14	10
4	Механизмы реализации специальных событий	5	6	12	0	15	12
Итого:			18	36	0	49	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):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	91	91
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	91	91
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	13	13
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Введение в дисциплину	6	2	0	0	20	6
2	Событийный маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций в технологию создания и проведения специальных мероприятий	6	0	2	0	20	8
3	Инструменты и концепция создания специального мероприятия	6	2	0	0	20	10
4	Механизмы реализации специальных событий	6	0	2	0	31	12
Итого:			4	4	0	91	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.18 Организация и проведение специальных мероприятий

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 6
Аудиторные занятия (АЗ):	18	18
Лекционные занятия (Лек)	8	8
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	10	10
Самостоятельная работа студента (СР)	86	86
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	86	86
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	22	22
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* 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	Введение в дисциплину	6	2	2	0	20	6
2	Событийный маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций в технологию создания и проведения специальных мероприятий	6	2	2	0	20	8
3	Инструменты и концепция создания специального мероприятия	6	2	2	0	20	10
4	Механизмы реализации специальных событий	6	2	4	0	26	12
Итого:			8	10	0	86	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:*

1. ВЫСТАВОЧНОЕ ДЕЛО 3-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Фомичев В. И. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 227 с. - ISBN 978-5-534-12657-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vystavochnoe-delo-515444>

2. ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Комарова Л. К. ; Отв. ред. Нехорошков В. П. - Сибирский государственный университет путей сообщения (г. Новосибирск), 2023 г. - 194 с. - ISBN 978-5-534-06841-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-513640>

3. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ПРОЕКТЫ СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ И ВСЕМИРНЫЕ ВЫСТАВКИ. Учебное пособие для вузов / Курумчина А. Э. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), 2023 г. - 119 с. - ISBN 978-5-534-10770-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociokulturnye-kommunikacii-proekty-socialnyh-transformaciy-i-vsemirnye-vystavki-517273>

*Дополнительная литература:*

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Жираткова Ж. В., Рассохина Т. В., Очилова Х. Ф. - Российская международная академия



туризма (г. Химки)., 2023 г. - 189 с. - ISBN 978-5-534-12370-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-ekskursionnoy-deyatelnosti-518582>

2. ЭКОНОМИКА КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник для вузов / Сологубова Г. С. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург)., 2023 г. - 248 с. - ISBN 978-5-534-13889-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-kongressno-vystavochnoy-deyatelnosti-519783>

3. ЭТИКА, КУЛЬТУРА И ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ. Учебное пособие для вузов / Чернышова Л. И. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)., 2023 г. - 161 с. - ISBN 978-5-534-02406-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/etika-kultura-i-etiket-delovogo-obscheniya-512058>

## **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](http://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: [arhiv.neicon.ru](http://arhiv.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. [Exposclub.ru](http://www.exposclub.ru): международный выставочный портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.exposclub.ru>. - Текст: электронный

9. ЭкстраГид.ру [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://extraguide.ru>. - Текст: электронный

10. Турбизнес [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.tourbus.ru>. - Текст: электронный

11. Управление производством [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.up-pro.ru>. - Текст: электронный

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

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

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

15. Министерство культуры Российской Федерации (Минкультуры России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://culture.gov.ru>. - Текст: электронный

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

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

18. Executive.ru: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://www.executive.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](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), 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](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://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. Дайте определение «событию» в маркетинге:

- то, что произошло - случилось
- то или иное значительное явление, факт общественной и личной жизни.
- это организованное действие или их совокупность, направленная на осуществление какой-либо цели.

2. Аббревиатура MICE означает четыре направления делового туризма:

- Meetings, Incentives, Conferences, Events
- Meeting, Intensive, Celebrate, Events

3. Словосочетание «ивент-marketing» появилось

- в 1950 годах
- в 1980 годах
- в 1990 годах

4. Брендинг специального мероприятия с точки зрения коммуникации бренда:

- вид ИМК
- комплекс мероприятий, направленных на продвижения бренда во внутренней и/или внешней маркетинговой среде
- совокупность маркетинговых технологий по созданию и управлению потребительским восприятием брендов

5. С помощью инструментов ивент- брендинга можно сформировать:

1. имидж бренда
2. лояльность к бренду
3. отношение к бренду
4. другое

6. Ивент- брендинг относится к инструментам:

1. ATL
2. BTL
3. микс ATL BTL PR
4. PR

7. К технологиям, формирующим внешний имидж организации/бренда относятся:

1. спонсорство, благотворительность, спортивные мероприятия, социально-ответственные мероприятия (митинги, парады, шествия)
2. конгрессы, конференции, выставки, форумы, пресс-туры, специальные мероприятия
3. 1 и 2

## Тестирование №2

1. Ивент- брендинг позволяет:

1. сформировать эмоциональную связь между брендом и потребителем
2. сформировать имидж бренда и лояльность потребителей
3. 1 и 2
4. другой вариант

2. Дегустация продукции относится к технологии, формирующей

1. лояльность потребителей
2. знание бренда
3. стимулирует продажи

3. Спонсорство способствует:

1. повышению осведомленности о торговой марке, фирме, позитивному отношению целевой аудитории и широких кругов общественности в бренду
2. созданию положительного, социально-ответственного имиджа
3. не оказывает влияния на бренд

4. Пролонгировать информационный эффект от специального мероприятия можно с помощью:

1. социальных сетей
2. пресс релизов
3. сарафанного радио

5. Концепция специального мероприятия это:

1. основная точка зрения на предмет;
2. руководящая идея для их систематического освещения.
3. оформление мероприятия
4. слоган мероприятия

6. Аудиторией специального мероприятия является:

1. целевая аудитория бренда
  2. потенциальные клиенты, которые пока не являются покупателями
  3. все, кто пришел на мероприятие
- 7. Напишите этапы подготовки специального мероприятия (7 пунктов):
  -

- **Тестирование №3**

- 1.Эффективность специального мероприятия оценивают по

1. KPI
2. ROI
3. количество постов в социальных сетях
4. результат мероприятия и его измерение зависит от поставленных целей

2. Отличия спонсорства, благотворительности, меценатства:

1. все три мероприятия являются коммерческими проектами и направлены на укрепление имиджа
2. все три мероприятия являются безвозмездными социальными проектами
3. спонсорство - мероприятие для продвижения бренда;
4. благотворительность и меценатство - безвозмездная поддержка.

3. Выберите ложное суждение:

1. событие может быть ориентировано как на внешнюю аудиторию (клиентов), так и на внутреннюю (сотрудников)
2. креативные технологии не адаптированы под задачи ивент- брендинга
3. на выставке не имеет смысл «продавать», имеет смысл создать как можно больше поводов для последующего взаимодействия, переговоров

4. Выберите ложное суждение

Концепция специального мероприятия должна:

1. соответствовать платформе бренда
2. усиливать эмоции и управлять переживаниями
3. должна быть креативной, и отличаться от других коммуникаций бренда

5. Напишите типы классификаций специальных мероприятий (не менее 5).

- 6. Какие современные тенденции существуют в организации специальных мероприятий.

- 7. Событие в ивент-маркетинге может быть организовано с вовлечением:

1. потенциальных клиентов
2. существующих клиентов
3. сотрудников компании
4. средств СМИ

#### Тестирование №4

1. К целям событий в event-маркетинге относятся:

1. повышение узнаваемости бренда
2. обеспечение роста продаж
3. командообразование
4. расширение базы контактов

2. Причиной снижения уровня креатива маркетинговых событий (ивентов) являются:

1. ритуальность процедур
2. бюджетные ограничения
3. отсутствие устоявшихся техник разработки креативных событий
4. политические причины

3. К базовым типам креативных идей в event-маркетинге относятся:

1. нестандартный объект в привычном пространстве
2. прямая ассоциация
3. гротеск
4. политические причины
5. бенчмаркинг

4. Выделите ложное суждение:

1. творец и креатор - понятия-синонимы, по смыслу неотделимые друг от друга
2. пределы роста выставочной индустрии практически достигнуты - уже есть конкурирующие выставочные площадки и сами выставочные мероприятия
3. методологию «6 шляп» Э.Де Боно целесообразно использовать после метода мозгового штурма, рассматривая по очереди все элементы
4. эмоциональная составляющая маркетингового не имеет принципиального значения

5. Выделите ложное суждение:

1. метод «6 шляп» Э.Де Боно позволяет генерировать новые креативные идеи маркетинговых событий
2. спонсорство и благотворительность могут иметь или не иметь событийную основу
3. хорошее маркетинговое событие выстраивается по законам драматургии
4. событие может и должно сопровождаться прямой рекламой, информацией в социальных сетях и другими инструментами продвижения

6. Метод морфологического анализа предполагает, что необходимо

1. разложить объект на компоненты
2. изменить один или несколько компонентов, из которых состоит объект
3. собрать элементы заново в единую систему
4. проанализировать ассоциации фокус-группы по отношению к обновленному объекту

7. Выделите ложное суждение:

1. событие может быть ориентировано как на внешнюю аудиторию (клиентов), так и на внутреннюю (сотрудников)
2. креативные технологии, используемые часто рекламными агентствами, не адаптированы под задачи event-маркетинга
3. на выставке не имеет смысл «продавать», имеет смысл создать как можно больше поводов для последующего взаимодействия, переговоров
4. стиль общения с клиентами и работниками

### **Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1**

Задание:

Придумайте 5 идей для презентации новой коллекции одежды марки Caterpillar (можно изменить компанию и специфику ее деятельности).

Используйте метод мозгового штурма:

- • версии не критикуются;
- • время ограничено;
- • обсуждение после мозгового штурма.

Техника проведения кейса

Студенты выбирают себе роль - профессию, квалификацию, опыт.

Преподаватель сообщает, что приветствуются все идеи, возникшие как индивидуально, так и по ассоциации при выслушивании предложений других участников, в том числе и лишь частично улучшающие чужие идеи (каждую идею рекомендуется записывать на отдельной карточке).

Категорически запрещается любая критика- это важнейшее условие мозгового штурма: сама возможность критики тормозит воображение.

Каждый по очереди зачитывает свою идею, остальные слушают и записывают на карточки новые мысли, возникшие под влиянием услышанного. Затем все карточки собираются, сортируются и анализируются, обычно другой группой экспертов. Число альтернатив можно впоследствии значительно увеличить, комбинируя сгенерированные идеи.

Совместно происходит выбор лучшей идеи

### **Задания творческого уровня №1**

Задание:

Составить ментальную карту специального мероприятия

Студенты разбиваются на группы по 4-5 человек

Группа выделяется основное понятие, от которого потом ответвляются задачи, идеи, отдельные мысли и шаги, необходимые для реализации конкретного специального мероприятия

Все более мелкие ветки необходимо разделить еще на несколько ветвей, подпунктов.

Чтобы полученные результаты не выглядели слишком умозрительными, предлагается их записать в виде кратких предложений, также рекомендуется оформлять все записи по-разному, с помощью различных цветов или форм, можно использовать картинки и иные изображения.

Побеждает группа с наиболее развернутой и оригинальной картой

### **Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1**

Задание:

Создание плана специального мероприятия (документ, который определяет цели, конкретные действия (работы или мероприятия), требования к их результатам, сроки выполнения и исполнителей этих действий)

Требования к структуре (разделам) документа:

1. Наименование
2. Цели мероприятий
3. Исполнители мероприятий
4. Плановые сроки мероприятий
5. Обоснование мероприятий
6. План-график
7. Требования к результатам
8. Отчетность и контроль
9. Приложения

План оформляется в виде документа в формате Word.

### **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

### **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет**

#### **Примерный перечень теоретических вопросов к зачету**

1. Сущность специального- мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования специальных мероприятий - служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования специального- мероприятия
4. Концепция специального мероприятия: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
5. Специальное мероприятие как проект: фазы проекта, виды деятельности в event- менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.
6. Планирование специального мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.
7. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение специального мероприятия
8. Маркетинг в ивент- менеджменте: маркетинг-микс, т.е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
9. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП
10. Работа с информацией при разработке специального мероприятия
11. Подбор персонала для специального мероприятия
12. Выбор партнеров при разработке специального мероприятия

#### **Примерный перечень практических заданий к зачету**

Разработка проекта туристской деятельности специальных видов туризма (направление исследования может быть изменено). Студентом выбирается регион и вид туризма, затем в письменной форме представляется перечень объектов, названия турпродуктов и перечень мероприятий. При выполнении задания можно обращаться к интернет-сайтам при использовании WiFi Технологии.



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

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.18 Организация и проведение специальных мероприятий

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

---

Темы проектов:

- оздоровительный туризм;
- познавательный туризм;
- приключенческий туризм;
- экологический туризм;
- событийный туризм;
- паломнический туризм;
- сельский туризм;
- речные круизы;
- образовательный туризм.

Форма контроля: проверка письменной работы.