

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)  
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению Реклама



Утверждаю  
Директор Института  
Маркарян К.В.

«24» август 2023 г.

Институт: \_\_\_\_\_ **Медиа, Рекламы и Кино** \_\_\_\_\_  
*Название института*

Кафедра: \_\_\_\_\_ **Креативных индустрий** \_\_\_\_\_  
*Название кафедры*

Автор(ы): \_\_\_\_\_ Тадевосян Н. \_\_\_\_\_  
*Ученое звание, ученая степень, Ф.И.О*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Дисциплина: **Б1.В.ДВ.03.01 Ивент менеджмент** \_\_\_\_\_  
*Код и название дисциплины согласно учебному плану*

Для магистерских программ:

Магистерская программа: \_\_\_\_\_ **42.04.01** \_\_\_\_\_  
*Код программы по ОКСО*

**Стратегические коммуникации в рекламе и PR**  
*Название магистерской программы*

Направление: \_\_\_\_\_ **Реклама и СО** \_\_\_\_\_  
*Название направления*

**Паспорт дисциплины**

Индекс дисциплины: Б1.В.ДВ.03.01

Наименование и код специальности подготовки 42.04.01 - «Реклама и СО»

Год обучения: 2

Форма обучения: очная

Семестр: 1

Общее кол-во часов на дисциплину 108

Аудиторное кол-во часов на дисциплину 18, из них практические задания – 18 часов, самостоятельная работа – 90 часа.

**1. Аннотация**

Дисциплина способствует формированию и систематизации совокупности знаний, умений и практических навыков в отрасли организации и реализации событийных проектов (ивент-менеджмент), а также развитию предпринимательских качества в сфере событийных проектов.

**Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)**

Данная дисциплина взаимосвязана со следующими дисциплинами: “Корпоративная культура”, “Имиджология”, “Корпоративный PR и персональный брендинг” и т.д.

**Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины)**

Приступая к изучению данного курса, студенты должны обладать общими знаниями по корпоративной культуре и имиджологии.

**Предварительное условие для прохождения (дисциплина(ы), изучение которых является необходимой базой для освоения данной дисциплины)**

Имиджеология, психология рекламной деятельности.

**2. Содержание**

**2.1. Цели и задачи дисциплины**

В результате освоения дисциплины студенты будут знать:

- ключевые понятия, цели и задачи ивент-менеджмента;
- правила организации и базовые схемы реализации ивент- менеджмента;
- характерные ошибки, которых следует избегать в рамках ивент-менеджмента.

Будут уметь:

- составлять и описывать модель проведения ивент-менеджмента;

- проводить аналитическую обработку разных видов информации по различным параметрам для ивент-менеджмента;
- подготавливать итоговые информационные материалы, а также осуществлять их редактирование для ивент-менеджмента.

**2.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины (какие компетенции (знания, умения и навыки) должны быть сформированы у студента ПОСЛЕ прохождения данной дисциплины)**

После прохождения данной дисциплины у студента будут сформированы следующие знания, навыки и умения:

- использовать терминологию в области ивент-менеджмента
- формулировать цель и задачи мероприятия
- формировать команду ивент-проекта и распределять обязанности внутри нее
- составлять action-план ивент-проекта
- формировать бюджет/проектно-сметную документацию проекта
- формировать программу и тайминг ивента
- применять передовые технологии в маркетинге, интертейнменте для создания качественного контента ивент-проектов
- разрабатывать сценарный план ивент-проекта
- формировать презентацию ивент-проекта

**2.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)**

**Трудоемкость дисциплины в академических часах – 108; Кредиты – 3; Форма контроля – зачет.**

**2.4. Распределение объема дисциплины по темам и видам учебной работы**

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Другие виды занятий (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6	7
Модуль 1.						
Введение						
Тема 1. Рассмотрение понятия, целей и задач			2	2		

Тема 2. Рассмотрение базовых схем ивент-менеджмента на современном этапе			2	2		
Тема 3. Рассмотрение основных моделей ивент-менеджмента			2	2		
Тема 4. Аналитическая обработка информации в рамках ивент-менеджмента			2			
Тема 5. Рассмотрение особенностей формирования команды ивент-проекта			2			
Тема 6. Структура и этапы проведения мероприятия			2			
Тема 7. Рассмотрение особенностей контента			2			
Тема 8. Сценарный план ивент-проекта			2			
Тема 9. Особенности оформления документации			2			
ИТОГО			18			

### 3. Содержание разделов и тем дисциплины

#### Тема 1. Рассмотрение понятия, целей и задач ивент-менеджмента

Анализ понятия ивент-менеджмента. Формулировка целей и задач мероприятия.

#### Тема 2. Рассмотрение базовых схем ивент-менеджмента на современном этапе

Анализ правил организации и основных направлений реализации ивент-менеджмента. Рассмотрение современных тенденции в сфере ивент-менеджмента.

#### Тема 3. Рассмотрение основных моделей ивент-менеджмента

Анализ моделей проведения ивент-менеджмента и разработка навыков по составлению модели ивент-менеджмента.

#### Тема 4. Аналитическая обработка информации в рамках ивент-менеджмента

Рассмотрение аналитической обработки различных видов информации по разным параметрам для ивент-менеджмента. Подготовка итоговых информационных материалов, а также осуществление их редактирования.

#### **Тема 5. Рассмотрение особенностей формирования команды ивент-проекта**

Анализ особенностей формирования команды ивент-проекта и распределения обязанности внутри данной группы.

#### **Тема 6. Структура и этапы проведения мероприятия**

Рассмотрение особенностей составления action-план ивент-проекта, формирование программы и тайминга ивента.

#### **Тема 7. Рассмотрение особенностей контента ивент-проектов**

Анализ применения передовых технологий в маркетинге, интертейнменте для создания качественного контента ивент-проектов.

#### **Тема 8. Сценарный план ивент-проекта**

Разработка сценарного плана ивент-проекта как фактор успеха мероприятия.

#### **Тема 9. Особенности оформления документации**

Формирование бюджет/проектно-сметной документации проекта как элемент ивент-менеджмента.

### **4. Теоретический блок**

#### **Материалы по теоретической части курса**

##### **Учебник(и)**

##### **Рекомендуемая литература:**

##### ***Основная литература***

1. Румянцев Д., Франкель Н. “Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий”, Питер, 2019.
2. Шумович А., Берлов А. “Смешивать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий”, Манн, Иванов и Фербер, 2017.
3. Razaq Raj, Paul Walter & Tahir Rashid “Events management principles and practice”, Sage, 2015

##### ***Дополнительная литература***

1. Андреева Г.М., Социальная психология: Учебник. – 2-е изд., М.: Изд-во МГУ, 1988. – 432 с.
2. Афанасьев В.Г., Человек в управлении обществом., М.: Политиздат, 1977. – 382 с.
3. Богданов Е., Зазыкин В., Психологические основы «Паблик рилейшнз» 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. - 204 с.
4. Бодалев А.А., Восприятие и понимание человека человеком М.:изд-во МГУ,1982.- 324 с.

5. Вердербер Р., Вердербер К., Психология общения. - СПб: Прайм-Еврознак, 2003. – 320 с.
6. Доскова И.С., PR теория и практика, М., 2004. – 152 с.
7. Зверинцев А.Б., Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR: 2-е изд., СПб.: СОЮЗ, 1997, - 288 с.
8. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н., Связи с общественностью: Учебное пособие для высшей школы/ Под общей ред. С.Д. Резника. – 3-е изд. – М.: Академический Проект, 2005. – 432 с.
9. Лебедев-Любимов А.Н., Психология рекламы. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 384 с.
10. Панфилова А.П. Психология общения, - М.,: Академия, 2013. – 368 с.
11. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.:2009. – 651 с.
12. John M. T. Balmer and Stephen A. Greyser “Perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing”, Taylor & Francis e-Library, 2003.

## **5. Материалы по оценке и контролю знаний**

### **5.1. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов**

1. Ключевые понятия ивент-менеджмента
2. Цели и задачи ивент-менеджмента
3. Правила организации ивент- менеджмента
4. Базовые схемы реализации ивент- менеджмента
5. Распространенные ошибки в рамках ивент-менеджмента
6. Модель проведения ивент-менеджмента
7. Аналитическая обработка информации для ивент-менеджмента
8. Информационные материалы ивент-менеджмента
9. Терминология в области ивент-менеджмента
10. Цели и задачи мероприятия
11. Action-план ивент-проекта
12. Бюджет/проектно-сметная документация проекта
13. Программа и тайминг ивента
14. Передовые технологии в маркетинге, интертейнменте в рамках ивент-проектов
15. Разработка сценарного плана ивент-проекта
16. Презентация ивент-проекта

## **6. Методический блок**

### **6.1. Методика преподавания, обоснование выбора данной методики**

Методика преподавания основана на принципе интерактивности, целью является максимальная вовлеченность студентов в учебный процесс, посредством использования ролевых игр, обсуждений кейсов и примеров. Лекции основываются на принципе поэтапности.

Данная методика предназначена для подготовки студентов к самостоятельному анализу и подкреплению знаний.

### **6.2. Методические рекомендации для студентов**

Методический материал, обеспечивает эффективную организацию самостоятельной работы студентов на основе систематизированной информации по темам семинарских занятий курса.

В процессе изучения дисциплины «Корпоративный имидж» практические занятия и активное участие в семинарах – показательные этапы оценки профессиональных знаний студента, поэтому важна роль подготовки к данным видам занятий. Качественная теоретическая база знаний студента обеспечивает формирование представлений о связях вопросов практических и семинарских занятий с другими дисциплинами специальности.