

# ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

Составлен в соответствии с  
государственными требованиями к  
минимуму содержания и уровню  
подготовки выпускников по  
направлению «Туризм» и Положением  
«Об УМКД РАУ»

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института

Арамян Ж.Б.

18 июля 2023, №2



**Институт: Экономики и Бизнеса**  
**Кафедра: Туризма и сферы услуг**

*Название кафедры*

**Автор: Данекина Екатерина Владимировна**

*Ученое звание, ученая степень, Ф.И.О*

## **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**

**Дисциплина: Событийный туризм**

*Название дисциплины согласно учебному плану*

Для бакалавриата: очной формы обучения

**Направление: 43.03.02 «Туризм»**

*Код и название направления*

**ЕРЕВАН**

### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целями освоения дисциплины являются формирование теоретических знаний и практических навыков в области организации деловых и праздничных корпоративных мероприятий в сфере туризма. Основная цель дисциплины дать студентам знания о месте и роли event-менеджмента в туризме, об основных принципах создания деловых мероприятий, иметь представление о профессии, последних технологиях, тенденциях event-менеджмента, практические навыки проектирования мероприятий, включая примеры реальных документов, необходимых для реализации проектов. Особое внимание уделено обучению в формате проектных мастерских, навыкам разработки проектов мероприятий в сфере PR, BTL, корпоративной культуры, бизнес-мероприятия, выставочного дела. Детально изучается логистика мероприятий, основы формулирования целей и задач мероприятия для его участников, планирование времени и темпа исполнения, а также планирование ресурсов и распределение работ. На каждом занятии решаются реальные case-study, а в конце обучения студенты защищают свой собственный проект по организации мероприятия в туризме. В рамках дисциплины рассматриваются правовые, финансовые, маркетинговые основы организации мероприятий в туризме, возможности применения информационных технологий в организации и продвижении деловых мероприятий.

В результате изучения этой дисциплины студенты должны получить представление о возможных сферах применения комплекса специальных знаний, полученных в ВУЗе, определить роль организации деловых мероприятий в обеспечении эффективного функционирования всех звеньев и логистика мероприятия.

Задачи дисциплины-формирование и применение теоретических знаний и практических навыков организации и управления деловых мероприятий.

Задачи:

- изучение теоретических основ организации туристской деятельности; выявление специфики организации и управления деловых мероприятий;
- рассмотрение специфики взаимоотношений с клиентами;
- изучение технологий разработки, продвижении деловых мероприятий,
- изучение особенностей логистики мероприятий;
- анализ организационных аспектов управления отдельными этапами организации и управления деловых мероприятий;
- формирование навыков оценки эффективности деловых мероприятий.
- изучение перспектив развития организации и управления деловых мероприятий в сфере туризма в РА (на примере конкретных мероприятий).

## **1. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к профессиональному циклу. Для изучения данного курса студент должен располагать знаниями менеджмента, маркетинга, психологии и планирования.

Данная дисциплина должна последовать изучению курсов, касающихся организационному поведению, разработке управленческих решений, информационным технологиям, стратегическому менеджменту и маркетингу в индустрии туризма.

Учебный курс “Ивент менеджмент” рассчитан для студентов по специальности “Туризм” и преследует цель изучения особенностей и управления деловых мероприятий и ее различных теоретических и практических аспектов. Учебный курс призван ознакомить студентов с основными направлениями организации и развития различных видов деловых мероприятий.

## **2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

### Универсальные компетенции

- способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1);
- способностью управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2);
- способностью организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3);
- способностью анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5);

### Общепрофессиональные компетенции

- способностью применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере (ОПК-1);
- способностью осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта (ОПК-4);
- способностью принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности (ОПК-5);
- владению теоритическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме (ПК-1);
- готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-3);

- способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства ( ПК-4);
- способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг ( ПК-7);
- готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов (ПК-9);
- готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий ( ПК-10);
- способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий ( ПК-11).
- способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13).

В результате изучения рассматриваемой дисциплины выпускник должен:

Знать	Основные термины и понятия, относящиеся к организации и управлению деловых мероприятий, какие существуют виды и форматы мероприятия, к определению аудитории, цели, задачи и сверхзадачи
Уметь	Разрабатывать концепции мероприятий, генерировать идеи, организовывать и планировать работу проектной группы, моделировать мероприятия, предвидеть логистику через основные проектные документы, анализировать и подбирать подрядчиков, составлять бриф, планировать проведение event-проектов, бюджетировать, проводить анализ эффективности события; - проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, технический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе план продвижения и др.). писать сценарии мероприятий, тайминг мероприятия и разрабатывать логистику реализации проекта формировать развлекательные программы мероприятия (подбор артистов, ведущих, промоутеров) создавать пост-проектную отчетность

Иметь представление	О методах оценки успешности мероприятия и функциональных особенностей каждого типа мероприятий
Уметь использовать информацию	В составлении презентаций и концепции, готовить предложения, формировать визуализации проекта (пригласительные, тизеры, баннеры, декорации, подарки)

### 3. Структура и содержание дисциплины

Изучение данного курса включает три вида занятий: лекционный цикл, практические занятия и самостоятельная работа студентов. Лекционные занятия проводятся в аудитории. Практические занятия проводятся в аудитории и на организациях индустрии событийного менеджмента. Самостоятельная работа включает в себя работу в библиотеке и медиаклассе, проведение маркетинговых и других исследований, составление проектов и программ деловых мероприятий.

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах
<b>1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>	<b>144</b>
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	<b>68</b>
1.1.1. Лекции	<b>34</b>
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	
1.1.3. Семинары	<b>34</b>
1.1.4. Лабораторные работы	
1.1.5. Другие виды (практические занятия на предприятиях туристической индустрии)	
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	<b>49</b>
1.2.1. Подготовка к экзаменам	<b>27</b>
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)	
1.2.2.1. Письменные домашние задания	
1.2.2.2. Курсовые работы	
1.2.2.3. Эссе и рефераты	
1.2.2.4. Другое (указать)	
1.3. Консультации	
1.4. Другие методы и формы занятий	
Итоговый контроль (экзамен, зачет, диф. зачет - указать)	<b>экзамен</b>

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

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. заняти я (ак. часов)	Семина ры (ак. часов)
<b>1</b>	<b>2=3+4+5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Модуль 1. Организационные аспекты ивент-менеджмента</b>	<b>10</b>	5		5
Тема 1. Введение в ивент-менеджмент	8	5		5
Тема 2. Создание концепции мероприятия	5	5		5
Тема 3. Логистика мероприятия. Составление плана работ на примерах реальных проектов	5	5		5
Тема 4. Планирование персонала	5	5		5
<b>Модуль 2. Финансовое и маркетинговое управление мероприятиями</b>	5	5		5
Тема 5. Финансовое управление мероприятиями - бюджетирование	5	1		1
Тема 6. Маркетинговые мероприятия	5	1		1
Тема 7. Особенности менеджмента выставочной деятельности	5	1		1
Тема 8. Корпоративные мероприятия на примерах реальных проектов и перспективы развития событийного туризма в РА	5	1		1
<b>ИТОГО</b>	<b>68</b>	<b>34</b>		<b>34</b>

**Содержание разделов и тем дисциплины**

**Модуль 1 Организационные аспекты ивент-**

**менеджмента ТЕМА 1. Введение**

- 1.1 Место дисциплины организации событийного туризма в системе наук, термины и понятия.
- 1.2 Теоретические основы организации деловых мероприятий
- 1.3 Цели и задачи мероприятия
- 1.4 Виды и форматы мероприятия

**ТЕМА 2. . Создание концепции мероприятия**

- 2.1 Генерирование идей, определение темы, сюжета мероприятия
- 2.2 Документирование идей
- 2.3 Работа с подрядчиками

- 2.4 Определение новости. Типы, критерии и структура новости. Структура новости.  
Этапы новостного менеджмента.

**ТЕМА 3. Логистика мероприятия. Составление плана работ на примерах реальных проектов**

- 3.1 Формулирование целей и задач мероприятия для его участников  
3.2 Время и темп исполнения  
3.3 Планирование ресурсов и распределение работ  
3.4 Планирование хода мероприятия и оперативного управления  
3.5 Помещение. Выбор места проведения мероприятия, тенты  
3.6 Примеры рассадки, заполняемость зала  
3.7 Бронирование зала для мероприятия  
3.8 Примеры составления проектных документов (check-list, монтажный лист, сценарный план, detailed plan)

**ТЕМА 4. Планирование персонала**

- 4.1 Выбор персонала  
4.2 Эффективный обмен информацией  
4.3 Организация работы, мотивирование участников  
4.4 Процедуры взаимодействия с Клиентами  
4.5 Основные риски и ошибки мероприятий  
4.6 Этика  
4.7 Программа по проведению мероприятия. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия. Планирование времени и его распределение. Расписание. Тематический и сценарный план.

**ТЕМА 5. Финансовое управление мероприятиями – бюджетирование**

- 5.1 Факторы, влияющие на бюджет  
5.2 Планирование ресурсов и распределение работ. Работа с подрядчиками и субподрядчиками.  
5.3 Доходы и расходы. Оптимизация расходов  
5.4 Примеры расчетов бюджета мероприятия  
5.5 Формирование цены услуг в области event-менеджмента  
5.6 Спонсирование мероприятия.

**ТЕМА 6. Маркетинговые мероприятия**

- 6.1 Работа с прессой, создание информационного повода, задачи пресс-мероприятий  
6.2 Форматы мероприятий для прессы, способы оформления пресс-мероприятий,

создание креативной концепции

- 6.3 Логистика (составление чек листа и план мероприятия), техническое и содержательное обеспечение пресс-мероприятия (составление монтажного листа)
- 6.4 Оценка успешности мероприятия
- 6.5 Продвижение. Способы привлечения внимания к вашему мероприятию

#### **ТЕМА 7. Особенности менеджмента выставочной деятельности**

- 7.1 Создание предложения по организации выставки
- 7.2 Концепция выставки – сюжет, идея
- 7.3 Оформление выставочного пространства, деление на зоны, работа дизайнеров и оформителей.
- 7.4 Работа персонала на выставке, распределение ролей
- 7.5 Развлекательная программа на выставочном стенде, промо-акции, привлечение внимания посетителей выставки
- 7.6 Выбор подрядчиков, место проведения
- 7.7 Бюджет

#### **ТЕМА 8. Корпоративные мероприятия на примерах реальных проектов и перспективы развития событийного туризма в РА**

8.1 Работа в группах на создание предложения по организации мероприятия по следующим пунктам:

- Концепция мероприятия (идея, легенда, сюжет)
- Оформление пространства мероприятия, деление на зоны
- Тайминг, предварительный сценарий, развлекательная программа
- Выбор подрядчиков, место проведения, бюджет

#### **4. Методический блок, материалы по оценке и контролю знаний,**

Курс обучения рассчитан на 1 семестр с 2-мя модулями. Промежуточный контроль осуществляется в письменном виде и с помощью самостоятельной работы. Итоговый контроль осуществляется в письменном виде. Для обеспечения самостоятельной работы студентов разработаны комплекты индивидуальных домашних заданий. Самостоятельная работа студентов представляет собой внеаудиторные занятия. Целью самостоятельной работы студентов является получить знания в области теории организации деловых мероприятий, а также составить представления об особенностях функционирования важнейших секторов индустрии ивент-менеджмента. Студент должен показать владение



навыками самостоятельной работы, глубину знаний по той или иной теме, умение обобщать полученные данные и делать правильные выводы. Студенты должны уметь планировать деловые мероприятия в сфере туризма.

Для текущего контроля, промежуточного и итогового контроля разработан следующий фонд оценочных средств, который пересматривается ежегодно.

Текущий контроль:

1. Опрос
3. Аналитическая работа
4. Анализы проектов делового мероприятия

Промежуточный контроль:

1. Тематика рефератов
2. Проект делового мероприятия

Перечень вопросов к модулю

Итоговый контроль:

1. Перечень вопросов к экзамену

В процессе изучения дисциплины используются такие активные методы обучения, как семинар и тематическая дискуссия, а также организация экскурсий на действующие промышленные предприятия, гостиницы и другие объекты туристической индустрии. В качестве выходного проекта 2-ого модуля предусмотрено написание реферата и эссе. Реферат начинается с выбора темы. После выбора темы студент приступает к изучению информационного материала. Весь собранный материал обобщается и анализируется.

При изучении дисциплины используются активные и интерактивные формы проведения занятий: моделирование и разбор конкретных ситуаций, просмотр и обсуждение видеоматериалов с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

## **6. Учебно-методическое обеспечение , списки рекомендуемой литературы**

### **а) Базовые учебники**

1. Кондратенко Е. А. Событийный менеджмент: учебное пособие. Барнаул, 2011. 142 с.
2. Берлов А., Шумович А. Искусство проведения мероприятий. Беседы мастеров Бу и Шу, 2016
3. Берлов А., Шумович А. Смешать, но не взбалтывать: Рецепты организации мероприятий, 2011
4. С. Лемер. "Искусство организации мероприятий"  
Хальцбаур Ульрих. "Event-менеджмент"

**б) Основная литература:**

5. Пасмуров А. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку, 2006
6. Романцев А. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации, 2013
7. Шумович А. Великолепные мероприятия. Технология и практика event management, 2008
8. Бернд Шмитт, Дэвид Роджерс, Карен Вроцос. "Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений"
9. Кули К., Макэван К. "Корпоративные мероприятия, которые стали легендой" Эл Райс, Джек Траут. "Маркетинговые войны"

**с) Дополнительная литература**

1. Анашкина Н.А. Event-marketing: коммуникативный тренд в рекламе // Омский научный вестник. 2013. № 5 (122). С. 250–253.
2. Баратынская А.В. Организация мероприятий: о чем редко пишут в книгах // Маркетинговые коммуникации. 2009. № 1 (49). С. 14–19.
3. Близняк Р.З. Принципы и методы, технологии и инструменты событийного менеджмента, применяемые в системе электоральных коммуникаций // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 5 (ч. 1). С. 26–30.
4. Васильева О.О. Событийный маркетинг в системе организации спортивных мероприятий / О.О. Васильева, И.Г. Филиппова // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. 2013. № 1. С. 32–35.
5. Давыдова Е. Event-маркетинг как средство формирования уникальной личности бренда // Маркетинговые коммуникации. 2005. № 2 (26). С. 37–40.
6. Каверина Е.А. Создание специальных событий как креативная технология продвижения вуза // Высшее образование в России. 2009. № 6. С. 110–116.
7. Кирюхина И.А. Событийный маркетинг как средство продвижения товара // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2001. № 5 (35). С. 47–51.

**Другие источники и периодические издания :**

5. Tourlib.com
6. Tourinfo.am
7. Туризм: Практика , проблемы, перспективы

**7. Экзаменационные (зачетные) вопросы:**

1. Место дисциплины организации ивент-менеджмента в системе наук

2. Понятие мероприятие и событие: сходства и отличия
3. Теоретические основы организации деловых мероприятий
4. Цели и задачи мероприятия
5. Классификация мероприятий и событий. Виды и форматы мероприятия
6. Понятия специальное событие, event-менеджмент, event, событийный менеджмент.
7. Логистика в ивент-менеджменте.
8. Генерирование идей, определение темы, сюжета мероприятия
9. Документирование идей
10. Оценка и план логистики.
11. Работа с подрядчиками
12. Определение новости. Типы, критерии и структура новости. Структура новости.
13. Этапы новостного менеджмента.
14. Формулирование целей и задач мероприятия для его участников
15. Время и темп исполнения
16. Планирование ресурсов и распределение работ
17. Планирование хода мероприятия и оперативного управления
18. Помещение. Выбор места проведения мероприятия, тенты
19. Примеры рассадки, заполняемость зала
20. Бронирование зала для мероприятия
21. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия.
22. Выбор персонала
23. Эффективный обмен информацией
24. Типовая структура оперативного штаба управления.
25. Работа с персоналом агентства.
26. Виды распределения работ (по проектам, по функциям).
27. Правила найма и управления временным персоналом.
28. Организация работы, мотивирование участников
29. Процедуры взаимодействия с Клиентами
30. Основные риски и ошибки мероприятий
31. Этика
32. Программа по проведению мероприятия.
33. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия. Планирование времени и его распределение.
34. Планирование ресурсов и распределение работ.



35. Работа с подрядчиками и субподрядчиками.
36. Факторы, влияющие на бюджет события.
37. Формирование цены на услуги событийного менеджмента.
38. Доходы и расходы. Оптимизация расходов
39. Примеры расчетов бюджета мероприятия
40. Формирование цены услуг в области event-менеджмента
41. Спонсирование мероприятия.
42. Работа с прессой, создание информационного повода, задачи пресс-мероприятий
43. Форматы мероприятий для прессы, способы оформления пресс-мероприятий, создание креативной концепции
44. Логистика (составление чек листа и план мероприятия), техническое и содержательное обеспечение пресс-мероприятия (составление монтажного листа)
45. Оценка успешности мероприятия
46. Продвижение. Способы привлечения внимания к вашему мероприятию
47. Создание предложения по организации выставки
48. Концепция выставки – сюжет, идея
49. Оформление выставочного пространства, деление на зоны, работа дизайнеров и оформителей.
50. Работа персонала на выставке, распределение ролей
51. Развлекательная программа на выставочном стенде, промо-акции, привлечение внимания посетителей выставки
52. Перспективы и тенденции развития ивент-менеджмента в РА