**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

 **«Событийный менеджмент»**

**1**. **Наименование дисциплины:**

Событийный менеджмент

**2. Аннотация к дисциплине:**

Предметом курса является формирование у студентов компетенций, необходимых для планирования и организации деловых мероприятий, способных привлечь внимание широкой общественности.

Для реализации заявленной цели предполагается решение ряда задач:

1. Знакомство с технологиями организации мероприятий

2. Овладение навыками обеспечения логистической поддержки ивент - проектов

3. Творческое применение коммуникативных навыков управления командой проекта

**3. Место дисциплины в основной образовательной программы:**

Дисциплина является обязательной и относится к вариативной элективной части (профессиональная дисциплина по выбору) основной образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

**4. Уровень высшего образования:**

Бакалавриат

**5. Год и семестр обучения:**

III курс, 5 семестр

**6. Общая трудоемкость** дисциплины составляет 2 зачетные единицы: 36 академических часов лекций, и 36 академических часов самостоятельной работы студента.

**7. Форма обучения.**

Очная.

**8. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

См. матрицу компетенций.

**9. Входные требования для освоения дисциплины:**

Для успешного освоения данного курса необходимо предварительное и параллельное освоение студентами следующих дисциплин базовой части общепрофессионального цикла: теории коммуникации, теории и практики связей с общественностью.

**10. Учебно-тематический план**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование разделов и тем** | **Всего(ак.час.)** | **Контактная работа (ак.час.)** | **Формы контроля** |
| **Лекции** | **ПЗ** |
| **1** | От организации мероприятий к производству резонансных событий | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **2** | Классификация форматов | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **3** | Сегментация ивент – отрасли и ее динамика | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **4** | Ключевые профессии в ивент-индустрии | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **5** | Жизненный цикл проекта | 2 |  | 2 | Тематический коллоквиум |
| **6** | Команда проекта | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **7** | Деловая презентация | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **8** | Содержательные аспекты мероприятия | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **9** | Технический семинар | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **10** | Специфика торговой презентации | 2 |  | 2 | Тематический коллоквиум |
| **11** | Организация конференции | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **12** | Участие в выставке | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **13** | Особенности организации выездных мероприятий | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **14** | Деловой туризм | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **15** | Проведение праздников | 2 |  | 2 | Тематический коллоквиум |
| **16** | Логистика мероприятия | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **17** | Творческие аспекты организации мероприятия | 2 |  | 2 | Текущийконтроль |
| **18** | Памятные знаки и сувениры | 2 |  | 2 | Итоговый коллоквиум |
|  | **Всего** |  **36** |  | **36** |  |

**11. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Разделы и темы** | **Самостоятельная работа (ак.ч.)** | **Виды самостоятельной работы** |
| Темы № 1- 4 | 8 | Углубленное изучение дополнительных источников по заранее избранной теме |
| Темы № 5-7 | 6 | Разработка концепции, сценария и оформление стенда фестиваля науки |
| Темы № 8-12 | 10 | Подготовка и проведения мероприятия под ключ |
| Темы №13-18 | 12 | Подотовка и проведение выездного мероприятия |
| **Итого** | **36** |  |

**12. Учебная программа**

**Тема 1. От организации мероприятий к производству резонансных событий**

Деятельная природа ивента как инструмента бизнес-коммуникаций. Публичные и закрытые мероприятия. Идея, концепция, программа, сценарий. Площадка и логистика мероприятия. Нетворкинг. Привлечение общественного внимания: фотоотчеты, инициирование публикаций.

**Тема 2. Классификация форматов**

Протокольные и официальные мероприятия. Специальные и периодические, выездные и «стационарные» мероприятия. Масштаб: массовые и эксклюзивные форматы. Деловые, обучающие, дискуссионные цели проведения мероприятий. Имиджевые (инвестиционные), «представительские», самоокупающиеся и коммерческие проекты. Массовые развлекательные мероприятия.

**Тема 3. Сегментация ивент – отрасли и ее динамика**

Компании, специализирующиеся на проведении городских мероприятий и фестивалей. Услуги по организации частных и корпоративных (праздничных) мероприятий. Организация и проведение выставок, деловых форумов и семинаров. Деловой туризм (MICE). Продюсерские центры и концертные агентства. Национальная Ассоциация Организаторов Мероприятий (НАОМ). Союз «Ивент - Лига».

**Тема 4. Ключевые профессии в ивент-индустрии**

Эккаунт – менеджмент. Разработка планов текущих и перспективных мероприятий, их программно-содержательный аспект. Организационно-финансовое взаимодействие всех технологических звеньев проекта. Логистика: задачи материально-технического обеспечения. SPEX – менеджмент: поиск партнеров и спонсоров проекта, подготовка и рассылка предложений и пакетов.Специалист по аккредитации СМИ, информационные партнеры.Комьюнити – менеджер и задачи продвижения мероприятия.

**Тема 5. Жизненный цикл проекта**

Основные фазы и их особенности. Участие в тендерах на обслуживание, презентация возможностей организации. Предварительные встречи и обсуждения: исследования проблемы, тема, формулировка ключевых тезисов. Разработка предложения: сценарий и бюджет. Чек-листинг. Текст приглашения и информационные материалы, их согласование и утверждение. Соблюдение регламента работы: тайминг мероприятия. Виды отчетности и критерии эффективности работы.

**Тема 6. Команда проекта**

Распределение обязанностей среди участников команды проекта. Календарный план. Технический сценарий мероприятия. Списки контактов. Задачи координации действий исполнителей. Типичные ошибки.

**Тема 7. Деловая презентация**

Лифт – презентация. Презентация как элемент структуры комплексных мероприятий. Открытые и закрытые форматы презентации. Подготовка презентации: соотношение вербальной и визуальной составляющих. Функции технической поддержки. Элементы театрализации.

**Тема 8. Содержательные аспекты мероприятия**

Анализ профиля, мотивации, состояния аудитории. Брендирование мероприятия, разработка его тематики и ключевых тезисов. Адженда – менеджмент. Информационный и побудительный компонент содержания. Аутлайны сессии. Подготовка спикеров. Согласования и корректировки. Роль визуализации и инфографики.

**Тема 9. Технический семинар**

Обзорные и специализированные мероприятия. Уровень подготовленности слушателей: потенциальные пользователи продуктом, административные работники, специалисты по внедрению и эксплуатации технических систем.Детали технической реализации. Обучение практике пользования продуктом.Анкета посетителя. Вручение сертификатов участника мероприятия и сувениров.

**Тема 10.Специфика торговой презентации**

Закрытый ужин, коктейль-вечеринка, прием и другие форматы. Особенности формирования списков приглашенных, подготовки и рассылки приглашений. Дресс–код. Контраст с повседневностью: задача удивить и подарить гостям ощущение праздника. Важность тематики и атмосферы мероприятия. Декорации, музыкальное, цветовое и видео-сопровождение. Элементы театрализации. Клубный стиль.

**Тема 11. Организация конференции**

Конференция, форум, конгресс, их отличительные черты и преимущества. Деловые и научные конференции. Определение источников финансирования. Партнеры, информационное спонсорство. Организационный комитет и статус мероприятия. Условия участия. Программный комитет, его функции. Расписание работы конференции: пленарное заседание, работа специализированных секций, панельные дискуссии, круглые столы: параллели и последовательности. Профессиональные конкурсы, церемонии награждения победителей.

**Тема 12. Участие в выставке**

Специализированные и массовые выставки. Конкурентная среда выставочных мероприятий. Принципы организации выставочного пространства, его зонирование. Планирование экспозиции и строительство стендов. Наполнение стендов, подготовка компетентных стендистов. Проведение деловой программы: презентации и специальные проекты в процессе работы стенда. Конференц-залы, их типы и режим. «Дни торговой марки», профессиональные конкурсы, семинары, пресс-мероприятия.

**Тема 13. Особенности организации выездных мероприятий**

Выездные мероприятия для специфических аудиторий: пресс-тур (роуд-шоу). Специальный пресс-кит и приглашение. Встреча и сопровождение журналистов по всему маршруту пресс-тура. Проведение встреч и брифингов с представителями организации. Обеспечение комфортных условий для работы. Питание, отдых, развлекательная программа. Подготовка церемоний на открытом воздухе.

**Тема 14. Деловой туризм**

Виды трансферов - групповые, индивидуальные, VIP, развлекательные.

Поощрительные туры, их задачи и целевые аудитории. Реализация деловой программы.

Бронирование билетов на культурные и спортивные мероприятия. Оздоровительные и релакс – программы.Экологический туризм.

**Тема 15. Проведение праздников**

Календарь «корпоративов»: общенациональные, фольклорные, представительские информационные поводы. Игры и состязания. Тренинги командной сплоченности. Издание приказа о проведении мероприятия, формирование рабочей группы. Вовлечение сотрудников смежных отделов. Утверждение сметы расходов. Сценарный план и экспликация площадки. Паспортизация (технологическая карта). Режиссерский и технический сценарий мероприятия. Промежуточные согласования и контроль.

**Тема 16. Логистика мероприятия**

Основные логистические аспекты организации. Тактики контроля ресурсов и хронологической увязки действий. Логистическая «матрица», ее переменные. Необходимые пункты чек-листинга: трансфер и прибытие, «атмосфера» и декор, меню и развлечения, памятные знаки и сувениры.Роль волонтерских инициатив, их влияние на расходную часть бюджета. Организация площадки и отбор поставщиков.

**Тема 17. Творческие аспекты организации мероприятия**

Использование театральных условностей: технологии создания «историй». Стилистики и тематизации: роль символичных артефактов. Сценарный план, его ключевые позиции. Литературный сценарий. Способы вовлечения аудитории. Геймификация. Уместность юмора. Шуточные анкеты и головоломки. Организация фотогалереи (выставки дружеских шаржей). Викторины, фирменные конкурсы. «Аукцион памятных дат». Процедуры «испытания деловых способностей». Шуточная «присяга на верность» компании, вручение памятных «свидетельств» участникам торжества.

**Тема 18. Памятные знаки и сувениры**

Подарки и памятные знаки как поощрительные жесты. Приветственные подарки (Welcomegifts, welcomebaskets). Памятные медальоны для спикеров (commemorativetokens). Статусные эксклюзивные подарки для особо важных партнеров и представителей бизнеса. Сувенир как часть имиджа компании.Промо-презенты для массовой раздачи на мероприятиях. Изделия с логотипом и/или названием компании-заказчика (ручки, зажигалки, ежедневники, часы, пакеты, компьютерные аксессуары)

**13. Форма промежуточной аттестации и фонд оценочных средств**

*13.1 Формы и оценка текущего контроля*

- промежуточное тестирование по отдельным проблемным «срезам» развития ивент-индустрии;

- презентация коцепции и сценария мероприятия;

- групповая работа и степень ее координации в ходе практического проведения ивентов;

Оценка текущей работы за контрольный периодпроводится натематических коллоквиумах.

*13.2 Формы и оценка самостоятельной работы*

- количество самостоятельно обнаруженных и изученных дополнительных источников по избранной отрасли и тематике мероприятия;

- степень детализации представляемых технических сценариев и другого инструментария;

- минимум три удачно проведенных практических проекта;

*13.3 Форма и оценка промежуточной аттестации*

Аттестация проводится в форме **зачета**.

**Примерный список вопросов к зачету**

1. Особенности организации мероприятий в быту и в деловой жизни
2. Деловое мероприятие как вовлекающая система деятельности
3. Мероприятие и общественно значимое событие: общее и особенное
4. Функции деловых мероприятий и событийный менеджмент
5. Каковы основные формы проведения мероприятий?
6. Рынок услуг по организации бизнес-мероприятий: основные направления
7. Непосредственные участники и возможные аудитории делового мероприятия
8. Основные профессии в области организации мероприятий
9. Информационное спонсорство: что это такое?
10. Каковы основные этапы планирования и реализации ивентов?
11. Как организовать информационное сопровождение проекта?
12. Определение и функции презентации
13. Техническая поддержка деловой презентации
14. Смысловое и визуальное содержание презентации
15. Структура и композиция презентационного выступления
16. Технический семинар: уровни сложности и специфика аудитории
17. Технический семинар как инструмент продаж
18. Правила организации и нюансы эксклюзивного мероприятия
19. Как организовать участие известных личностей в мероприятии?
20. Цели, задачи и форматы конференции
21. Типовая структура конференции
22. Пресс-конференция, ее особенности
23. Участие в отраслевых конференциях и выставках: комплексный подход
24. Организация выставочного пространства
25. Что такое деловой туризм?
26. Типы трансфера, формы его сопровождения
27. Пресс-тур и роуд-шоу
28. Календарное планирование в событийном менеджменте
29. Правила организации корпоративного праздника
30. Основные сферы логистического контроля в организации мероприятия
31. Логистическая матрица, ее основные значения
32. Бюджетирование проекта
33. Документооборот проекта
34. Технический сценарий, экспликация и технологическая карта ивента
35. Творческая часть содержания мероприятия
36. Управление командой проекта: каковы типичные ошибки?
37. Перечислите наиболее важные риски проекта
38. Особенности организации кейтеринга и развлекательной программы
39. Что такое «средний чек» в ивент менеджменте?

Обеспечение участников памятными знаками и сувенирами

14. **Ресурсное обеспечение**

 *Литература*

1. Булатова М. Н. Event-marketing-управление событиями. Бизнес и профессия. - Иркутск: Изд-во Иркут.гос. ун-та, 2009. - 195 с.

2. Гандапас Р.И. К выступлению готов! Презентационный конструктор. – М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2009. - 208 с.

3. Желязны Д. Бизнес – презентация: руководство по подготовке и проведению. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2008. – 144 с.

4. Корсакова М. Ивент-агентство «Альфа» на грани краха. Правила построения эффективной сервисной компании. – М.: Альпина Паблишерз, 2012. – 192 с.

5. Кузин С., Ильин О. Человек медийный: технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении. - М.: Альпина Паблишерз, 2011. – 258 с.

6. Назимко А. Е. Событийный маркетинг : руководство для заказчиков и исполнителей. - М.; СПб.: Вершина, 2007. - 223 с.

7. Пасмуров А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. Event-менеджмент. - СПб.: Питер, 2006. - 272 с.

8. Румянцев Д. Френкель Н. EVENT-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – Спб.: Питер, 2018. – 320 с.

9. Хальцбаур У. Event-менеджмент : профессиональная организация успешных мероприятий. - М.: Эксмо, 2007. - 384 с

10. Шведова И.А., Кузнецова Т.Е. Книга директора по маркетингу производственного предприятия.- СПб.: 2009. - 432 с.

11. Шумович А., Берлов А. Смешать, но не взбалтывать: рецепты организации мероприятий. - М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 256 с.

12. Шумович А. В. Великолепные мероприятия : Технологии и практика eventmanagement. - 3-е изд. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. - 336 с.

*Интернет-ресурсы*

Сайт Ассоциации коммуникативных агентств России <http://www.akarussia.ru>

Форум сайта «Состав. Ру» <http://www.forumsostav.ru>

COSSA - сайт о маркетинге в социальных сетях http://www.cossa.ru/

TEXTERRA – блог об интернет-маркетинге https://texterra.ru/blog/

*Материально-техническое обеспечение дисциплины*

А. Помещения: Аудитории философского факультета МГУ - учебный корпус «Шуваловский».

Б. Оборудование: Компьютерный класс с подключением Интернета; мультимедийные аудитории философского факультета МГУ.

**15.** **Язык преподавания**: русский

**16**. **Разработчик программы**: Шаронов Дмитрий Иванович, к.филос.н., доцент