

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 08.06.2022 12:45:28  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.03.02 Событийный менеджмент**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:**

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Рекламный менеджмент**

(наименование (специализация) ОП ВО)

**2022 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Событийный менеджмент» является актуализировать и/или сформировать индикаторы компетенций, позволяющие студентам сформировать представления о специфике событийной деятельности как инструмента продвижения культурных и креативных индустрий; изучить основные направления развития событийной деятельности как ключевой тенденции развития экономики культуры; получить знания и навыки применения подходов и инструментов управления событиями впечатлениями.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Событийный менеджмент» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;
		УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;
		УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
		УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Знает методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований
		ОПК-4.2. Умеет интерпретировать данные социологических\маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп и составлять прогноз спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в разных целевых аудиториях;
		ОПК-4.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		общества и интересов целевой аудитории.
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.
		ОПК-7.2. Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.
		ОПК-7.3. Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	ПКО-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.
		ПКО-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПКО-2.3. Оценивает эффективность проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Событийный менеджмент» является дисциплиной по выбору и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.ДВ.03.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Событийный менеджмент».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Событийный менеджмент» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b>
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Интегрированные бренд-коммуникации, Клиентский сервис, Имидж территорий, Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	Научно-исследовательская работа
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Интегрированные бренд-коммуникации, Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков, Создание маркетингового контента	Коммуникационный практикум (мастер-класс), Эффективность рекламных кампаний
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR, Создание маркетингового контента	Эффективность рекламных кампаний, Медиаменеджмент и медиамаркетинг
ПКО-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR, Digital-маркетинг, Интегрированные бренд-коммуникации, Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков	Эффективность рекламных кампаний

#### **4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Событийный менеджмент» составляет 3 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	34		34		
Лекции (ЛК)	17		17		
Лабораторные работы (ЛР)	-		-		
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17		
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	74		74		
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.					
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>108</b>		<b>108</b>	
	зач.ед.	<b>3</b>		<b>3</b>	

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	144	36	36	36	36	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	36	9	9	9	9	
Лабораторные работы (ЛР)	36	9	9	9	9	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	72	18	18	18	18	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	252	72	54	72	54	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	18	-	18	
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>432</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	зач.ед.	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3	4	
Контактная работа, ак.ч.	72	16	20	16	20	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	16	8	-	8	-	
Лабораторные работы (ЛР)	20	-	10	-	10	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36	8	10	8	10	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	324	92	70	92	70	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	18	-	18	
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>432</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	зач.ед.	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Планирование и организация проведения мероприятия	<p>Тема 1.1. Определение целей и задач мероприятия                      История вопроса. Классификация мероприятий. Аудитория. Цели и задачи мероприятия. Расписание. Практические рекомендации. Планирование Составление плана работ. Формулирование целей и задач мероприятия для его участников. Написание концепции мероприятия. Время и темп исполнения. Планирование ресурсов и распределение работ. Планирование хода мероприятия и оперативного управления. Предварительное инвестирование. Партнеры и подрядчики. Кто вам необходим и кто может помочь при подготовке мероприятия. Работа с подрядчиками. Спонсорство. Конкуренты</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 1.2. Планирование проведения мероприятия.                      Мозговой штурм. Документация идей. Конкурс идей. Творческое влияние извне. Последовательность этапов разработки. Выбор концепции мероприятия. Определение аудитории. Выбор лиц вашего мероприятия. Определение темы и идеи, сюжета мероприятия. Учет ожиданий. Формирование позитивных впечатлений и воспоминаний. Рекламные идеи. Мероприятия в мероприятиях. Правило пяти чувств. Зрение. Слух. Осязание. Обоняние. Вкус. Планирование времени.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 1.3. Координация и логистика мероприятия.                      Регистрация, встреча. Приветствие. Стол решения проблем. Категории участников. Работа во время мероприятия. Работа после мероприятия. Помещение Выбор места проведения мероприятия. Примеры рассадки. Заполняемость зала. Бронирование зала для мероприятия. Тенты.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 1.4. Персонал для проведения мероприятий.                      Как можно организовать вашу команду. «Кочевники» и «земледельцы». Эффективный обмен информацией. Организация работы. Иерархия и экономика. Документы. Карьера. Временный персонал. Мотивирующая речь.</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 2. Экономические основы событийного менеджмента	<p>Тема 2.1. Продвижение событий. Продвижение. Способы привлечения внимания к вашему мероприятию. Мотивирование участников. Спрос. Измерения. Фактор неопределенности и сложности прогнозов. Дизайн на службе у маркетинговых целей мероприятия. Продажи. Реклама, PR и другие инструменты продаж вашего мероприятия. Определение темы и названия мероприятия. Рекламные каналы. Целевая аудитория. Процедуры взаимодействия с Клиентами. Пути повышения популярности мероприятия. Public Relations – PR. Подготовка Исследования и другие предварительные работы. Собственные данные. Опросы, анкеты. Интервью. Фокус-группы. Экспертное мнение. Человек-«монитор». Маркетинговые исследования. Своевременность опросов. Подготовка выводов. Использование результатов анализа. Работа с прессой. Форматы мероприятий для прессы. Оценка успешности мероприятия для СМИ</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.2. Финансовое управление мероприятиями Финансовая классификация мероприятий. Постановка задачи. Факторы, влияющие на бюджет. Доходы. Расходы. Примеры расчетов. Движение денежных средств. Пути снижения расходов. Планирование динамики участников. Гибкость и устойчивость бюджета. Финансовая философия. Формирование цены услуг в области eventменеджмента. Гонорар event-агентства</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.3. Проблемы риск-менеджмента мероприятий. Основные риски. Ошибки мероприятий. Запас прочности мероприятия. Этика. Риски, связанные с подрядчиками. Борьба с кражами. Мошенники и зеваки. Страхование и юридические вопросы. Финансовые риски и способы их нейтрализации</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.4. Устойчивое развитие событий. «Зеленые» события. Опыт организации зарубежных и российских событий. Социальная организационная, финансовая устойчивость — критерии оценки.</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Мониторинг и контроль эффектов, оказываемых от проведения события на окружающую среду.	

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины*

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование



Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	компьютерами с доступом в ЭИОС.	переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>
2. Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе: учебное пособие: [16+] / И. В. Мишурова, Е. Н. Бандурина, О. В. Гудикова [и др.] ; под ред. И. В. Мишуровой ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 332 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567420>

### *Дополнительная литература:*

1. Хайретдинова О.А. Организация досуга туристов: учебное пособие / О. А. Хайретдинова; Уфимский государственный университет экономики и сервиса (УГУЭС). – Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. – 55 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445127>
2. Чернышева Т.Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие / Т. Л. Чернышева. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012. – 140 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> .
3. Черыжев М.Н. Событийный менеджмент в индустрии гостеприимства / М.Н. Черыжев // Фестиваль науки в РУДН. - М.: Изд-во РУДН, 2009. - С. 290 - 295. - ISBN 978-5-209-03703-3.

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:  
- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «Событийный менеджмент» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Заведующая кафедрой  
рекламы и бизнес-  
коммуникаций**



**Трубникова Н.В.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.