

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Ивент-менеджмент»

Дисциплина «Ивент-менеджмент» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты; организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж, в том числе продукции СМИ, разрабатывать маркетинговую стратегию и контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения, в том числе продукции СМИ. Задачи: формирование знаний: - основы проектной деятельности; принципов и этапов организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; - законодательство Российской Федерации, корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере event-менеджмента; - методов медиа-планирования; - основы бюджетирования; - маркетинговых технологий event-менеджмента; - основные принципы организации рекламной кампании в event-менеджменте; - методы оценки эффективности в сфере event-менеджмента. формирование умений: - проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании с помощью технологий событийной коммуникации; - продвигать товары (услуги) организации на рынок с помощью технологий событийной коммуникации; - разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; - разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных event-программ. формирование навыков: - разработки и проведения коммуникационных event-программ в организации; разработки плана мероприятий по продвижению, в том числе продукции СМИ; - разработки event-акций по стимулированию продаж; организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции, в том числе СМИ, включая благотворительные мероприятия; - организации представления продвигаемой продукции, в том числе СМИ, на публичных мероприятиях; - бюджетирования проектов; - разработки коммуникационного event-проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.; копирайтинга; медиа-планирования; - оценки эффективности коммуникационных продуктов (event-программ); разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции, в том числе СМИ..

Изучаемые объекты дисциплины

Событийный (event-)менеджмент Проектная деятельность.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	45	45	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	27	27	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	63	63	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				
Кейс-задача	0	0	2	0
Кейс-задача по 2 разделу				
Раздел 2.	0	0	0	0
ТЕХНОЛОГИИ ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ТЕМА 1. Понятие ивента. Индустрия развлечений, массовых и корпоративных мероприятий.	2	0	4	8
Ключевые понятия ивент-индустрии. Требования, предъявляемые к специальным мероприятиям. Основные составляющие ивент-менеджмента. Специфика проведения ивент-мероприятий в современной России. Развитие событийного менеджмента в Пермском крае. Влияние и способы использования местных историко-культурных, ландшафтно-климатических особенностей при организации мероприятий. Возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах и регионах. Интернационализация и глобализация сферы ивент-маркетинга. Влияние экономических кризисов на развитие рынка услуг в сфере организации ивент-мероприятий.				
ТЕМА 4. Фандрайзинг в ивент-менеджменте. Технологии налаживания связей с государственными структурами. Типы партнеров и их функции.	2	0	2	10
Формы привлечения финансовых средств для проведения ивентов: спонсорство, меценатство, благотворительность, латентная поддержка, полное инвестирование, частичное инвестирование. Объекты фандрайзинга: частные лица, группа частных лиц, коммерческие организации, фонды, правительственные организации. Технологии налаживания связей с государственными структурами при помощи ивент-менеджмента: официальные обращения; совместное инвестирование проектов. Защита перед клиентом. Типология партнеров, какие задачи для мероприятия они могут выполнять, и какие задачи с помощью них может решить организатор.				
ТЕМА 6. Фестивальный менеджмент.	2	0	2	8
Специфика подготовки и реализации фестивальных проектов. Источники финансирования, взаимодействие с партнерами и PR. Логистика и место проведения проекта. История и развитие фестивального движения в Пермском крае: «Белые ночи в Перми», «Камва», «Большие				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
маневры на Хохловских холмах», «День города», «Зов Пармы», «Небесная ярмарка», «59 фестивалей 59 региона», «Лыжня России», «Пермский марафон», «Дягилевский фестиваль» и др.				
ТЕМА 7. Продвижение ивент-мероприятий в СМИ.	4	0	3	6
Создание эффективного рекламного сообщения и определение каналов его распространения. Возрастающая роль специальных мероприятий. Пресс-пул организации в ходе освещения ивентов: структура, цели, процесс создания. Организация мероприятий для представителей СМИ в ходе организации ивент-событий: пресс-конференция, брифинг, интервью, экскурсия, деловая беседа и др. Ивент-мероприятия для СМИ: дни открытых дверей, тематические конкурсы, спортивные турниры, мастер-классы, неформальные встречи. Мониторинг деятельности и взаимодействия ивент-менеджеров со СМИ. Мониторинг эффективности продвижения информации в СМИ. Синергетический эффект интегрированных маркетинговых коммуникаций. Пост-коммуникации в ивент-менеджменте.				
Контрольная работа	0	0	2	2
Контрольная работа по 1 разделу				
ТЕМА 5. Разработка креативной концепции мероприятия.	2	0	4	10
Понятие «креативная деятельность» в сфере ивент-менеджмента. Предварительный этап при подготовке ивента: разработка креативной концепции (сценарного плана, бизнес-плана), медиапланирование; подготовка и распространение информации; проведение предварительной аккредитации журналистов и СМИ; оформление и техническое обеспечение мест проведения интервью; привлечение информационных партнеров из числа СМИ и Internet-ресурсов; техническое обеспечение помещений для телевизионных комментаторов, микс-зон для проведения интервью со спортсменами и тренерами, мест проведения пресс-конференций и брифингов, мест размещения телекамер; подготовка ответственных лиц для				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
дачи интервью и комментариев, для участия в брифингах и пресс-конференциях; размещение рекламы информационных партнеров; размещение имиджевых и заказных статей в печатных СМИ; размещение прямой рекламы в печатных СМИ, на телевидении и в сети Интернет.				
Тест	0	0	2	0
Тест по 3 разделу				
ТЕМА 3. Бюджетирование и работа ивент-менеджеров. Специфика и риски ивент-менеджмента. Основы безопасности при проведении мероприятия. Законодательная база и нормативы.	2	0	2	10
Эффективное взаимодействие с подрядчиками. Рынок подрядчиков Пермского края в сфере ивент-индустрии. Финансово-юридические вопросы, тендеры. Составление сметы. Оформление места проведения мероприятия. Определение рентабельности и факторов, на нее влияющих. Виды договоров при проведении мероприятий (трудовой договор, о возмездном предоставлении услуг, авторский договор, договор о поставках, арендный договор и т.д.). Угрозы и риски события. Управление рисками. Базовое законодательство, связанное с организацией мероприятий (здоровье, безопасность, лицензирование).				
Раздел 3.	0	0	0	0
ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ				
Раздел 1.	0	0	0	0
ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЙ				
ТЕМА 2. Ивент-планирование и проектная группа.	2	0	4	9
Жизненный цикл проекта, этапы подготовки и реализации. Принципы разработки ивент-мероприятий: эксклюзивность, инновационность, интерактивность, оригинальность, длительная эффективность методов PR, взаимовыгодная деятельность всех объектов ивент-менеджмента,				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
<p>многообразии вариантов технологии и др. Оценка временных и человеческих ресурсов. Проектная документация. Основной состав проектной группы. Работа с фрилансерами и волонтерами. Рабочая группа на мероприятии. Зоны ответственности. Эффективное управление проектной группой. Целевая аудитория ивент-мероприятий. Этапы взаимодействия с поставщиками (оценка потребностей и ресурсов, определение бюджета, отбор поставщиков, рассылка ценовых запросов, рассмотрение предложений, выбор поставщиков, подписание договоров, контроль за исполнением).</p>				
ИТОГО по 5-му семестру	16	0	27	63
ИТОГО по дисциплине	16	0	27	63