Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г. №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.22 «Менеджмент событий»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2017

(год набора)

Москва, 2016 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Старший преподаватель Доронина Ольга Владимировна

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.22 «Менеджмент событий» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-1	Способность применять навыки оперативного планирования и контроля в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний	ПК ОС LA- 1.2	Способность осуществлять оперативное управление и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.2	Владение технологиями формирования общественного мнения
ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.2	Способность анализировать коммуникационные аспекты работы организации, описания техник организации коммуникационных мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения

Определение целевых результатов коммуникационной стратегии; методологии и инструментов	ПК ОС LA-1.2	на уровне знаний: - основ принципов и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основ менеджмента рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основы оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью
		на уровне умений: - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; - проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований
		на уровне навыков: - управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - разработки средств продвижения рекламного продукта; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью; - навыком разработки средств продвижения рекламного продукта; навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью
Выбор методологии и инструментов; планирование работ	ПК ОС LA-12.2	на уровне знаний: - основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; - технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR
		на уровне умений: - осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; - осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PR-мероприятия
		на уровне навыков: - навыками формирования общественного мнения и производства рекламного продукта. - навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере

		социального бытия. - владение методиками мониторинга, SWOT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия
Определение порядка реализации коммуникационной стратегии; выбор методологии и инструментов	ПК ОС LA-13.2	на уровне знаний: - механизмы деятельности рекламной организации. - основные принципы работы рекламной и PR-организации
		на уровне умений: - составлять планы и графики рекламных кампаний и мероприятий, разработать техническое исполнение. - работать с рекламой, рекламными и пропагандистскими кампаниями. - проводить презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д.
		на уровне навыков: - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью. - навыками контроля за рекламной продукцией. - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ОД.22 «Менеджмент событий», 4 курс, 7 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.В.ОД.1 «Основы менеджмента», Б1.В.ОД.2 «Культура XX века», Б1.В.ОД.3 «Введение в маркетинг», Б1.В.ОД.5 «История рекламы и паблик рилейшнз», Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации», Б1.В.ОД.18 «Медиапланирование», Б1.В.ОД.19 «Интегрированные коммуникации»

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с	СР	

			преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Понятие, цели и задачи менеджмента событий	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О, Д
Тема 2	Классификация событий и их основные характеристики	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О, Д, ДЗ
Тема 3	Использование маркетинговых инструментов в менеджменте событий	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О,Д
Тема 4	Финансовое планирование и менеджмент	5/3,75			2/1,5		3/2,25	ДЗ
Тема 5	Составление и выполнение графика работ	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О, Д, ДЗ
Тема 6	Кадровое обеспечение	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О, Д, ДЗ
Тема 7	Анализ и оценка рисков	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О, Д, ДЗ
Тема 8	Правовое обеспечение событий	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О, Д
Тема 9	Стратегия анализа предстоящих событий и подготовки к ним.	6/4,5			2/1,5		4/3	О
Тема 10	Особенности проведения международных проектов.	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О
Тема 11	Мероприятие с участием официальных лиц: тонкости протокола.	6/4,5			2/1,5		4/3	Д
Тема 12	Стандартные аспекты мультимедийного обеспечения	10/7,5			4/3		6/4,5	О, Д
Тема 13	Выбор поставщиков и заключение договоров с ними.	5/3,75			2/1,5		3/2,25	О, Д, ДЗ

	Подготовка к конфликтным переговорам							
Промежуточная аттестация								Зачет
	Всего:	72/54			28/21		44/33	

Примечание:

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие, цели и задачи менеджмента событий.

Понятие и сущность «менеджмента событий». Принципы, методы и функции. Формулировка целей и задач.

Тема 2. Классификация событий и их основные характеристики.

Сегментирование event рынка. Классифицирование событий: по характеру самого события (деловое, развлекательное, тематическое), в зависимости от направления (государственное, массовое,корпоративное, частное, спонсоринг), по месту проведения (на открытых и на закрытых площадках, загородом)

Тема 3. Использование маркетинговых инструментов в менеджменте событий.

Использование инструментов и механик маркетинговых коммуникаций ATL,BTL,PR, Digital, Mobile для качественного интегрированного подхода в организации и реализации мероприятий. Рассматривание кейсов на примерах праздников городского масштаба (День города, Городской маркет Еды, Пикник «Афиша», фестиваль «Усадьба Джаз»)

Тема 4. Финансовое планирование и менеджмент.

Разработка финансового плана.Бюджетирование.Составление прогнозных финансовых документов. Расчет прибыли. Безналичные и наличные расчеты. Управление финансовыми рисками. Оптимизация бюджета.

Тема 5. Составление и выполнение графика работ.

Составление поэтапного плана выполнения объема работ, привязанного к срокам и датам. Определение состава работ. Расчет сроков выполнения всего объема работ с учетом индивидуальных особенностей сроков выполнения каждого вида работ/ этапа , с учетом необходимого количества ресурсов в необходимой последовательности. Определение реперных точек «промежуточной готовности».

Подведение финальных результатов.

Тема 6. Кадровое обеспечение.

Определение потребностей в трудовых ресурсах исходя из поставленных задач, сроков и планируемых результатов. Планирование «дополнительных» ресурсов.

Тема 7. Анализ и оценка рисков.

Основные принципы риск-менеджмента. Оценка величины возможных рисков и их допустимости при планировании и реализации мероприятий. Классификация и определение основных групп возможных рисков (материальные, трудовые, финансовые,

юридические временные, репутационные)

Тема 8. Правовое обеспечение событий.

Составление договоров и приложений с учетом особенностей планируемых мероприятий. Знакомство с юридическими документами, законодательством и правовыми актами.

Тема 9. Стратегия анализа предстоящих событий и подготовки к ним.

Разработка стратегии подготовки и проведения мероприятия, а также возможных последствий для последующих событий. Совокупность характеристик организации мероприятия, в т.ч. разработка проектной документации.

Тема 10. Особенности проведения международных проектов.

Особенности организации, ведения и контроля международных проектов. Основные характеристики организации международных проектов.

Тема 11. Мероприятие с участием официальных лиц: тонкости протокола.

Организация и проведение протокольных мероприятий. Виды мероприятий и принципы их организации. Тонкости протокола. Дресс-код мероприятий. Атрибуты сопровождения мероприятий.

Тема 12. Стандартные аспекты мультимедийного обеспечения.

Основные виды и характеристики мультимедийного обеспечения: графическое, аудио, видео, световое оборудование.

Тема 13. Выбор поставщиков и заключение договоров с ними. Подготовка к конфликтным переговорам.

Основные виды контрагентов. Типовые договоры на оказание услуг, этапы проведения различного рода документации.

Тонкости взаимодействия с подрядчиками.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.22 «Менеджмент событий» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:
опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:

1. Современные форматы событийной коммуникации и их использование предприятиями.
2. Сущность event менеджмента в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Освещение специальных мероприятий в СМИ
4. Формирование сметы, в зависимости от перечня затрат.
5. Пространственно – временное планирование и услуг с учетом важности и последовательности.
6. Анализ проведения мероприятий с необходимостью набора персонала.
7. Классификация существующих рисков в проектном управлении, методы и способы анализа ,оценки рисков.
8. Разработка стратегии подготовки и проведения мероприятия
9. Основные характеристики международных проектов, особенности проведения. Анализ Олимпиады 2014 в Сочи.
10. Ранжирование персонала по классификациям, кратие характиристики уровня компетенций.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-1	Способность применять навыки оперативного планирования и контроля в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний	ПК ОС LA- 1.2	Способность осуществлять оперативное управление и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.2	Владение технологиями формирования общественного мнения
ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.2	Способность анализировать коммуникационные аспекты работы организации, описания техник организации коммуникационных мероприятий

Этап компетенции	**Показатели оценивания**	**Критерии оценивания**
2 этап (код этапа ПК ОС LA -1.2)	Способен выявлять требования целевых групп потребителей. Владеет методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	Студент демонстрирует умения работы в рекламных и PR-службах. Применяет навыки управления рекламной и PR-деятельностью
2 этап (код этапа ПК ОС LA -12.2)	Демонстрирует понимание технологий формирования общественного мнения Способен собрать показатели общественного мнения	Использует и применяет технологии построения общественного мнения Применяет навыки опросов общественного мнения
2 этап (код этапа ПК ОС LA -13.2)	Способен понимать коммуникационную структуру организации Определять основные коммуникационные техники организации	Студент применяет навыки по организации специальных событий

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Понятие, цели и задачи менеджмента событий

2. Классификация событий и их основные характеристики
3. Использование маркетинговых инструментов в менеджменте событий
4. Финансовое планирование и менеджмент
5. Правовое обеспечение событий
6. Стратегия анализа предстоящих событий и подготовки к ним.
7. Особенности проведения международных проектов.
8. Мероприятие с участием официальных лиц: тонкости протокола.
9. Стандартные аспекты мультимедийного обеспечения
10. Выбор поставщиков и заключение договоров с ними. Подготовка к конфликтным переговорам
11. Существующие особенности национальных и религиозных протоколов.
12. Специфика организации протокольных мероприятий с участием иностранных гостей с Запада и Востока.
13. Новые технологии и приемы, используемые в мультимедийном обеспечении: графическое, аудио, видео, световое оборудование.
14. Выбор подрядчиков по соотношению цена-качество. Основные виды контрагентов.
15. Характеристики международных проектов, особенности проведения. Анализ Олимпиады 2014 в Сочи.
16. Разработка стратегии подготовки и проведения мероприятия, планирование возможных последствий для последующих событий.
17. Виды нормативных документов, относящихся к проведению массовых мероприятий
18. Виды мероприятий и принципы их организации. Тонкости протокола.
19. Совокупность характеристик организации мероприятия, в т.ч. разработка проектной документации.
20. Тонкости взаимодействия с подрядчиками.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:
«зачет» - положительный результат,
«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 1, ПК ОС LA – 12 и ПК ОС LA – 13 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса

по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС
http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Менеджмент событий» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса

	пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах. Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Найджел Дж. Холден	Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента	ЮНИТИ-ДАНА	2012	http://www.iprbookshop.ru/34472.html
Чумиков А.Н.	Медиарилейшнз	Аспект Пресс	2014	http://www.iprbookshop.ru/21062.html
Юдина А.И.	Социальный менеджмент	Кемеровский государственный институт культуры	2013	http://www.iprbookshop.ru/22095.html

Беляев Ю.М.	Инновационный менеджмент	Южный институт менеджмента	2012	http://www.iprbookshop.ru/9596.html

6.2. Дополнительная литература.

Мхитарян С.В.	Бизнес-аналитика в менеджменте	Евразийский открытый институт	2011	http://www.iprbookshop.ru/10622.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Менеджмент специальных событий в сфере культуры:Герасимов С. В., Тульчинский Г. Л, Лохина Т. Е. Учебное пособие: СПб.: Издательство «Лань». 2009. — 384 с.: ил.—(Учебники для вузов. Специальная литература)
2. Event-менеджмент. Профессиональная организация успешных мероприятий. Настольная книга специалиста Хальцбаур У., Йеттингер Э. Эксмо, 2010 г. – 384 с.
3. Великолепные мероприятия. Технология и практика event management. Шумович А.. Манн, Иванов и Фербер, 2007 г. – 320 с.
4. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы/ Марк Сондер; пер. с англ. [Д.В. Скворцова]; под общ.ред. Н. Стрижак. – Москва: Вершина, 2006 – 544 с.
5. Организация и проведение мероприятий / Гойхман О.Я./- ИНФРА-М., 2008.- 119с

6.4. Нормативные правовые документы.
Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.

1. http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event_marketing.htm Энциклопедия маркетинга
2. http://merm.ru/publications/marketing/2007/05/21/articles_67.html Событийный маркетинг
3. http://eventmarket.ru сайт, посвященный специальным мероприятиям и всем, кто посвятил себя организации событий
4. www.eventedu.ru — российский отраслевой образовательный портал в области Event индустрии.
5. http://www.event-forum.ru российский отраслевой портал индустрии праздников и специальных событий
6. http://www.all-events.ru информационный портал о бизнес-событиях России и стран СНГ
7. http://www.prazdnuem.ru информационный портал организаторов мероприятий

6.6. Иные источники.

1. Сценарий и организация корпоративных праздников/Мороз.В/2006 – 256
2. Великолепные мероприятия. Технологии и практика event-management. Шумович Александр / Манн, Иванов и Фербер/2007-336
3. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. Назимко

А.Е./ Вершина/2007-224
4. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений. Бернд Шмитт, Дэвид Роджерс, Карен Вроцос./Вильямс/2005-400
5. Искусство организации мероприятий.Стоит только начать!С.Лемер/Феникс/2006-280
6. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой.Карен Кули/Феникс/2006-256
7. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий. Шумович А., Берлов А./Альбина Паблишер/2011-256

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).