

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

**ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА
Факультет Гостиничного и ресторанного бизнеса
Кафедра Менеджмента в индустрии гостеприимства**

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры Менеджмента
в индустрии гостеприимства
Протокол от «17» мая 2017 г.
№ 9

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.3.1 СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА**

направление подготовки
38.04.02 – Менеджмент
направленность (профиль) "Управление предпринимательской деятельностью в индустрии
гостеприимства"

Квалификация
Магистр

Форма обучения
Очная

Год набора 2016

Москва, 2017 г.

Авторы–составители:

В.В. Прасов

Заведующий кафедрой
Менеджмента в индустрии гостеприимства _____

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий 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. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-12	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ДПК-12.2.1	Способность построения информационных моделей, проведения анализа полученных результатов, применения современных информационных технологий в профессиональной деятельности
ДПК-14	Способность формировать и оценивать коммерческие перспективы бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	ДПК-14.3.1	

1.2.В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.3.1 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства» у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ДПК-12.2.1 ДПК-14.3.1	<p>на уровне знаний: знать ключевые понятия, цели и задачи событийного менеджмента; теоретические и методические основы планирования и продвижения события; способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, включая международную; технологии разработки паспорта и сценария события</p> <p>на уровне умений: анализировать риски и ошибки в организации событий, проводить анализ эффективности события; проектировать событие; составлять концепцию и стратегический план мероприятия; планировать, проводить и оценивать результаты события; использовать актуальную информацию в исследуемой области из различных ресурсов; формулировать задачи с учетом динамически меняющихся социально-культурных и экономико-правовых реалий; управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием</p> <p>на уровне навыков: лидерские и управленческие навыки при работе с персоналом и волонтерами, задействованными в мероприятии; аналитические и прогностические навыки, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий; анализ мероприятия или события до и после его проведения; технические навыки использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ, необходимых для событийного менеджмента; использование в ходе проведения исследований научно-технической информации, интернет-ресурсов, баз данных, каталогов, электронных журналов и поисковых ресурсов в области событийного менеджмента, в том числе на иностранном языке</p>

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.	
		Всего	Семестр
			3
Очная форма обучения			
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		36	36
лекционного типа (Л)		8	8
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)			
практического (семинарского) типа (ПЗ)		28	28
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		72	72
Промежуточная аттестация	форма	Экзамен	Экзамен
	час.	36	36
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		144/4	144/4

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства» изучается в 3 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 4 зачетные единицы (144 часа). По дисциплине проводится промежуточная аттестация в форме экзамена.

Освоение дисциплины опирается на содержание дисциплин Б1.Б.6 «Теории и концепции современного менеджмента», Б1.Б.5 «Методы исследований в менеджменте». Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства» относится к числу дисциплин вариативной части программы и является дисциплиной по выбору обучающихся, альтернативной для изучения дисциплиной является Б1.В.ДВ.3.2 «Поведенческая экономика и нейромаркетинг».

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Введение в событийный менеджмент. Классификация событий	16			4		12	О, ДЗ
Тема 2	Принципы организации и проведения событий	20	2		6		12	О, ДЗ
Тема 3	Планирование и разработка события	20	2		6		12	О, ДЗ, Э
Тема 4	Событийный маркетинг	18	2		4		12	О, ДЗ, Э

Тема 5	Проведение события	16			4		12	О, ДЗ, Э
Тема 6	Оценка эффективности события	18	2		4		12	О, ДЗ
Промежуточная аттестация		36					36	Экзамен
Всего:		144	8		28		108	

Примечание:

** Формы текущего контроля – опрос (О), эссе (Э), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в событийный менеджмент. Классификация событий.

Подходы к определению события. Определение и изучение событий. Терминология событий. Перспективы сферы событий. Аудитория. Барьеры участия в событиях и методы их преодоления. Классификация событий. Популярные форматы событий. Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие, бизнес-события, культурные, музыкальные, спортивные, политические, государственные, личные. Локальные и массовые события.

Тема 2. Принципы организации и проведения событий.

Событие и бренд. Идея и концепция события. Сценарий. Модель «Четыре скорости удачного мероприятия: интрига, включение, эмоции, коммуникация». Тестирование форматов. Креативная и игровая составляющая событий.

Тема 3. Планирование и разработка события.

Стадии процесса планирования: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика. Основные составляющие концепции события. Программа события. Паспорт события. Исследования, генерация и тестирование идей события. Планирование и утверждение проекта события. Финансовое обоснование события. Изучение финансовой ситуации (город, регион, страна). Калькуляция, расчет бюджета мероприятия. Определение потенциальных спонсоров и инвесторов и разработка стратегии привлечения их капитала. Выбор подрядчиков и определение бюджета. Работа с агентствами и спонсорами.

Тема 4. Событийный маркетинг.

Способы продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Преимущества применения событийного маркетинга.

Тема 5. Проведение события.

Пространство мероприятия, площадка, техническая часть, декорации и оформление, производство, координация и логистика, система идентификации на мероприятиях, подарки и сувениры. Управление командой event-менеджеров. Нештатные ситуации (риск-менеджмент). Работа с документами при подготовке и реализации событий

Тема 6. Оценка эффективности события.

Анализ результатов события. Реализация целей события. Определение влияния мероприятия на экономику региона. Типы исследований по результатам проведения события. Оценка символического влияния события. Социально-экономические, политические, экономические результаты события. Составление отчета о проведенном мероприятии. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия. Зарубежные методики оценки эффективности мероприятий.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.3.1 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);
- при проведении занятий семинарского типа:
опрос, тестирование, эссе, практические задания;
- при проведении промежуточной аттестации:
ответ на вопросы билета и практическое задание.

4.1.2. Экзамен проводится в виде устного опроса.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Примерная тематика эссе

1. Российские и зарубежные исследователи событийного менеджмента.
2. Различия между мероприятием и событием.
3. Взаимосвязь событийного менеджмента и событийного маркетинга.
4. Приведите примеры российских и зарубежных профессиональных ассоциаций индустрии событий.
5. Текущие тренды в событийном менеджменте.
6. Зоны пространства мероприятия.
7. Виды организации управления мероприятием.
8. Основные элементы сценария мероприятия.
9. Особенности процесса выбора даты мероприятия.
10. Финансовое обоснование проведения событий.
11. Кейтеринговые услуги в событийном менеджменте.
12. Способы оценки эффективности событийного маркетинга.
13. Особенности работы с подрядчиками, поставщиками, агентствами.
14. Виды и характеристика выездных мероприятий.

Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типов

Наименование темы	Содержание темы
3.Планирование и разработка события	Инфраструктура организации событийного мероприятия: место проведения мероприятия, обеспечение безопасности, потребность в персонале для инфраструктуры, организация перевозки и размещения участников, посетителей мероприятия, санитарное оборудование, обеспечение водой и электроэнергией, устранение отходов, организация системы контроля на входе
4.Событийный маркетинг	Управление событийным мероприятием на примере международного туризма
5.Проведение	Организация общественного питания и логистика товаров: виды

события	кейтеринга, привлечение сторонних организаций, организация общественного питания без привлечения сторонних организаций
6. Оценка эффективности события	Метод контрольных таблиц в организации и проведении событийного мероприятия

Вопросы для самопроверки

1. Маркетинг в событийном менеджменте. Стоимость составляющих услуг программы событийного мероприятия
2. Принцип подбора персонала и партнеров. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия
3. Инфраструктура обеспечения питанием (оснащение, центральный склад, сервис)
4. Кейтеринг и формирование цен. Расчет величины залога. Использование на мероприятии наличных денег или талонов
5. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной продажи билетов. Страхование.
6. Вспомогательные средства event-менеджмента: регистратор проекта, протоколы, программное обеспечение, критерии, расчеты в таблицах, программы развития персонала, банк данных и др.
7. Логистика в событийном менеджменте
8. Расчет финансовых показателей при организации событийных мероприятий (поступления, спонсирование, продажа еды и напитков)
9. Техники менеджмента в управлении событийным мероприятием
10. Менеджмент информации в управлении событийным мероприятием
11. Разработка Event-проекта.
12. Функции Event-менеджера
13. Этапы жизненного цикла мероприятия.
14. Исследование – этап разработки концепции Event-проекта.
15. Анализ результатов реализации Event-проекта.
16. Выездные мероприятия, виды и характеристика.
17. Международные развлекательные мероприятия как основа создания и реализации событийных туров.
18. Международные спортивные мероприятия как основа организации событийного тура
19. Мультипликативный маркетинговый эффект от event-мероприятий.
20. Программа продвижения событийного мероприятия.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-12	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ДПК-12.2.1	Способность построения информационных моделей, проведения анализа полученных результатов, применения современных

ДПК-14	Способность формировать и оценивать коммерческие перспективы бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	ДПК-14.3.1	информационных технологий в профессиональной деятельности
--------	--	------------	---

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ДПК-12.2.1 ДПК-14.3.1	Планировать, проводить и оценивать результаты события; формулировать задачи с учетом динамически меняющейся окружающей среды; формулировать и анализировать проблемы, применяя изученные теории и модели; применять концепции устойчивого развития для преодоления негативных последствий от проведения массовых событий	Осуществлен поиск и актуальной информации в исследуемой области из различных ресурсов и ее использование; Разработан проект проведения событийного мероприятия, составлено финансовое обоснование и определен бюджет с участием спонсоров, разработаны маркетинговые мероприятия Проведена оценка эффективности предложенного проекта Работает с компьютерными программами и программными средствами; демонстрирует устойчивые навыки апробации проектов с учетом выбора оптимальных методик и оборудования для исследований, определения ресурсов для проведения события

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы промежуточной аттестации

1. Причины появления ивент-маркетинга (событийного маркетинга).
2. Подходы к определению сущности ивент-маркетинга и его мероприятий.
3. Взаимодействие ивент-маркетинга с другими инструментами маркетинговых коммуникаций.
4. Предпосылки использования ивент-маркетинга.
5. Понятие события в ивент-маркетинге. Характеристики события.
6. Классификация событий в ивент маркетинге.
7. Маркетинговые задачи события.
8. Особенности события при ребрендинге.
9. Применение ивент-маркетинга для управления имиджем бренда.
10. Критерии и аспекты согласования бренда и события.
11. Ивент-маркетинг как инструмент персонального бренда.
12. Специальное мероприятие в контексте политических коммуникаций.
13. Ивент-маркетинг как инструмент управления корпоративным имиджем.

14. Ивент-маркетинг для некоммерческих организаций.
15. Принцип единства и ограниченности времени и пространства.
16. Принцип аттракциона. Виды аттракционов в контексте задач ивент-маркетинга.
17. Принцип обмена. функция дарения как элемент события.
18. Принцип сакральности. Функции ритуала и особенности применения ритуальных процедур в компаниях современного типа.
19. Принцип медийности и принцип событийной субъективности.
20. Принципы художественной целостности и общего знания.
21. Принцип драматизма. Основные структурные элементы сценария мероприятия.
22. Ивент-компания как субъект маркетинга услуг. Классификация субъектов ивент-индустрии.
23. Виды услуг в ивент-индустрии. Типы событийного консалтинга.
24. Способы продвижения услуг ивент-компанией.
25. Современные тенденции на рынке ивент-услуг.
26. Критерии выбора ивент-компаний.
27. Бриф для ивент-компаний, его содержание.
28. Оценка результатов мероприятия. Постпроектные отношения заказчика и исполнителя.
29. Спонсирование мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ.
30. Определение идеи, сюжета мероприятия.
31. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия.
32. Расписание мероприятия. Тематический и сценарный план.
33. Типы, критерии и структура новости.
34. Этапы и приемы новостного менеджмента в практике организации событий.
35. Сущность кейтеринга и его разновидности.
36. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия.
37. Техническое обеспечение мероприятия и приглашение артистов.
38. Райдеры и гонорары артистов.
39. Истоки профессии ивентменеджера.
40. Основные организационные позиции в ивент-компаниях.
41. Компетенции ивент-менеджера.
42. Карьерные стратегии продвижения специалиста в сфере ивент-маркетинга.

Шкала оценивания.

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
100-81	5, «отлично»	<p>– Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p>

80-61	4, «хорошо»	<p>– Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>
60-41	3, «удовлетворительно»	<p>– Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
40-0	2, «неудовлетворительно»	<p>– Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы: 1) задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (доклад, ролевая игра)

2) задания, которые дополняют теоретические вопросы экзамена (практические задания, кейс). Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до экзамена. Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения. В случае невыполнения доклада, студенту необходимо принести письменный

текст сообщения на экзамен. В таком случае в ходе экзамена ему могут быть заданы вопросы по теме доклада. Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен) включает следующие формы контроля: 1 теоретический вопрос и 1 практическое задание. На подготовку дается 30 минут.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

Текущий контроль успеваемости проводится в письменной и устной формах.

Практические занятия дисциплины «Событийный маркетинг» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины
-
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;

- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для экзамена.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучающиеся обязаны посещать все предусмотренные учебным планом занятия и присутствовать на всех мероприятиях текущего контроля успеваемости, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура экзамена может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры экзамена. В таком случае вопросы к экзамену и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание) [Электронный ресурс] : практическое пособие / А.Н. Романцов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 88 с. — 978-5-394-01544-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5958.html>
2. Макаревич Ю.О. Event-технологии как основной инструмент позиционирования бизнеса в регионе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.О. Макаревич. — Электрон. текстовые данные. — М. : Русайнс, 2015. — 122 с. — 978-5-4365-0470-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48864.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Новиков В.С. Менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.С. Новиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Книгодел, МАТГР, 2006. — 166 с. — 5-9659-0016-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/3780.html>
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 486 с. — 978-5-394-01185-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14342.html>
3. Назимко А. Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. - М., СПб.: Вершина, 2007. - 223 с.
4. Булатова М. Н. Event-marketing-управление событиями. Бизнес и профессия / М. Н. Булатова. - Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2009. - 195 с. 2. Гойхман О.Я. Организация и проведение мероприятий / О.Я. Гойхман. - М., 2010. - 120 с
5. Романцов А. Н. EVENT-маркетинг. Сущность и особенности организации : практ. пособие / А. Н. Романцов. - М. : Дашков и К, 2009. - 116 с.
6. Симановская О. М. Event-менеджмент в свете мотивационных теорий / О. М. Симановская // Мотивация и оплата труда. - 2008. - № 4. - С. 258-263.
7. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер; пер. с англ. - М. ; СПб. : Вершина, 2006. - 543 с.
8. Хальцбаур У. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий / У. Хальцбаур [и др.]. - М.: Эксмо, 2007. - 384 с.; То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://reslib.com/book/Event_menedzhment.
9. Шагайда П. А. Международный опыт оценки эффективности событийного маркетинга / П. А. Шагайда // Экономические науки. - 2010. - № 68. - С. 249-251.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Пасмуров А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. Event-менеджмент / А. Я. Пасмуров. - СПб. : Питер, 2006. - 272 с
2. Шумович А. В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика Event management / А. В. Шумович. - 3-е изд. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. - 336 с.
3. Фестивальный менеджмент. Российский и зарубежный опыт : сб. ст. / под ред. В. Бобкова. - М.: Арт-менеджер, 2007. - 424 с.

6.4. Нормативные правовые документы

Справочные правовые системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

6.5. Интернет-ресурсы

1. aboute.net - Сайт About Event – журнал о маркетинге впечатлений кризисного времени.
2. eventros.ru/ - Национальная ассоциация организаторов мероприятий
3. www.event.ru - Веб-сайт журнала Event.ru
4. www.eventor.ru – Портал о российской event индустрии.
5. advlab.ru– Лаборатория маркетинга и PR
6. eventcatalog.ru– Профессиональный event-каталог.
7. www.jtp.ru/ – Веб-сайт журнала «Технология праздника»

6.6. Иные источники

1. [www.nlr.ru /](http://www.nlr.ru/) - Российская национальная библиотека
2. <http://нэб.рф/> - Национальная электронная библиотека
3. [www.rsl.ru /](http://www.rsl.ru/) - Российская государственная библиотека
4. www.event-forum.ru – Российский отраслевой портал работников индустрии праздников и специальных событий
5. prazdnikmedia.ru– Онлайн версия журнала «Праздник»

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным

профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»