

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

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет рыночных технологий

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры рекламы и связей
с общественностью

Протокол от «11» июня 2019 г.

№ 8

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 Ивент-менеджмент

Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
"Управление рекламным и медиабизнесом"

Квалификация
Магистр

Форма обучения
Очно-заочная

Год набора - 2019

Москва, 2019 г.

Автор–составитель:

к.э.н. О.П. Гаврилина

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью д.филол.н., проф. Евстафьев В.А.

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, 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

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Ивент-менеджмент» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-1	Способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1.2	Способность использовать интегрированные маркетинговые коммуникации для управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; способность накапливать, оценивать и обобщать международный профессиональный опыт, связанный с созданием и управлением массовых и корпоративных событий
ПК-6	Способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	ПК-6.4	Способность обобщать результаты отечественных и зарубежных исследований

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) / профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-11.005 ПС-08.018	ПК-1.2 ПК-6.4	на уровне знаний: ключевые понятия, цели и задачи событийного менеджмента, способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной; на уровне умений: дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализировать риски и ошибки в организации

		<p>событий, самостоятельно управлять процессом организации события; работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводить анализ эффективности события, проектировать событие (уметь составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.);</p> <p>на уровне навыков: аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий, аналитическими и прогностическими навыками, позволяющими определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий</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

<i>Очно-заочная форма обучения</i>		
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		30
лекционного типа (Л)		10
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		
практического (семинарского) типа (ПЗ)		20
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		42
Промежуточная аттестация	форма	экзамен
	час.	36
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Ивент-менеджмент» осваивается в 4 семестре по очно-заочной форме, общая трудоемкость – 3 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области общей теории коммуникаций, деловых коммуникаций в профессиональной сфере, а также на приобретенные ранее умения и навыки по разработке стратегии коммуникаций, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.В.07 «Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

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

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций	12	2		2		8	
2	Принципы организации и проведения событий	16	4		4		8	презентация
3	Разработка события	16	2		6		8	
4	Проведение событий	14	2		4		8	ролевая игра
5	Менеджмент событий	14			4		10	тренинг
Промежуточная аттестация		36						экзамен
Всего:		108	10		20		42	

Содержание дисциплины

№	Наименование темы	Содержание раздела
1	События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций	Постановка цели и задач события. Классификация событий. Популярные форматы событий. Аудитория. Барьеры участия в событиях (для участников) и методы их преодоления.
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.
3	Разработка события	Исследования, генерация и тестирование идей события. Планирование и утверждение проекта события. Выбор подрядчиков и определение бюджета. Программа события. Работа с агентствами

		и спонсорами.
4	Проведение событий	Пространство мероприятия, площадка, техническая часть, декорации и оформление, производство, координация и логистика, система идентификации на мероприятиях, подарки и сувениры.
5	Менеджмент событий	Управление командой ивент-менеджеров. Нештатные ситуации (риск-менеджмент). Оценка эффективности. Продвижение и продажи событий. Финансовое обоснование события. Работа с документами при подготовке и реализации событий.

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.ДВ.02.01 «Ивент-менеджмент» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:

лекция-дискуссия, проблемная лекция, вопросы-ответы и т.д.

- при проведении занятий семинарского типа:

презентация «Принципы организации и проведения событий»;

ролевая игра «Модель «Четыре скорости удачного мероприятия: интрига, включение, эмоции, коммуникация»»;

тренинг «Креативная и игровая составляющая событий»;

фрейминг. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий.

Логистика. Кейтеринг. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия. Оценка и план логистики.

- при проведении самостоятельной работы:

доклады, рефераты, эссе.

4.1.2. Экзамен проводится с использованием метода «презентация «мероприятия»».

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Примерные темы докладов, рефератов, эссе

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-компании.
27. Бриф для ивент-компании, 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.

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
ПК-1	Способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1.2	Способность использовать интегрированные маркетинговые коммуникации для управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и

			сетями; способность накапливать, оценивать и обобщать международный профессиональный опыт, связанный с созданием и управлением массовых и корпоративных событий
ПК-6	Способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	ПК-6.4	Способность обобщать результаты отечественных и зарубежных исследований

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-1.2	<p>Понимание: сущности и инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций; особенностей психологии массовых коммуникаций;</p> <p>Умение: использовать инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций для решения профессиональных задач, в том числе, при взаимодействии с группами людей;</p> <p>Анализ ключевых понятий, целей и задач событийного менеджмента, способов планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах, в том числе, международной</p>	<p>Способен сформулировать и обосновать факторы, содержание и риски управленческих действий в ходе реализации конкретного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеет базовыми приемами и навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализирует риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управляет процессом организации события; работает со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводит анализ эффективности события, проектирует событие (умеет составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.);</p>

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
		Демонстрирует аналитические и прогностические навыки, позволяющие определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий
ПК-6.4	Освоение методик принятия управленческих решений Освоение методик оценки полученных решений и интерпретации экономических последствий этих решений	Применяет методики принятия управленческих решений; Применяет методики оценки полученных решений и интерпретации экономических последствий этих решений

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

**Творческое задание для промежуточной аттестации
презентация «мероприятия»**

Разработка мероприятия. Такой способ контроля позволяет проверить не только знания магистрантов, но и способности применять их для анализа и решения конкретных проблем, связанных с событийным менеджментом. Студент формулирует тему проекта самостоятельно и согласует ее с преподавателем, предоставив краткое описание проблемы. Задание выполняется индивидуально или в группе. Студент должен разработать концепцию и программу события и презентовать мероприятие.

Для аттестации необходимо представить:

1. Презентацию мероприятия
2. Сценарий
3. Программу

Шкала оценивания

Оценка	Требования
5, «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если им продемонстрированы знания, навыки и умение: умеет дифференцировать понятия «мероприятие» и «событие», анализирует риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управляет процессом организации события; работает со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием; проводит анализ эффективности события, проектирует событие (умеет составлять концепцию мероприятия, стратегический план мероприятия, а также ряд других планов, в том числе план продвижения, план фандрайзинговой деятельности и др.); демонстрирует аналитические и прогностические навыки, позволяющие определять тренды в отечественной и мировой индустрии событий

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 результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>
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 результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
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 результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую 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

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты изучают понятийный аппарат философского знания; выполняют задания, связанные с применением философского категориального аппарата и общелогических методов научного исследования при анализе профессиональных и социально-мировоззренческих проблем; приобретают навыки публичного выступления и дискуссии.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы

Активность студента по дисциплине оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

Оценивание работы студента на семинарских занятиях осуществляется по следующим критериям:

- «Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.
- «Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.
- «Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.
- «Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на экзамене;
- учебными достижениями в семестровый период.

Критерии оценивания устного ответа

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания включают в себя:

- 1) полноту и правильность ответа;
 - 2) степень осознанности, понимания изученного;
 - 3) языковое оформление ответа.
- Оценка «отлично» ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
 - Оценка «хорошо» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
 - Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности

в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

– Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации; во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, 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

Практические занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций, с проведением контрольных мероприятий.

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.

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. Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; под ред. Т.Н. Парамоновой. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2018. — 283 с. — 978-5-394-02068-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85224.html>
2. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 127 с. — 978-5-238-01830-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>

6.2. Дополнительная 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, 2017. — 89 с. — 978-5-394-01544-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57071.html>
2. Романов А.А. Массовые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.А. Романов. — Электрон. текстовые данные. — М.: Евразийский открытый институт, 2010. — 176 с. — 978-5-374-00390-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10771.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Гойхман О.Я. Организация и проведение мероприятий / О.Я. Гойхман. - М., 2010. - 120 с.
2. Гусев Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом / Э.Б. Гусев, В.А. Прокудин, А.Г. Салащенко. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2004.

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. <http://aboute.net> - Сайт About Event – журнал о маркетинге впечатлений кризисного времени
2. <http://www.eventros.ru/> - Национальная ассоциация организаторов мероприятий
3. <http://www.eventum-premo.ru/> – Сайт event-агентства Eventum Premo
4. <http://www.event.ru/> - Веб-сайт журнала Event.ru
5. <http://www.event-forum.ru> – Российский отраслевой портал работников индустрии праздников и специальных событий
6. <http://www.eventor.ru> – Портал о российской event индустрии.
7. <http://www.advlab.ru>– Лаборатория маркетинга и PR
8. <http://eventcatalog.ru>– Профессиональный event-каталог
9. <http://www.prazdnikmedia.ru/>– Онлайн версия журнала «Праздник»
10. <http://www.jtp.ru/> – Веб-сайт журнала «Технология праздника»
11. www.eventmarket.ru – Первый портал, посвященный организации специальных мероприятий. Лауреат премии GOLD EVENT в номинации Internet-Media
12. www.showbirja.ru - Первый и единственный сетевой массив, дающий полный спектр творческих и технических составляющих шоу-индустрии, находящихся в свободном доступе на основе открытых торгов.
13. www.prazdnuem.ru - Информационно-развлекательный праздничный портал, посвящённый организации праздников и мероприятий.
14. www.eventNN.ru - Портал для заказчиков и организаторов праздников и специальных событий в Нижнем Новгороде

15. www.partyinfo.ru - Профессиональная праздничная социальная сеть
16. www.4banket.ru - Поисковая система по банкетным площадкам
17. www.bazaartistov.ru - Первая поисковая система по артистам
18. www.event-shop.ru - Интернет-магазин индустрии праздников
19. www.eventcatalog.ru - Портал и печатное издание для организаторов мероприятий
20. www.cateringconsulting.ru - Первый в России профессиональный портал кейтеринг индустрии
21. <http://www.adme.ru/>
22. <http://www.adweek.com/>
23. <http://startupafisha.ru/>
24. <http://www.unova.ru/new/event>
25. <http://www.t-minuscountdown.com/>
26. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
27. www.nns.ru / - Национальная электронная библиотека
28. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
29. www.aport.ru / - Поисковая система
30. www.rambler.ru / - Поисковая система
31. www.yandex.ru / - Поисковая система
32. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
33. www.test.specialist.ru / - Центр компьютерного обучения МГТУ им. Н. Э. Баумана
34. <http://www.consultant.ru/> - Консультант плюс
35. <http://www.garant.ru/> - Гарант

6.6. Иные источники

1. Каверина Е.А. Праздник как социальный и эстетический феномен / Е.А. Каверина // Вестник Томского государственного университета. - 2009 (июль). - № 324. - С. 110-116.
2. Каверина Е. А. Событийные коммуникации в культуре: философская пропедевтика и маркетинговая практика / Е.А. Каверина. - СПб: Изд-во РГПУ, 2011.- 87 с.
3. Каверина Е.А. Создание специальных событий как креативная технология продвижения вуза / Е.А. Каверина // Высшее образование в России. - 2009. - № 6. - С. 110-116.
4. Назимко А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. - М., СПб.: Вершина, 2007. - 223 с.
5. Пасмуров А.Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. Event-менеджмент / А.Я. Пасмуров. - СПб.: Питер, 2006. - 272 с.
6. Романцов А.Н. EVENT-маркетинг. Сущность и особенности организации: практ. пособие. - М.: Дашков и К, 2009. - 116 с.
7. Симановская О.М. Event-менеджмент в свете мотивационных теорий / О. М. Симановская // Мотивация и оплата труда. - 2008. - № 4. - С. 258-263.
8. Шумович А. Великолепные мероприятия. Технология и практика event management. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2007

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»