

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

---

**Институт общественных наук**

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой политических и  
общественных коммуникаций  
Протокол от «23» мая 2018 г.. №10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.02.03. Менеджмент событий**

*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

по направлению подготовки (специальности)

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

профиль "Диджитал реклама и связи с общественностью"

*бакалавр*

очной формы обучения

Год набора 2019

Москва, 2018г.

**Автор(ы)–составитель(и):**

Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций,  
Доронина Ольга Владимировна

Заведующий кафедрой  
политических и общественных  
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликио

## 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 Менеджмент событий обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции  | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции  |
|-----------------|---|--------------------------------|--|
| ПК -3           | Обладать навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.   | 3 этап (код этапа ПК -3.3)     | Способность принимать организационно-управленческие решения при работе с малыми коллективами, применяя методы управления малыми коллективами.. |
| ПК -12          | Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации | 3 этап (код этапа ПК -12.3)    | – Способность под контролем выполнять мониторинг, SWAT-анализ, контент-анализа, проведение и оценку PR-мероприятия                             |

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

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)                         | Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения   |
|--|--------------------------------|---|
| определение порядка реализации коммуникационной стратегии. | 3 этап (код этапа ПК - 3.3)    | на уровне знаний: - принципов и содержания системы, свойства систем, классификация систем, системный подход, принципы системного подхода, гражданская позиция, мировоззренческая позиция; понятий и проблем социального и личностного развития человека, феномена социальных групп и командной работы, принципов проведения и организации различных форм командной работы, а также знание следующих категорий и понятий: толерантность, гуманизм, дискриминация, стигматизация. |
|  |                                | использовать в своей деятельности различные формы организации командной работы; применять техники и приемы эффективного общения; объяснять феномены общения; устанавливать доверительные взаимоотношения.   |
|  |                                | на уровне навыков: - самостоятельного разрешения  |

|                     |                              |  |
|---------------------|------------------------------|--|
|                     |                              | конфликтных ситуации в группе; самостоятельной организации работы группы; организовывать эффективную работу группы; различения потенциально уязвимых по отношению к дискриминации группы, требующих проявления толерантности.  |
| планирование работ. | 3 этап (код этапа ПК - 12.3) | на уровне знаний: - основные понятия и теоретические основы рекламы и PR;<br>- технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ;<br>- типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR;  |
|                     |                              | на уровне умений: - осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества;<br>- создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR;<br>- осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PR-мероприятия;<br>-управлять общественным мнением.   |
|                     |                              | на уровне навыков: - навыками формирования общественного мнения и производства рекламного продукта.<br>- навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия.<br>- владение методиками мониторинга, SWOT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия.<br>- технологиями формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере. |

## 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 14 ак.ч./10,5 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 58 ак.ч./43,5 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ДВ.02.03. «Менеджмент событий», 4 курс, 8 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения:

Интегрированные коммуникации

Основы маркетинга

История общественных коммуникаций

Интегрированные коммуникации

## 2. Содержание и структура дисциплины

| № п/п                | Наименование тем<br>(разделов)                                 | Объем дисциплины, час. |   |    |    |     |   |    | Форма<br>текущего<br>контроля<br>успеваемости <sup>4</sup> ,<br>промежуточной<br>аттестации |
|----------------------|--|------------------------|---|----|----|-----|---|----|---|
|                      |  | Всего                  | Контактная работа<br>обучающихся с<br>преподавателем<br>по видам учебных<br>занятий |    |    |     |   | СР |   |
|                      |  |                        | Л   | ЛР | ПЗ | КСР |   |    |   |
| Очная форма обучения |  |                        |   |    |    |     |   |    |   |
| Тема<br>1            | Понятие, цели и задачи менеджмента событий                     | 6                      | -   | -  | 1  | -   | 5 | Т  |   |
| Тема<br>2            | Классификация событий и их основные характеристики             | 5                      | -   | -  | 1  | -   | 4 | О  |   |
| Тема<br>3            | Использование маркетинговых инструментов в менеджменте событий | 6                      | -   | -  | 1  | -   | 5 | Д  |   |
| Тема<br>4            | Финансовое планирование и менеджмент                           | 5                      | -   | -  | 1  | -   | 4 | КР |   |
| Тема<br>5            | Составление и выполнение графика работ                         | 6                      | -   | -  | 1  | -   | 5 | КР |   |
| Тема<br>6            | Кадровое обеспечение   | 5                      | -   | -  | 1  | -   | 4 | Т  |   |
| Тема<br>7            | Анализ и оценка рисков   | 5                      | -   | -  | 1  | -   | 4 | Д  |   |
| Тема<br>8            | Правовое обеспечение событий                                   | 6                      | -   | -  | 1  | -   | 5 | О  |   |
| Тема<br>9            | Стратегия анализа предстоящих событий и подготовки к ним.      | 5                      | -   | -  | 1  | -   | 4 | Т  |   |
| Тема<br>10           | Особенности проведения международных проектов.                 | 6                      | -   |    | 1  | -   | 5 | КР |   |
| Тема<br>11           | Мероприятие с участием официальных лиц: тонкости протокола.    | 5                      | -   | -  | 1  | -   | 4 | Д  |   |

| № п/п                    | Наименование тем<br>(разделов)  | Объем дисциплины, час. |   |    |    |     |    |       | Форма<br>текущего<br>контроля<br>успеваемости <sup>4</sup> ;<br>промежуточной<br>аттестации |
|--------------------------|---|------------------------|---|----|----|-----|----|-------|---|
|                          |   | Всего                  | Контактная работа<br>обучающихся с<br>преподавателем<br>по видам учебных<br>занятий |    |    |     |    | СР    |   |
|                          |   |                        | Л   | ЛР | ПЗ | КСР |    |       |   |
| Очная форма обучения     |   |                        |   |    |    |     |    |       |   |
| Тема<br>12               | Стандартные аспекты<br>мультимедийного<br>обеспечения   | 5                      | -   | -  | 1  | -   | 4  | Т     |   |
| Тема<br>13               | Выбор поставщиков и<br>заключение договоров<br>с ними. Подготовка к<br>конфликтным<br>переговорам | 7                      | -   | -  | 2  | -   | 5  | О     |   |
| Промежуточная аттестация |   |                        | -   | -  |    | -   |    | Зачет |   |
| Всего:                   |   | 72                     | -   | -  | 28 | -   | 58 |       |   |

#### Содержание дисциплины

| № п/п  | Наименование тем (разделов)                                    | Содержание тем (разделов)   |
|--------|--|---|
| 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. Рассмотрение кейсов на примерах праздников городского масштаба (День города, Городской маркет Еды, Пикник «Афиша», фестиваль «Усадьба Джаз») |

| № п/п   | Наименование тем (разделов)                               | Содержание тем (разделов)  |
|---------|---|--|
| Тема 1  | Понятие, цели и задачи менеджмента событий                | Понятие и сущность «менеджмента событий». Принципы, методы и функции. Формулировка целей и задач.  |
| 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.  |



| № п/п   | Наименование тем (разделов)   | Содержание тем (разделов)   |
|---------|---|---|
| Тема 1  | Понятие, цели и задачи менеджмента событий  | Понятие и сущность «менеджмента событий». Принципы, методы и функции. Формулировка целей и задач.   |
| 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.                        |

*Примечание:*

\* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

#### **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 Менеджмент событий используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа: нет

при проведении занятий семинарского типа: опрос, диспут, тест, контрольная работа

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: домашние задания, самостоятельное изучение тем, опрос

| Наименование темы<br>(раздела)                                 | методы контроля  |
|--|--|
| Понятие, цели и задачи менеджмента событий                     | Дискуссия,<br>доклад и презентация по теме,<br>обзор периодической литературы<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание  |
| Классификация событий и их основные характеристики             | Коллоквиум, доклад и презентация по теме,<br>Компендиум,<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание   |
| Использование маркетинговых инструментов в менеджменте событий | Коллоквиум, доклад и презентация по теме,<br>Компендиум,<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание   |
| Финансовое планирование и менеджмент                           | Коллоквиум, доклад и презентация по теме,<br>Компендиум,<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание   |
| Составление и выполнение графика работ                         | Дискуссия,<br>доклад и презентация по теме,<br>обзор периодической литературы<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание  |
| Кадровое обеспечение   | Обзор интернет-сайтов и составление каталога ресурсов<br>Дискуссия,<br>доклад и презентация по теме,<br>обзор периодической литературы<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание |
| Анализ и оценка рисков   | Обзор интернет-сайтов и составление каталога ресурсов  |
| Правовое обеспечение событий                                   | Дискуссия,<br>доклад и презентация по теме,<br>обзор периодической литературы<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание  |

|   |   |
|---|---|
| Стратегия анализа предстоящих событий и подготовки к ним.                             | Дискуссия,<br>доклад и презентация по теме,<br>обзор периодической литературы<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание |
| Особенности проведения международных проектов.  | Дискуссия,<br>доклад и презентация по теме,<br>обзор периодической литературы<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание |
| Мероприятие с участием официальных лиц: тонкости протокола.                           | Самостоятельная работа,<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание   |
| Стандартные аспекты мультимедийного обеспечения                                       | Обзор интернет-сайтов и составление каталога ресурсов   |
| Выбор поставщиков и заключение договоров с ними. Подготовка к конфликтным переговорам | Самостоятельная работа,<br>Опрос по теме,<br>Домашнее задание   |

#### 4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Практическое задание № 1.

Постановка целей функционирования предприятия. Анализ влияния фактов внешней и внутренней среды на управление по целям.

Цели игры

1. Приобретение ее участниками необходимых знаний и практических навыков по постановке и оперативных целей работы организации.
2. Выработка управленческих решений по достижению поставленных целей.
3. Создание у участников игры ориентации на изменение целей, стоящих перед предприятием, за счет влияния фактов внешней и внутренней среды организации.

Исходные теоретические положения

В рамках управления особое место занимает менеджмент посредством постановки целей. Здесь речь идет о процессе, при котором руководитель и сотрудники вместе:

- ☐ определяют задачи фирмы;
- ☐ уточняют ответственность, т.е. ожидаемые результаты;
- ☐ используют результаты для руководства компанией и для оценки вклада сотрудника в плоды ее деятельности.

Сначала руководство фирмы формирует стратегические цели. Далее, на каждом более низком уровне, эти цели наполняются подцелями и установленными сроками исполнения. Периодически обсуждаются вопросы:

нужна ли корректировка курса, реалистично ли сформулированы цели.

Наиболее продуктивен данный метод, когда сотрудники знают, что от них ожидают; согласны взять на себя обязательства по достижению поставленных целей.

Цели призваны удовлетворять следующим требованиям:

- ☐ быть конкурентными;
- ☐ быть обозримыми;

☐ быть реалистичными.

К внутренней среде организации относятся: цели и стратегии развития, состояние портфеля заказов, структура производства и управления, финансовые и трудовые ресурсы, объем и качество работ, в том числе НИОКР и т.д.

К факторам внешней среды предприятия относятся: поставщики, потребители, конкуренты, органы законодательного регулирования, кредиторы, трудовые ресурсы и др. Вторая группа внешних факторов практически неуправляема со стороны менеджеров организации: состояние экономики страны (или региона), уровень научно-технического и социального развития, культурная и политическая обстановка, уровни цен и инфляции, доходы покупателей, правительственная финансовая и налоговая политика.

Важнейшие функциональные подсистемы организации:

- маркетинг;
- производство;
- научно-исследовательские разработки (инновации);
- финансы;
- персонал;
- менеджмент.

Методические указания

Группа разбивается на команды по 6-7 человек в каждой, в зависимости от общего количества играющих, и в процессе свободного обмена мнениями принимается общее коллективное решение, в соответствии с заданием, приведенным ниже.

Задание

1. Выбрать тип организации и сформулировать ее «миссию».
2. Исходя из формулировки «миссии», определить цели, стоящие перед функциональными подсистемами организации.
3. выработать решения по достижению поставленных целей каждой функциональной подсистемой.
4. Определить зависимость достижения поставленных целей от перечисленных факторов, которые окажут максимальное воздействие на достижение поставленных целей в современных российских условиях.
5. Определить систему контроля за выполнением управленческих решений по достижению поставленных целей.

6. Составить отчет.

Исходные данные

Организация:

- государственное предприятие любой отрасли (опытно-конструкторское бюро и т.п.);
- торгово-посредническая фирма;
- фирма, производящая мебель;
- ювелирно-художественная фирма;
- малое предприятие по производству ТНП;
- предприятие, оказывающее услуги населению.

### Практическое задание № 7

**Задание 7.1.** Следует обосновать выбор стратегии коммуникации для вашего товара (пять обоснований). Приведите схему стратегии коммуникации.

**Задание 7.2.** Разработайте рекламную кампанию по продвижению вашего товара на рынке (табл. 7.1).

| № п/п | Комплекс рекламы                 | Ваши разработки | Примечания |
|-------|----------------------------------|-----------------|------------|
| 1     | Идея рекламного обращения        |                 |            |
| 2     | Текст рекламного обращения       |                 |            |
| 3     | Средства распространения рекламы |                 |            |
| 4     | Частота появления рекламы        |                 |            |

**Задание 7.3.** Составьте план проведения пропаганды своей продукции (табл.7.2)

Таблица 7.2

| № п/п | Мероприятия пропаганды                   | Ваши разработки |
|-------|--|-----------------|
| 1     | Задачи пропаганды                        |                 |
| 2     | Основная идея пропаганды вашей продукции |                 |

|   |                      |  |
|---|----------------------|--|
| 3 | Средства пропаганды  |  |
| 4 | Участники пропаганды |  |

**Задание 7.4.** Разработайте мероприятия по стимулированию сбыта своей продукции (табл.7.3).

Таблица 7.3

| Наименование шагов по организации стимулирования сбыта   | Объекты стимулирования |                |                |
|--|------------------------|----------------|----------------|
|  | потребители            | сфера торговли | персонал фирмы |
| 1  | 2                      | 3              | 4              |
| 1.Определение целей и задач стимулирования сбыта         |                        |                |                |
| 2.Перечень наиболее действенных средств                  |                        |                |                |
| 3.Условия участия в мероприятиях по стимулированию сбыта |                        |                |                |
| 4.Длительность мероприятий                               |                        |                |                |
| 5.Затраты на проведение мероприятий                      |                        |                |                |

## 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 -3           | Обладать навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.   | 3 этап (код этапа ПК -3.3)     | Способность принимать организационно-управленческие решения при работе с малыми коллективами, применяя методы управления малыми коллективами.. |
| ПК -12          | Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации | 3 этап (код этапа ПК -12.3)    | – Способность под контролем выполнять мониторинг, SWAT-анализ, контент-анализа, проведение и оценку PR-мероприятия                             |

| Этап компетенции            | Показатели оценивания   | Критерии оценивания   |
|-----------------------------|---|---|
| 3 этап (код этапа ПК -3.3)  | Применяет навыки выстраивания внутренних коммуникационных систем и навыки управления коммуникационными проектами.                             | Студент применяет навыки управления малыми коллективами, легко взаимодействует с малыми группами  |
| 3 этап (код этапа ПК -12.3) | Демонстрирует знания ведения пиар и рекламных кампаний, мероприятий<br>Демонстрирует владение широким спектром коммуникационных инструментов. | Студент применяет навыки ведения коммуникационных проектов на практике<br>Применяет методы и инструменты тактического планирования коммуникаций, коммуникационные инструменты |

**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:**

Вопросы к зачету по дисциплине «Теория управления (менеджмент)»

1. Сущность и содержание управления.

2. Содержание и особенности процесса управления.
3. Управление как явление материального мира.
4. Отношения и связи управления.
5. Теория менеджмента как наука и искусство.
6. Законы управления.
7. Закономерности управления.
8. Менеджмент и управление.
9. Принципы менеджмента.
10. Организации как объект управления.
11. Классификация организаций.
12. Организационно-правовые формы организаций.
13. Организация как открытая и закрытая система.
14. Внутренняя среда организации.
15. Внешняя среда организации прямого воздействия.
16. Внешняя среда организации косвенного воздействия.
17. Виды лидерства.
18. Лидерство в управлении.
19. Сущность и содержание организационной культуры.
20. Управление организационной культурой.
21. Миссия организации.
22. Цели организации, требования к постановке целей.
23. Функции менеджмента.
24. Специфические функции менеджмента.
25. Сущность функции планирования.
26. Сущность функции организации.
27. Сущность функции мотивации.
28. Мотивация и стимулирование в менеджменте.
29. Сущность функции контроля, виды контроля.
30. Школы менеджмента.
31. Методы управленческого воздействия.
32. Виды структур менеджмента.
33. Иерархический (механический) тип организационной структуры управления.
34. Линейно-функциональная структура управления.
35. Дивизиональная структура управления.
36. Проектная структура управления.
37. Матричная структура управления.
38. Принципы построения структур.
39. Современные тенденции организации структур органов муниципальной власти.
40. Понятие организационных структур.
41. Понятие, цели и функции коммуникаций.
42. Классификация коммуникаций.
43. Коммуникационный процесс.
44. Производственные структуры организации.
45. Регламентация функции управления.
46. Структура функций управления.
47. Классификация функций управления.
48. Общие функции управления.
49. Стил управления.
50. Понятие и виды власти в организации.
51. Требования к профессиональной компетенции менеджеров.
52. Понятие эффективности и результативности менеджмента.
53. Показатели эффективности управления.

54. Факторы роста эффективности управления.
55. Управленческие решения.
56. Административные методы управленческого воздействия.
57. Экономические методы управленческого воздействия.
58. Социально-психологические методы управленческого воздействия.

### **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 (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](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](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 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.

| <b>Организация деятельности студента по видам учебных занятий</b> |   |
|---|---|
| Вид учебных занятий   | Организация деятельности студента   |
| Практические занятия  | <p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>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.</p> |
| Эссе  | <p>Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы.</p> <p>В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена студентом, исходя из его желания и научного интереса.</p> <p>Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов.</p> <p>Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.</p>   |
| Групповая дискуссия, диспут                                       | <p>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.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе</p>   |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>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.</p> |
|--|---|

### **Подготовка индивидуальных докладов и выполнение презентаций по темам курса**

#### **Критерии оценивания доклада и презентации:**

**Доклад** – один из видов монологической речи, публичное развёрнутое официальное сообщение по определённом вопросу, основанное на привлечении документальных данных. Может быть устным или письменным. **В учебных целях:** доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

**Этапы работы над докладом.** Подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата рекомендуется использовать не менее 8 - 10 источников). Составление библиографии. Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений. Разработка плана доклада. Написание. Публичное выступление с результатами исследования. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы.

Отличительными чертами доклада является научный, академический стиль изложения, логичность, последовательность, ясность, точность, аргументированность.

Доклад предполагает чёткое определение темы, связанной с научной проблемой. Преподаватель оценивает, насколько подготовленное студентом выступление отвечает заявленной им теме. Текст доклада должен иметь стройную композицию, должен быть хорошо структурирован, для чего студент должен уметь строить выступление по заранее определённом плану. Оценивается свободное владение текстом, умение строить устное высказывание, а не зачитывать текст по листу. Допускается только чтение цитат из научных источников или примеров. Студент должен выделить в своём выступлении основные положения, которые надо сформулировать в виде тезисов и продиктовать коллегам. Отдельно оценивается не только содержание доклада, но и форма его подачи: умение устанавливать контакт с аудиторией, умение улавливать реакцию слушателей, получать обратную связь, отвечать на возникающие вопросы. Доклад предполагает жёсткий хронометраж (по предварительной договорённости с преподавателем - до 10 минут). Необходимо обязательно уложиться в установленное время, успев сделать вывод (заключение). Материал может требовать дополнительных иллюстраций: схем, таблиц, небольших рисунков, которые можно разместить в презентации.

**Презентация** позволяет иллюстрировать основные положения доклада и делать приведённые в выступлении примеры наглядными. Она не должна полностью воспроизводить текст выступления. По правилам, информация, приведённая устно, не должна полностью копироваться на слайдах.

Выделяют множество разнообразных видов презентаций. Основными являются:

конспект выступления; таблица; схемы и графики; тестирование; слайд-шоу; модульный доклад; и т.п.

Иллюстративный материал должен быть достаточным, но не чрезмерным, и не иметь развлекательный, игровой характер. Анимированный рисунок в качестве украшения отвлекает внимание

Практические рекомендации при подготовке презентации:

1. Используйте не более 2 типов шрифтов.
2. Оптимальное количество строк не более 7.
3. Количество символов в строке не более 40 (в том числе пробелы).
4. Использование заглавных и строчных букв облегчает чтение и распознавание слов. Использование цвета, больших букв, усиление жирности, курсивный шрифт помогают выделить главное.

5. Лучше читается шрифт без засечек (например, Arial). Оптимальные шрифты (заголовок – 24-32; подзаголовок – 2-24; основной текст – 18-24; подписи данных – 20-2)

6. Старайтесь использовать простые, короткие предложения: чем лаконичнее текст, тем выше концентрация внимания на ключевых словах).

Презентация не должна требовать подключения к Internet и выполнять сторонние приложения (например, анимационные ролики, которые требуют установки кодеков и др.).

### **Составление компендиума**

Компендиум (compendium) – краткое руководство, конспект. Компендиум по дисциплине представляет собой самостоятельно подобранный студентом из периодической литературы, Интернет-ресурсов материал, кратко законспектированный, иллюстрирующий научный/практический взгляд на исследуемую проблему. Для составления компендиума необходимо:

- осуществить анализ периодической литературы и Интернет-ресурсов;
- выбрать наиболее интересную для студента тему (возможно по согласованию с преподавателем);
- отобрать наиболее соответствующие проблеме материалы, характеризующие различные подходы и авторские позиции;
- законспектировать (сделать «выжимки») из источника, раскрывающие замысел автора, его позицию;
- интегрировать собранные материалы в единый содержательный блок.

### **Подготовка дискуссии (круглого стола) по теме**

Подготовка дискуссии (круглого стола) представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

### **Обзор интернет-сайтов и разработка каталога Интернет-ресурсов по заданной теме**

Каталог Интернет-ресурсов представляет собой тематически подобранный студентом перечень Интернет-сайтов. В каталоге необходимо отразить: тему (параграф, вопрос и т.д.), название сайта, электронный адрес и дату обращения, краткое содержание Интернет-сайта (перечень вопросов, на которые можно получить ответы на представленном сайте).

### **Обзор периодической литературы и профессиональных изданий**

Результатам обзора периодической литературы является библиографический список.

Библиографический список – обязательный элемент любой научной работы – реферата, курсовой, дипломной работы, диссертации, монографии, обзора, научного отчета. Список включает литературу, используемую при подготовке текста: цитируемую, упоминаемую, а также имеющую непосредственное отношение к исследуемой теме. Большое значение имеет правильное библиографическое описание документов и рациональный порядок расположения их в списке.

Библиографический список, по сути, представляет собой упорядоченные библиографические описания работ, выполненные в соответствии с государственными стандартами. Для составления библиографического списка используется краткое библиографическое описание, состоящее только из обязательных элементов.

### Библиографический список

| Параметр   | Оценка<br>(по 5 шкале) |
|--|------------------------|
| В библиографическом списке представлено более 15 источников, тематически соответствуют теме, оформлены в соответствии с требованиями к оформлению библиографии | 5                      |

### Вопросы разделов дисциплины для самостоятельного изучения

| № раздела | Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение  |
|-----------|---|
| 1         | Понятие Менеджмент событий. Основные методы целеполагания. Формирование целей и задач, их отличие.  |
| 2         | Современные форматы событийной коммуникации и их использование предприятиями.   |
| 3         | Сущность event менеджмента в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Существующие инструменты маркетинговых коммуникаций. Освещение специальных мероприятий в СМИ |
| 4         | Виды и формат существующих бюджетов. Формирование сметы, в зависимости от перечня затрат.   |
| 5         | Формы и разновидности графиков проведения работ. Составление перечня. Пространственно – временное планирование и услуг с учетом важности и последовательности.                  |
| 6         | Анализ проведения мероприятий с необходимостью набора персонала. Ранжирование персонала по классификациям, кратие характеристики уровня компетенций.                            |
| 7         | Классификация существующих рисков в проектном управлении, методы и способы анализа ,оценки рисков.  |
| 8         | Виды нормативных документов, относящихся к проведению массовых мероприятий  |

|    |  |
|----|--|
| 9  | Разработка стратегии подготовки и проведения мероприятия, планирование возможных последствий для последующих событий.  |
| 10 | Основные характеристики международных проектов, особенности проведения. Анализ Олимпиады 2014 в Сочи.  |
| 11 | Существующие особенности национальных и религиозных протоколов. Специфика организации протокольных мероприятий с участием иностранных гостей с Запада и Востока. |
| 12 | Новые технологии и приемы, используемые в мультимедийном обеспечении: графическое, аудио, видео, световое оборудование.  |
| 13 | Выбор подрядчиков по соотношению цена-качество. Основные виды контрагентов. Типовые договора на оказание услуг.  |

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

### **5.1. Основная литература.**

1. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс по специальности 080507 «Менеджмент организации» / . — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 103 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29690.html>
2. Социальный менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс по специальностям 080507 «Менеджмент организации», 071401 «Социально-культурная деятельность» / . — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 40 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29707.html>
3. Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / В.Я. Горфинкель [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 287 с. — 978-5-238-02455-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52641.html>
4. Новичков В.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» / В.И. Новичков, В.Р. Дембовский, И.М. Виноградова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 202 с. — 978-5-394-02561-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60334.html>
5. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.В. Аветисян [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Юриспруденция, 2012. — 243 с. — 978-5-9516-0362-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8061.html>

### **5.2. Дополнительная литература.**

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. Сценарий и организация корпоративных праздников/Мороз.В/2006 – 256

7. Великолепные мероприятия. Технологии и практика event-management. Шумович Александр / Манн, Иванов и Фербер/2007-336

8. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. Назимко А.Е./ Вершина/2007-224

9. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений. Бернд Шмитт, Дэвид Роджерс, Карен Вроцос./Вильямс/2005-400

10. Блэйк Р.Р., Мутон Д.С. Научные методы управления / Р.Р., Блэйк, Д.С. Мутон [пер. с англ. И. Ющенко]. – Киев:

11. Высшая школа, 2013. – 274 с. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012. - 288 с.

12. Басовский, Л.Е. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. и упр. спец. / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 214 с.-

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Юкаева В.С. Менеджмент. Краткий курс [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.С. Юкаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2014. — 104 с. — 978-5-394-00632-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4448.html>

Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.В. Аветисян [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Юриспруденция, 2012. — 243 с. — 978-5-9516-0362-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8061.html>

6.4. Нормативные правовые документы.

6.5. Интернет-ресурсы.

[http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event\\_marketing.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event_marketing.htm) Энциклопедия маркетинга

[http://merru.ru/publications/marketing/2007/05/21/articles\\_67.html](http://merru.ru/publications/marketing/2007/05/21/articles_67.html) Событийный маркетинг

<http://eventmarket.ru> сайт, посвященный специальным мероприятиям и всем, кто посвятил себя организации событий

[www.eventedu.ru](http://www.eventedu.ru) — российский отраслевой образовательный портал в области Event индустрии.

<http://www.event-forum.ru> российский отраслевой портал индустрии праздников и специальных событий

<http://www.all-events.ru> информационный портал о бизнес-событиях России и стран СНГ <http://www.prazdnuem.ru> информационный портал организаторов мероприятий

Информационные технологии, программное обеспечение и справочные системы

[www.rambler.ru](http://www.rambler.ru) / - Поисковая система

[www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) / - Поисковая система

[www.4banket.ru](http://www.4banket.ru) - Поисковая система по банкетным площадкам

[www.bazaartistov.ru](http://www.bazaartistov.ru) - Первая поисковая система по артистам

[www.event-shop.ru](http://www.event-shop.ru) - Интернет-магазин индустрии праздников

[www.eventcatalog.ru](http://www.eventcatalog.ru) - Портал для организаторов мероприятий

<http://cateringconsulting.ru> - Профессиональный портал кейтеринг индустрии

<http://www.eventros.ru/informacionnyie-materialyi/eventinternet>

«Национальная Ассоциация Организаторов Мероприятий» (НАОМ)

6.6. Иные источники.

## **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).

Требования к программному обеспечению общего пользования: специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.

