

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

**Автор:** к.э.н. О.П. Гаврилина

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 Менеджмент, «Управление рекламным и медиабизнесом»

**Квалификация (степень) выпускника:**

Магистр

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенции способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.

**План курса:**

№	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.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины 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.

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

### **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>