

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.21.03 Событийный маркетинг

### Автор:

к.э.н., доцент, доцент кафедры государственного управления и публичной политики Синяева О.Ю.

### Код и наименование направления подготовки, профиля:

37.03.01 Психология

«Психология» (Liberal Arts)

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:** сформировать способность в эффективной коммуникации выстраивать взаимодействие с различными заинтересованными сторонами с целью успешной реализации созданного проекта, а также создавать заинтересованность в маркетинговом проекте для конечного потребителя

### План курса:

| № п/п  | Наименование тем (разделов)                     | Содержание тем (разделов)  |
|--------|---|--|
| Тема 1 | Цели и задачи событийного маркетинга            | Стратегические и оперативные аспекты событийного маркетинга. Основные определения и понятия. Область и основные задачи событийного маркетинга. Соотношение целей и задач событийного маркетинга с целями и задачами управления основной маркетинговой стратегией. Событийный маркетинг как важнейшая составляющая формирования маркетинговой стратегии компании.       |
| Тема 2 | Ивент-планирование и проектная группа           | Жизненный цикл проекта, этапы подготовки и реализации. Оценка временных и человеческих ресурсов. Как цели и задачи мероприятия влияют на этапы планирования и подготовки. Проектная документация. Основной состав проектной группы. Работа с фрилансерами и волонтерами. Рабочая группа на мероприятии Зоны ответственности. Эффективное управление проектной группой. |
| Тема 3 | Коммуникативные технологии в ивент-менеджменте. | Особенности коммуникации в событийном маркетинге. Классификация субъектов коммуникации, инструменты взаимодействия с различными субъектами. Цели и задачи коммуникации в событийном маркетинге.  |
| Тема 4 | Экономические аспекты событийного маркетинга    | Показатели эффективности событийного маркетинга и использования ивент технологий. Анализ затрат в маркетинговой сфере. Анализ и планирование ценообразования. Стоимость сопровождения ивент события. Формирование структуры цены на маркетинговые инструменты и услуги.  |

| № п/п  | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов)  |
|--------|-----------------------------|--|
| Тема 5 | Оценка эффективности        | Изучение финансовой ситуации (город, регион, страна). Калькуляция всех затрат. Расчет бюджета мероприятия. Определение потенциальных спонсоров и инвесторов и разработка стратегии привлечения их капитала. Реализация целей события. Определение влияния мероприятия на экономику региона |

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины «Событийный маркетинг» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

– при проведении практических занятий: коллоквиум, дискуссия, домашнее задание.

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: коллоквиум

Промежуточная аттестация в 6 семестре проводится в форме экзамена. (устный ответ и защита экзаменационной работы).

#### **Основная литература:**

1. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.  
<https://znanium.com/catalog/document?id=372086>