АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ

Б1.В.15 СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Автор: Прасов В.В., ст.преподаватель

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.02 – Менеджмент направленность (профиль) "Ресторанное дело"

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:
Сформировать способность к участию в создании и поддержании эффективной системы продаж продукции и услуг предприятия питания

План курса:

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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.15 «Событийный менеджмент в сфере 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.

Экзамен проводится в виде устного опроса.

Основная литература:

1. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс] : учебное пособие для ССУЗов / Л.В. Семенова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 85 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/44183.html