АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.21.06 Коммуникации событийного маркетинга

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

Код и наименование направления подготовки, профиля:
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
«Филология и перевод» (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	Техническое оснащение мероприятия	Классификация технического наполнения мероприятия. Виды звукового и светового оборудования. Особенности работы и коммуникации с техническими подрядчиками. Основы технического менеджмент. Понятие технического директора.
Тема 2	Подбор площадок под проект	Анализ содержания площадки, методология подбора площадки под мероприятие, основы согласования площадки. Юридические нормы субаренды площадки под мероприятия.
Тема 3	Брифинг персонала	Классификация персонала в событийном маркетинге. Разработка шаблонов и написание детализированных брифов. Работа с персоналом, этапы подбора. Кастинг персонала. Условия труда на площадки в день мероприятия.
Тема 4	Декор мероприятия	Подготовка дизайн макетов, подбор референсов и декоративного наполнения мероприятия. Разработка визуальной концепции. Классификация декораций. Анализ визуального наполнения: мебели, декораций, застройки.
Тема 5	Типография проекта	Работы с типографией, классификация и виды POSM материалов. Спецификация производства печатной продукции. Этапы подготовки макетов, согласования и производства типографии. Сувенирная продукция в событийном маркетинге, этапы согласования дизайн макетов.
Тема 6	Логистика событийного маркетинга	Виды логистики в событийном маркетинге, понятие логистики и особенности коммуникации с подрядчиками. Этапы согласования логистических маршрутов.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Коммуникации событийного маркетинга» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:
– при проведении практических занятий: дискуссия, домашнее задание.
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: дискуссия.

Промежуточная аттестация в 6 семестре проводится в форме зачета с оценкой. (устный ответ).

Основная литература:

1. Кузнецов, М. М. Опыт коммуникации в информационную эпоху. Исследовательские стратегии Т.В. Адорно и М. Маклюэна / М. М. Кузнецов. — Москва : Институт философии РАН, 2011. — 143 chttps://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/18737.html

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/71238.html