АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.21.09 Экономика 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	Экономические основы бизнеса	Ознакомление с основами экономики и предпринимательства, освоение понятийного аппарата и основных форм ведения бизнеса. Изучение понятия предпринимательства и предпринимательской деятельности, их особенностей. Ознакомление с анализом рыночной конъюнктуры, механизмами функционирования рыночной экономики. Изучение организационных и финансовых основ бизнеса. Ознакомление с инструментальной поддержкой предпринимательства. Изучение государственного регулирование предпринимательской деятельности.
Тема 2	Составление смет и бюджетирование проектов	Классификация систем налогообложения (НДС, УСН, самозанятые). Понятие агентской комиссии. Виды агентской комиссии. Составление смет и бюджетирование проектов. Составление общих смет от подрядчиков проекта. Особенности ведения многомилионных проектов.
Тема 3	Юридические аспекты событийного маркетинга	Этика и правовые аспекты организации мероприятия. Страхование и юридические вопросы. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии событий (HAOM, AEO, AFO, NOEA). Виды результатов интеллектуальной деятельности и отчуждение прав на её использование. Особенности работы с dark market индустрией.
Тема 4	Тендеры в событийном маркетинге	Юридические особенности участия в тендере, основы тендерного документооборота, анализ понятия NDA, права и обязанности участников тендера. Виды пост оплат.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Экономика 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 7 семестре проводится в форме зачета с оценкой. (устный ответ).

Основная литература:

1. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под редакцией Л. П. Дашкова. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 266 с., https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/85276.html

2. Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/71205.html