АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.21.03 Событийный маркетинг

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

Код и наименование направления подготовки, профиля:
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	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 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