АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.21.07 Практика ведения бизнеса в индустрии событий

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	Основы работы с кейсами	Понятие кейс. Виды кейс-заданий. Особенности работы с кейс-заданиями в сфере событийного маркетинга. Виды анализа «кейсов». Определение цели и задач при работе с кейсом. Эффективность работы с кейс-заданиями.
Тема 2	Практика разработки креативной стратегии.	Анализ клиентского брифа. Определение цели и структуру ивент-проекта. Определение требуемых задач. Формирование креативной команды. Актуализация современных трендов в сфере событийного маркетинга. Распределение обязанностей. Разработка креативной концепции в рамках тендерного задания. Презентация креативной концепции.
Тема 3	Практика бюджетирования ивент проекта.	Анализ клиентского брифа. Распределение затрат проекта. Выведение схемы оплат проекта. Работа с агентской комиссией в проекте. Учёт налогов проекта. Формирование предварительной сметы проекта. Перераспределение бюджетов проекта. Этапы участия в ценовом тендере.
Тема 4	Практика проработки площадок.	Анализ клиентского брифа. Классификация площадок в событийном маркетинге. Этап подбора площадок, календарный план. Основы коммуникации с менеджментом площадок проекта. Согласование условий договора проекта. Основы брифа к площадке. Подготовка списка и его защита в тендерной презентации.
Тема 5	Практика подбора референсов.	Анализ клиентского брифа. Понятие «визуальная насмотренность». Понятие «активности» в событийном маркетинге. Работа с запросами клиентов. Формирование общего понимания маркетинговой

		стратегии клиента. Определение целевой аудитории проекта. Определение задач и целей проектов. Основы подбора референсов: декораций, активностей, музыкального оформления, кейтеринга, промо персонала и т.д.
Тема 6	Практика реализации проекта в событийном маркетинге.	Анализ клиентского брифа. Анализ этапов реализации проекта. Подбор команды проекта. Составление календарного плана проекта. Анализ подрядчиков проекта согласно брифу. Распределение обязанностей внутри команды проекта. Методами управления риском при реализации проектов. Процессы и инструменты управления различными функциональными областями проекта.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Практика ведения бизнеса в индустрии событий» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:
– при проведении практических занятий: коллоквиум, дискуссия, домашнее задание.
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: коллоквиум, кейсы.

Промежуточная аттестация в 7 семестре проводится в форме зачета с оценкой (устный ответ), а также завершается презентацией и публичной защитой проекта.

Основная литература:

1. Романцов, А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание) : практическое пособие / А. Н. Романцов. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 89 с. https://www-iprbookshop-ru.ezproxy.ranepa.ru:2443/57071.html