

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 10:29:34
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДЭ.02.01. Event-менеджмент
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки)

Управление малым бизнесом
(наименование образовательной программы)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Лоскутова Виктория Викторовна, канд. гос. упр., доцент, доцент кафедры менеджмента непроизводственной сферы

Заведующий кафедрой:

Тарасова Елена Владимировна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента непроизводственной сферы

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01. ДЭ.02.01. Event-менеджмент одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной сферы Донецкого филиала РАНХиГС

протокол № 11 от «18» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.01.ДЭ.02.01. Event-менеджмент обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
D/01.6 Формирование возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей 08.037 БИЗНЕС-АНАЛИТИК, утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 22.11.2023 №821н.	ПК-1	Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	ПК-1.2.	Осуществляет выявление, сбор и анализ информации для бизнес-анализа для формирования возможных решений	ПК-1.2. У-8 Умеет пользоваться системами анализа и визуализации данных ПК-1.2. 3-4 Знает перспективные и существующие цифровые технологии и цифровые возможности для бизнеса в контексте предметной области и специфики деятельности организации ПК-3.2. 3-11 Знает иностранный язык в объеме, необходимом для выполнения трудовой функции
D/04.6 Консультирование и методологическая поддержка работников организации и в области управления рисками 08.018	ПК-3	Способен консультировать и оказывать методологическую поддержку работникам организации в области управления	ПК-3.2.	Создает каналы коммуникации для передачи и эскалации информации в области управления рисками представите	ПК-3.2. 3-11 Знает иностранный язык в объеме, необходимом для выполнения трудовой функции

специалист по управлению рисками, утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ 18.04.2025 №264н.07. административно-управленческая и офисная деятельность		рисками		лям бизнес-процессов организации	
--	--	---------	--	----------------------------------	--

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 32 ак.часа на контактную работу с преподавателем, из них 18 ак.часов на лекции и 18 ак.часов на практические занятия, 32 ак.час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.01.ДЭ.02.01. Event-менеджмент реализуется на 3-ом курсе в 5-м семестре после изучения дисциплин:

- Основы управления персоналом;
- Самоменеджмент.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат.тэк	Контроль	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ EVENT- МЕНЕДЖМЕНТА															
Тема 1.1	История возникновения и развития Event - менеджмента	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Доклад, Тестирование	
Тема 1.2	Специальные события в современном обществе и деловой практике	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Тестирование, Контрольное задание	
Тема 1.3	Виды специальных событий и	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Тестирование, Контрольное задание	

	общественных мероприятий													
РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ EVENT-МЕРОПРИЯТИЙ														
Тема 2.1	Планирование и организация выставочно - ярмарочных мероприятий	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Тестирование, Контрольное задание
Тема 2.2	Маркетинговые технологии и коммуникации, используемые при подготовке выставочно-ярмарочных мероприятий	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Тестирование, Контрольное задание
Тема 2.3	Организация выездных Event-мероприятий	7	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	Тестирование, Контрольное задание
РАЗДЕЛ 3. АЛГОРИТМ ЭФФЕКТИВНОГО EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ														
Тема 3.1	Особенности рекламного продвижения Event-мероприятия	7	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	Тестирование, Контрольное задание
Тема 3.2	Процесс ценообразования в Event-менеджменте	7	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	Тестирование, Контрольное задание
Тема 3.3	Event-менеджмент и социальное партнерство	7	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	Доклад, Тестирование, Контрольное задание

Промежуточная аттестация		4	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	Зачет
Итого		72	18	0	0	18	0	0	0	4	0	0	32	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы event-менеджмента

Тема 1.1. История возникновения и развития event-менеджмента. ПК-1.2, ПК-3.2

Эволюция event-менеджмента: от традиционных праздников и церемоний до современной индустрии специальных событий. Факторы, обусловившие выделение event-менеджмента в самостоятельную профессиональную сферу на рубеже XX-XXI веков. Влияние цифровых технологий и цифровых возможностей для бизнеса на развитие событийного маркетинга. Роль событийного подхода в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Перспективные направления развития event-индустрии (гибридные мероприятия, иммерсивные шоу, VR/AR-технологии). Краткий обзор российского и зарубежного рынка event-услуг. ПК-1.2. У-8, ПК-1.2. 3-4.

Тема 1.2. Специальные события в современном обществе и деловой практике. ПК-1.2

Сущность, цели и функции специальных событий (special events) в деятельности современной организации. Отличие event-мероприятий от текущей операционной деятельности. Роль событий в формировании корпоративной культуры, укреплении бренда работодателя (HR-бренда), построении лояльности клиентов и партнеров. Event как инструмент решения бизнес-задач: вывод нового продукта, увеличение продаж, PR-продвижение, формирование общественного мнения. Социальное измерение event-активности: благотворительные события, городские праздники, социальное партнерство. ПК-1.2. У-8.

Тема 1.3. Виды специальных событий и общественных мероприятий. ПК-1.2, ПК-3.2

Классификация событий по масштабу (локальные, региональные, национальные, международные), по типу (деловые, культурно-зрелищные, спортивные, образовательные, частные), по целевой аудитории (B2B, B2C, внутренние корпоративные). Характеристика основных форматов: конференции, форумы, саммиты, семинары, тренинги, конгрессы; выставки и ярмарки; фестивали, праздники, концерты, шоу-программы; корпоративные вечеринки, тимбилдинги, юбилеи компаний; презентации, пресс-конференции, фандрайзинговые мероприятия. Особенности организации виртуальных и гибридных событий. Перспективные и существующие цифровые технологии, применяемые для проведения событий разных типов. ПК-1.2. 3-4, ПК-3.2. 3-11.

Раздел 2. Организация event-мероприятий

Тема 2.1. Планирование и организация выставочно-ярмарочных мероприятий. ПК-1.2

Этапы организации выставочно-ярмарочного мероприятия: предпроектный (анализ целей, выбор тематики и формата, оценка ресурсов), организационный (разработка концепции и плана, формирование бюджета, выбор площадки, работа с экспонентами и партнерами) и постпроектный (анализ эффективности, пост-релизы, благодарственные письма). Роль систем анализа и визуализации данных в оценке загрузки стендов, потоков посетителей, географии участников. Организация работы стенда: виды выставочных конструкций, подбор и обучение персонала, логистика экспонатов, промо-активности. ПК-1.2. У-8.

Тема 2.2. Маркетинговые технологии и коммуникации, используемые при подготовке выставочно-ярмарочных мероприятий. ПК-1.2, ПК-3.2

Разработка маркетинговой стратегии event-мероприятия. Выявление, сбор и анализ информации для бизнес-анализа целевой аудитории (участники, посетители, спонсоры, партнеры). Создание каналов коммуникации для передачи информации об ивент-событии. Инструменты продвижения: email-marketing, SMM (социальные сети), контекстная и таргетированная реклама, PR-кампания, работа с блогерами и инфлюенсерами. Формирование базы данных контактов участников и партнеров. Правила деловой коммуникации на иностранном языке в объеме, необходимом для взаимодействия с зарубежными партнерами (переписка, переговоры). ПК-1.2. У-8, ПК-1.2. 3-4, ПК-3.2. 3-11.

Тема 2.3. Организация выездных event-мероприятий. ПК-1.2, ПК-3.2

Специфика организации выездных (outdoor) мероприятий: выбор локации (выездные базы, загородные клубы, исторические усадьбы, нестандартные площадки), транспортное и техническое обеспечение, проживание и питание участников, обеспечение безопасности и страхование. Выездной тимбилдинг: цели, виды программ (спортивные, творческие, стратегические, социально-ориентированные), методика проведения. Учет природно-климатических и сезонных факторов. Бюджетирование выездных мероприятий: специфические статьи расходов (аренда генераторов, биотуалеты, кейтеринг в полевых условиях). Применение цифровых технологий в выездных мероприятиях (мобильные приложения для участников, онлайн-трансляции, системы навигации и геолокации). ПК-1.2. 3-4, ПК-3.2. 3-11.

Раздел 3. Алгоритм эффективного event-мероприятия

Тема 3.1. Особенности рекламного продвижения event-мероприятия. ПК-1.2

Комплексная рекламная кампания события: медиаплан, креативная концепция, разработка айдентики (логотип, фирменный стиль, макеты полиграфии). Выбор каналов коммуникации с учетом особенностей целевых аудиторий (B2B/B2C). Технологии формирования информационного повода и работы со СМИ. Роль PR-сопровождения до, во время и после мероприятия. Использование систем бизнес-анализа и визуализации данных для мониторинга эффективности рекламных каналов (CTR, CPC, ROI, количество публикаций, охват, вовлеченность). Современные цифровые инструменты для автоматизации email-рассылок и управления мероприятиями (Event-платформы: TimePad, Eventbrite, Leader-ID). ПК-1.2. У-8, ПК-1.2. 3-4.

Тема 3.2. Процесс ценообразования в event-менеджменте. ПК-1.2

Структура затрат на организацию события. Прямые и косвенные расходы. Формирование сметы мероприятия. Методы ценообразования: затратный (полная себестоимость + наценка), рыночный (ориентация на цены конкурентов), ценностный (исходя из воспринимаемой ценности события для участника или спонсора). Определение цены билета, стоимости участия для экспонентов, спонсорских пакетов. Источники финансирования event-мероприятия: доходы от продажи билетов и участия, спонсорские взносы, гранты, собственные средства организатора, партнерские взносы. Точка безубыточности события. Выявление, сбор и анализ информации для формирования оптимальной ценовой политики. ПК-1.2. У-8.

Тема 3.3. Event-менеджмент и социальное партнерство. ПК-3.2

Понятие и принципы социального партнерства в контексте событийного менеджмента. Взаимодействие организаторов event-мероприятий с органами государственной власти, местного самоуправления, некоммерческими организациями, бизнес-сообществом и общественностью. Спонсорство и фандрайзинг как формы партнерства. Создание каналов коммуникации для передачи информации о социально значимых событиях (фестивали, благотворительные акции, городские праздники, форумы) представителям бизнес-процессов и власти. Социальная эффективность event-мероприятия. Оценка вклада события в укрепление социального капитала территории. Методологическая поддержка работников организации (или партнеров) в области организации социально-ориентированных ивентов. ПК-3.2. У-8, ПК-3.2. 3-11.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.ДЭ.02.01. Event-менеджмент входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается 	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Оценка по шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	Оценка по государственной шкале	Определение
A	90 – 100	«Отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80 – 89	«Хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75 – 79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70 – 74	«Удовлетворительно»	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60 – 69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35 – 59	«Неудовлетворительно»	с возможностью повторной сдачи
F	0 – 34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.ДЭ.02.01. Event-менеджмент используются следующие формы текущего контроля

успеваемости обучающихся (в том числе, контрольные задания по разделам):

доклад, опрос, тестирование, контрольное задание.

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

КЗ – контрольные задания;

ПЗ – практическое занятие;

Д – доклад;

КТ – контрольные задания по разделу.

Система оценивания знаний по видам учебной деятельности

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия
4	Свыше 80% правильных ответов. Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов. Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов. Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов. Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0,5	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	4	

Критерии оценивания контрольных заданий:

Баллы	Описание критерия
4	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
3	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
2	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-1	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся:

Раздел 1. Теоретические основы event-менеджмента

Тема 1.1. История возникновения и развития event-менеджмента. ПК-1.2, ПК-3.2

Тестовые задания

Тест 1. Выбор одного правильного ответа.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что из перечисленного не является ключевым фактором, повлиявшим на выделение event-менеджмента в самостоятельную профессиональную сферу?

- а) рост значения эмоционального маркетинга;
- б) развитие цифровых технологий для бизнеса;
- в) снижение роли корпоративной культуры;
- г) усложнение конкурентной среды на рынках B2B и B2C.

Тест 2. Выбор нескольких правильных ответов.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие из перечисленных тенденций относятся к перспективным направлениям развития event-индустрии?

- а) полный отказ от офлайн-мероприятий;
- б) рост популярности гибридных форматов (офлайн + онлайн);
- в) использование технологий дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальности;
- г) снижение требований к безопасности мероприятий;
- д) персонализация событийного опыта участников.

Доклад:

Подготовка докладов «Event-менеджмент».

Четыре групповых доклада с обсуждением сущности, целей и задач анализа хозяйственной деятельности, информационного обеспечения аналитической работы, а также современных методов сбора и обработки информации для формирования достоверной аналитической базы.

Тематика докладов:

1. Этапы становления event-индустрии в России и за рубежом.
2. Влияние цифровой трансформации на форматы деловых событий.
3. Роль ивентов в формировании бренда компании в XXI веке.
4. Анализ крупнейших мировых и российских event-рынков: сходства и различия.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме

развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тема 1.2. Специальные события в современном обществе и деловой практике. ПК-1.2

Вопросы для опроса:

1. Дайте определение специального события (special event). Чем оно отличается от рутинной деятельности организации?
2. Какие бизнес-задачи может решить грамотно организованное корпоративное событие?
3. Как event-мероприятия могут использоваться для укрепления HR-бренда компании?
4. Приведите примеры социально-ориентированных событий. Какова их основная цель?
5. Как событийный маркетинг влияет на лояльность клиентов?

Контрольные задания:

Задание 1.

Малому предприятию по производству органической косметики необходимо вывести на рынок новую линейку средств для мужчин. Предложите концепцию event-мероприятия (формат, площадка, ключевые активности), которое позволит решить эту задачу. Обоснуйте свой выбор с точки зрения целевой аудитории.

Задание 2.

Крупная IT-компания столкнулась с падением вовлеченности сотрудников и ростом текучести кадров. Руководство выделило бюджет на проведение внутрикорпоративного события. Разработайте программу однодневного корпоративного мероприятия (не тимбилдинг), направленного на укрепление корпоративной культуры. Укажите основные этапы и формат активностей.

Тема 1.3. Виды специальных событий и общественных мероприятий. ПК-1.2, ПК-3.2

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Назовите основные критерии классификации специальных событий. Приведите примеры для каждого критерия.

- Вопрос 2. Чем отличается B2B-мероприятие от B2C-мероприятия? Приведите по два примера каждого формата.
- Вопрос 3. Какие форматы мероприятий относятся к деловым (бизнес-событиям)? Раскройте особенности конференции, форума и конгресса.
- Вопрос 4. Что такое гибридное мероприятие? В чем его преимущества перед чисто офлайн- или онлайн-форматом?
- Вопрос 5. Назовите не менее трёх типов корпоративных внутренних мероприятий и цели их проведения.
- Вопрос 6. Какие цифровые технологии (перспективные и существующие) могут быть использованы при организации виртуального события?
- Вопрос 7. Каковы особенности организации фестиваля как массового общественного мероприятия? Перечислите не менее четырёх ключевых аспектов.
- Вопрос 8. В чем заключается специфика образовательных событий (семинары, тренинги, мастер-классы) с точки зрения целевой аудитории и формата подачи материала?
- Вопрос 9. Какие виды спонсорства существуют в event-индустрии? Приведите примеры генерального, официального и информационного спонсора.
- Вопрос 10. Как выбор масштаба мероприятия (локальное, региональное, национальное, международное) влияет на его бюджет, логистику и маркетинговую стратегию?

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что из перечисленного относится к B2B-мероприятиям?

- а) открытый городской фестиваль
- б) конференция для поставщиков и дистрибьюторов
- в) концерт звезды эстрады
- г) благотворительная ярмарка для жителей района

Какой формат мероприятия предполагает активное взаимодействие участников для решения практических задач и выработки общих решений?

- а) лекция
- б) конгресс
- в) семинар-практикум (воркшоп)
- г) презентация

Гибридное мероприятие - это событие, которое:

- а) проводится только в онлайн-формате
- б) проводится только в офлайн-формате
- в) сочетает офлайн- и онлайн-участие
- г) проводится одновременно в двух разных городах

Тест 2. (выбор нескольких правильных ответов)

Какие форматы мероприятий относятся к культурно-зрелищным?

- а) фестиваль уличной музыки
- б) конференция по управлению персоналом

- в) театральная премьера (закрытый показ)
- г) конкурс профессионального мастерства среди поваров
- д) городской праздник, посвященный Дню города

Какие мероприятия могут быть отнесены к деловым (бизнес-событиям)?

- а) корпоративная новогодняя вечеринка
- б) отраслевой форум
- в) выставка-ярмарка технологического оборудования
- г) благотворительный забег
- д) стратегическая сессия топ-менеджмента

Какие цифровые технологии активно используются при организации виртуальных и гибридных событий?

- а) платформы для вебинаров (Zoom, Webinar.ru)
- б) системы регистрации и управления участниками (TimePad, Eventbrite)
- в) офисные кресла с подогревом
- г) мобильные приложения для навигации по площадке и нетворкинга
- д) технологии дополненной реальности (AR) для визуализации продуктов

Тест 3. (на установление последовательности)

Определите последовательность этапов организации крупного фестиваля (от идеи до завершения):

- а) анализ результатов и подготовка отчёта
- б) разработка концепции и сметы
- в) проведение мероприятия
- г) формирование команды и привлечение партнёров (спонсоров)
- д) запуск маркетинговой кампании и продажа билетов

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Установите последовательность действий при выборе формата под бизнес-цель компании (от первого шага к последнему):

- а) выбор конкретного формата (конференция, воркшоп, тимбилдинг)
- б) определение целевой аудитории
- в) постановка цели мероприятия (увеличение продаж, укрепление команды, PR)
- г) анализ альтернативных форматов
- д) утверждение бюджета под выбранный формат

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Тест 4. Установите соответствие между термином, приводимым в столбце слева, и высказыванием (или определением) из правого столбца: к каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

№	Вид мероприятия		Характеристика
1	Конференция	А	Мероприятие, направленное на решение практических задач участниками под руководством модератора (фасилитатора)

№	Вид мероприятия		Характеристика
2	Форум	Б	Крупное событие с обширной выставочной программой и деловой частью, часто с участием первых лиц
3	Воркшоп	В	Мероприятие, где спикеры представляют доклады на заданную тему, часто с возможностью вопросов и обсуждения
4	Тимбилдинг	Г	Корпоративное мероприятие, направленное на улучшение взаимодействия и коммуникации в коллективе
5	Презентация	Д	Массовое праздничное событие для широкой аудитории с разнообразной программой (музыка, еда, развлечения)
6	Выставка	Е	Мероприятие, на котором компания демонстрирует свой новый продукт или услугу целевой аудитории
7	Фестиваль	Ж	Мероприятие, предполагающее демонстрацию экспонатов (стендов) участников для посетителей
8	Конгресс	З	Крупная конференция с большим количеством участников, часто международного уровня

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – термины; список 2 – определения.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8

Контрольные задания:

Задание 1.

Маркетинговому агентству поступил заказ от сети кофеен «CoffeeStory» на организацию мероприятия, посвящённого запуску новой сезонной линейки напитков. Бюджет

- 350 000 руб. Целевая аудитория - молодые люди 18-30 лет, активные пользователи Instagram.

Требуется:

1. Предложить наиболее подходящий формат мероприятия (изученных в теме 1.3).
2. Обосновать выбор формата с точки зрения целевой аудитории и поставленной бизнес-цели.
3. Перечислить не менее трёх цифровых технологий, которые можно использовать для привлечения участников и создания впечатлений на самом мероприятии.

Задание 2.

Крупная IT-компания планирует провести внутреннее мероприятие для 200 сотрудников с целью повышения лояльности и снятия стресса после завершения крупного проекта. Руководство рассматривает два формата: (1) корпоративная вечеринка в ресторане с ведущим и диджеем и (2) выездной тимбилдинг на природе с командными играми.

Требуется:

1. Сравнить оба формата по критериям: цели, степень вовлечённости, бюджет (условно), сложность организации, ожидаемый результат.
2. Выбрать один формат, аргументировав своё решение.
3. Назвать два возможных риска при организации выбранного формата и предложить способы их минимизации.

Раздел 2. Организация event-мероприятий

Тема 2.1. Планирование и организация выставочно-ярмарочных мероприятий. ПК-1.2

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Перечислите основные этапы организации выставочно-ярмарочного мероприятия. Раскройте содержание предпроектного этапа.

Вопрос 2. Какие критерии следует учитывать при выборе выставочной площадки (павильона)? Назовите не менее пяти.

Вопрос 3. Что входит в понятие «концепция выставочного стенда»? Какие виды стендов (по конструкции и оснащению) вы знаете?

Вопрос 4. Как осуществляется работа с экспонентами (участниками выставки)? Какие документы необходимо подготовить и заключить?

Вопрос 5. Какие системы анализа и визуализации данных могут быть использованы для оценки эффективности выставочного мероприятия? Приведите примеры KPI.

Вопрос 6. Каковы основные принципы подбора и обучения персонала для работы на выставочном стенде?

Вопрос 7. Что такое логистика экспонатов? Какие риски возникают при транспортировке и как их минимизировать?

Вопрос 8. Какие промо-активности могут быть организованы на стенде для привлечения внимания посетителей?

Вопрос 9. Как проводится постпроектный анализ выставочного мероприятия? Какие отчёты необходимо подготовить?

Вопрос 10. Какие цифровые инструменты (платформы, приложения, сервисы) помогают автоматизировать процессы планирования и организации выставок?

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что из перечисленного относится к предпроектному этапу организации выставки?

- а) монтаж выставочных стендов
- б) анализ целей и выбор тематики мероприятия
- в) рассылка благодарственных писем участникам
- г) демонтаж экспозиции

Какой тип выставочного стенда предполагает возможность многоразового использования и изменения конфигурации?

- а) индивидуальная постройка (custom-built)
- б) сборно-разборный (модульный) стенд
- в) стенд «под ключ» (ready-made)
- г) двухуровневый стенд

Что из перечисленного НЕ является КРІ выставочного мероприятия?

- а) количество посетителей стенда
- б) количество собранных контактов (лидов)
- в) цвет фирменного стиля стенда
- г) объём заключённых контрактов

Что представляет собой пост-релиз выставочного мероприятия?

- а) внутренний отчёт для бухгалтерии
- б) информационное сообщение об итогах события для СМИ и партнёров
- в) приглашение на следующую выставку
- г) опрос участников о качестве питания

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать несколько правильных ответов. Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие документы необходимо подготовить организатору выставки для работы с экспонентами?

- а) заявка на участие (договор оферты)
- б) техзадание на разработку стенда
- в) правила участия и регламент работы выставки
- г) контракт с поставщиком офисной бумаги
- д) акт выполненных работ по итогам мероприятия

Какие критерии важны при выборе выставочного павильона?

- а) удобство транспортной доступности
- б) высота потолков и наличие колонн

- в) цвет стен в фойе
- г) наличие технического оснащения (электричество, Wi-Fi, освещение)
- д) стоимость аренды квадратного метра

Какие способы привлечения посетителей на выставочный стенд (промо-активности) являются эффективными?

- а) проведение конкурсов и розыгрышей призов
- б) раздача бесплатных образцов продукции (промо-упаковок)
- в) полное отсутствие персонала на стенде
- г) проведение мастер-классов или мини-презентаций
- д) использование интерактивных экранов и викторин

Какие виды отчётов должны быть подготовлены по итогам выставочного мероприятия?

- а) финансовый отчёт (фактические расходы vs бюджет)
- б) отчёт о посещаемости (количество посетителей стенда)
- в) отчёт о погоде в дни проведения выставки
- г) отчёт о количестве собранных лидов и их качестве
- д) аналитическая записка с выводами и рекомендациями

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Построить верную последовательность из предложенных элементов. Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Определите последовательность этапов организации выставочного стенда (от идеи до сдачи):

- а) разработка дизайн-макета и 3D-визуализации стенда
- б) монтаж и отделка стенда на площадке
- в) сбор технического задания на стенд
- г) демонтаж стенда после окончания выставки
- д) производство конструкций стенда в цеху

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Тест 4.

№	Термин / понятие		Определение
1	Экспонент	А	Площадь выставочного пространства, предоставляемая одному участнику
2	Экспонат	Б	Участник выставки, представляющий свою продукцию или услуги
3	Стендовый день	В	Объём продаж, заключённых контрактов, приходящийся на 1 м ² выставочной площади

№	Термин / понятие		Определение
4	Выставочный стенд	Г	Образец продукции, представленный на стенде для демонстрации посетителям
5	Лидогенерация	Д	Временной период, в течение которого проводится монтаж и демонтаж экспозиции
6	Эффективность на 1 м ²	Е	Конструкция или комплекс конструкций, на которых размещается экспозиция участника
7	Пост-выставочная коммуникация	Ж	Процесс сбора контактной информации потенциальных клиентов
8	Каталог участников	З	Взаимодействие с собранными лидами после окончания выставки с целью продажи
9	VIP-тур	И	Печатное или электронное издание со списком всех экспонентов и описанием их продукции
10	Предварительная регистрация	К	Специальный обход выставки для почётных гостей, партнёров и прессы
11	Ко-локация	Л	Заблаговременное оформление бесплатного или платного билета на мероприятие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – показатели; список 2 – характеристики.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно цифры и буквы вариантов ответа в таблицу.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Контрольные задания:

Задание 1.

Компания - производитель мебели для офисов - планирует участие в ежегодной

отраслевой выставке «Office Solutions». Известны следующие данные:

Статья расходов	Сумма (руб.)
Аренда стенда (12 м ²)	36 000
Строительство и дизайн стенда	120 000
Подключение электричества и Wi-Fi	15 000
Полиграфическая продукция (буклеты, визитки)	25 000
Проживание и суточные 3-х сотрудников (3 дня)	54 000
Транспортировка экспонатов	30 000
Промо-сувениры для раздачи	20 000
Регистрационный взнос	10 000

Требуется:

1. Рассчитать общий бюджет участия компании в выставке.
2. По итогам выставки было собрано 250 лидов (контактов), из них заключено 15 контрактов на общую сумму 4 500 000 руб. Рассчитать:
 - стоимость одного привлечённого лида;
 - стоимость одного заключённого контракта;
 - ROMI (Return on Marketing Investment) по формуле: $(\text{Доход} - \text{Расходы}) / \text{Расходы} \times 100\%$.
3. Сделать вывод об экономической эффективности участия в выставке.

Тема 2.2. Маркетинговые технологии и коммуникации, используемые при подготовке выставочно-ярмарочных мероприятий. ПК-1.2, ПК-3.2

Вопросы для опроса

Вопрос 1. Каковы основные этапы разработки маркетинговой стратегии event-мероприятия?

Вопрос 2. Какие инструменты цифрового маркетинга наиболее эффективны для продвижения B2B-конференции?

Вопрос 3. Как осуществляется сегментирование целевой аудитории event-мероприятия? Какие критерии используются?

Вопрос 4. Что такое SMM-продвижение события? Какие социальные сети наиболее эффективны для разных типов мероприятий?

Вопрос 5. Как формируется база данных контактов участников и партнёров? Какие правила

сбора и хранения персональных данных необходимо соблюдать?

Вопрос 6. Какие каналы коммуникации создаются для передачи информации об ивент-событии представителям бизнес-процессов организации?

Вопрос 7. Как осуществляется PR-сопровождение мероприятия? Что такое медиа-кит и пресс-релиз?

Вопрос 8. Какие фразы и обороты делового английского языка необходимы для ведения переписки с зарубежными партнёрами при организации совместного события?

Вопрос 9. Что такое инфлюенс-маркетинг в контексте event-продвижения? Как выбрать блогера для продвижения события?

Вопрос 10. Какие метрики используются для оценки эффективности маркетинговой кампании мероприятия (CTR, CPC, ROI, ROMI, охват, вовлечённость)?

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Построить верную последовательность из предложенных элементов. Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Определите последовательность этапов e-mail маркетинговой кампании для привлечения участников на конференцию:

- а) анонс мероприятия («Save the Date»)
- б) открытие регистрации с ранними ценами («Early Bird»)
- в) финальное напоминание за 3 дня до события
- г) рассылка программы и списка спикеров
- д) пост-релиз и рассылка материалов после мероприятия

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Установите последовательность шагов при разработке PR-кампании мероприятия:

- а) подготовка пресс-релиза и медиа-кита
- б) определение ключевых информационных поводов
- в) анализ эффективности PR-кампании
- г) рассылка материалов в СМИ и аккредитация журналистов
- д) определение целевых СМИ и журналистов

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Тема 2.3. Организация выездных event-мероприятий. ПК-1.2, ПК-3.2

Вопросы для опроса

Вопрос 1. В чём заключается специфика организации выездных мероприятий по сравнению с событием в помещении?

Вопрос 2. Какие критерии следует учитывать при выборе локации для выездного мероприятия?

Вопрос 3. Что такое выездной тимбилдинг? Какие виды тимбилдинговых программ вы знаете?

Вопрос 4. Какие специфические статьи расходов появляются в бюджете при организации выездного мероприятия?

Вопрос 5. Как обеспечивается безопасность участников на выездном мероприятии (на природе, в нестандартной локации)?

Вопрос 6. Какие цифровые технологии могут быть использованы для улучшения опыта участников выездного мероприятия?

Вопрос 7. Какие риски характерны для выездных мероприятий и как их минимизировать (погода, транспорт, связь)?

Вопрос 8. Что такое кейтеринг на выездных мероприятиях? Какие форматы питания существуют (фуршет, банкет, пикник, кофе-брейк)?

Вопрос 9. Как организовать транспортную логистику для доставки участников до удалённой площадки?

Вопрос 10. Какие фразы на английском языке могут потребоваться при организации выездного мероприятия с участием иностранных гостей (встреча в аэропорту, трансфер, размещение)?

Тестовые задания

Тест 1. (выбор одного правильного ответа)

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что из перечисленного относится к специфическим рискам выездного мероприятия на природе?

- а) неисправность проектора
- б) резкое ухудшение погодных условий (дождь, гроза)
- в) отсутствие розеток в зале
- г) задержка начала выступления спикера

Какой формат питания наиболее уместен для однодневного выездного тимбилдинга на природе (активные игры, квесты)?

- а) многочасовой банкет с речами
- б) кофе-брейк с бутербродами
- в) фуршет с горячими закусками
- г) выездной пикник или шведский стол на открытом воздухе

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие критерии важны при выборе локации для выездного мероприятия?

- а) удалённость от города (транспортная доступность)
- б) наличие электричества, водоснабжения, санитарных зон
- в) цвет штор в банкетном зале
- г) возможность установки шатров или наличие крытого помещения (на случай непогоды)
- д) наличие парковки для автобусов и автомобилей

Какие виды тимбилдинговых программ вы знаете?

- а) спортивный (командные эстафеты, верёвочный парк)

- б) творческий (совместное рисование картины, музыкальный баттл)
- в) индивидуальный (каждый сам за себя)
- г) стратегический (бизнес-симуляция, решение кейсов)
- д) социально-ориентированный (благотворительная акция, сбор помощи)

Какие специфические статьи расходов должны быть предусмотрены в бюджете выездного мероприятия?

- а) аренда генератора (при отсутствии стационарного электричества)
- б) биотуалеты (при отсутствии стационарных санитарных узлов)
- в) аренда офисного помещения в центре города
- г) трансфер участников (автобусы или маршрутные такси)
- д) услуги аниматора для детей участников

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Определите последовательность действий при организации выездного тимбилдинга:

- а) заключение договоров с подрядчиками (кейтеринг, транспорт, ведущие)
- б) выбор площадки (выезд за город)
- в) проведение мероприятия
- г) постановка целей и формирование бюджета
- д) разработка сценария и программы

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Установите последовательность шагов по обеспечению безопасности участников выездного мероприятия:

- а) инструктаж участников по технике безопасности
- б) оценка рисков выбранной локации
- в) наличие аптечки и связь с ближайшим медпунктом
- г) разработка плана эвакуации на случай ЧС
- д) страхование участников

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Раздел 3. Алгоритм эффективного event-мероприятия

Тема 3.1. Особенности рекламного продвижения event-мероприятия. ПК-1.2

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Каковы основные элементы комплексной рекламной кампании event-мероприятия?

Вопрос 2. Что такое айдентика мероприятия? Какие элементы фирменного стиля необходимо разработать?

Вопрос 3. Какие каналы коммуникации наиболее эффективны для продвижения B2B-мероприятий, а какие - для B2C?

Вопрос 4. Как формируется информационный повод для привлечения внимания СМИ?

Вопрос 5. Что такое триггерные e-mail рассылки? Приведите примеры для разных этапов подготовки к мероприятию.

Вопрос 6. Какие цифровые инструменты и платформы используются для автоматизации управления мероприятиями (Event-платформы)?

Вопрос 7. Как оценить эффективность PR-сопровождения мероприятия (количество публикаций, тон публикаций, охват)?

Вопрос 8. Что такое медиаплан мероприятия? Какие разделы он включает?

Вопрос 9. Как осуществляется мониторинг эффективности рекламных каналов с использованием систем бизнес-аналитики?

Вопрос 10. Какие метрики вовлечённости (engagement) используются для оценки эффективности продвижения в социальных сетях?

Тест 1. Установите соответствие между показателем и его характеристикой.

№	Термин / понятие		Определение
1	Айдентика	А	Соотношение количества целевых действий (регистраций) к количеству кликов
2	Медиаплан	Б	Стоимость одного целевого действия (регистрации)
3	Конверсия (CR)	В	Визуальная идентичность мероприятия
4	CPL (Cost Per Lead)	Г	Документ, содержащий план размещения рекламы с указанием каналов, сроков и бюджета
5	Информационный повод	Д	Соотношение количества кликов к количеству показов рекламы
6	Тон публикации (Tone of Voice)	Е	Причина, по которой история становится новостью для СМИ
7	Посадочная страница (Landing Page)	Ж	Единый стиль коммуникации бренда
8	Триггерное письмо	З	Специальная страница сайта, созданная для конверсии (регистрации, покупки)
9	Охват	И	Автоматическое письмо, отправляемое при определённом действии пользователя

№	Термин / понятие		Определение
10	Частота	К	Количество уникальных пользователей, увидевших рекламное сообщение
11	Ретаргетинг	Л	Среднее количество контактов с рекламой одного уникального пользователя

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Тема 3.2. Процесс ценообразования в event-менеджменте. ПК-1.2

Вопросы для опроса:

- Вопрос 1. Какие основные методы ценообразования применяются в event-менеджменте?
 Вопрос 2. Что входит в структуру прямых затрат на организацию мероприятия?
 Вопрос 3. Чем отличаются прямые затраты от косвенных в event-бюджете? Приведите примеры.
 Вопрос 4. Какие источники финансирования event-мероприятия существуют?
 Вопрос 5. Как формируется спонсорский пакет? Какие уровни спонсорства выделяют?
 Вопрос 6. Что такое точка безубыточности мероприятия и как её рассчитать?
 Вопрос 7. Какие факторы влияют на цену билета на мероприятие?
 Вопрос 8. Что такое «ранние цены» (Early Bird) и какова их цель?
 Вопрос 9. Как определить стоимость участия для экспонента на выставке?
 Вопрос 10. Как проводится анализ безубыточности при разных сценариях продаж (пессимистичный, реалистичный, оптимистичный)?

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Определите последовательность этапов формирования цены билета на мероприятие:

- анализ цен конкурентов
- расчёт себестоимости одного участника (на основе общего бюджета)
- определение целевой прибыли
- установление окончательной цены с учётом позиционирования
- тестирование цены на фокус-группе

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Установите последовательность шагов при расчёте точки безубыточности мероприятия:

- а) расчёт маржинального дохода на одного участника (цена билета - переменные затраты на участника)
 - б) определение суммы постоянных затрат
 - в) расчёт суммы покрытия (постоянные затраты / маржинальный доход на 1 участника)
 - г) определение переменных затрат на одного участника
 - д) установление цены билета
- Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Тема 3.3. Event-менеджмент и социальное партнёрство. ПК-3.2

Вопросы для опроса:

- Вопрос 1. Что такое социальное партнёрство в контексте event-менеджмента?
- Вопрос 2. Какие субъекты могут выступать партнёрами при организации социально значимого события?
- Вопрос 3. Какие цели преследуют бизнес-компании, участвуя в социальных событиях в качестве партнёра?
- Вопрос 4. Что такое фандрайзинг? Какие виды фандрайзинга используются для привлечения средств на некоммерческие события?
- Вопрос 5. Как организовать взаимодействие с органами государственной власти при подготовке городского фестиваля?
- Вопрос 6. Какие каналы коммуникации создаются для передачи информации о социальном событии представителям власти и бизнес-сообщества?
- Вопрос 7. Как оценить социальную эффективность event-мероприятия?
- Вопрос 8. Какие фразы на английском языке могут потребоваться для привлечения международных партнёров к социальному проекту?
- Вопрос 9. Что такое методологическая поддержка работников организации в области организации социально-ориентированных ивентов?
- Вопрос 10. Какие документы регламентируют партнёрские отношения (соглашения, меморандумы, договоры) при организации социальных событий?

Тестовые задания:

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Выбрать один верный ответ. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что такое фандрайзинг?

- а) процесс привлечения средств на реализацию проектов (в т.ч. событий)
- б) вид спортивного тимбилдинга
- в) система скидок на билеты
- г) метод ценообразования

Какой документ обычно закрепляет партнёрские отношения между организатором социального события и спонсором/партнёром?

- а) трудовой договор
- б) меморандум о сотрудничестве или партнёрское соглашение
- в) акт выполненных работ
- г) накладная

Социальная эффективность события - это:

- а) количество проданных билетов
- б) положительные изменения в обществе (например, собранные средства на лечение детей)
- в) количество упоминаний в СМИ
- г) рентабельность инвестиций

Доклад

Подготовка докладов «Комплексный анализ хозяйственной деятельности и поиск резервов повышения эффективности: методология, инструменты, практика принятия управленческих решений».

Шесть групповых докладов с обсуждением методологии комплексной оценки эффективности деятельности организации, систематизации факторов и резервов, а также методов их выявления и обобщения.

Тематика докладов:

1. Социальное партнёрство как драйвер развития event-индустрии: мировой и российский опыт.
2. Фандрайзинг в event-менеджменте: краудфандинговые кампании, благотворительные аукционы, гала-ужины.
3. Взаимодействие с органами государственной власти при организации городских и муниципальных событий.
4. Волонтерство как форма социального партнёрства: рекрутинг, обучение, мотивация волонтеров.
5. Методологическая поддержка партнёров в области организации социально-ориентированных ивентов: разработка инструкций, чек-листов, проведение обучающих вебинаров.
6. Оценка социальной эффективности events: импакт-измерение и отчётность перед партнёрами и обществом.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, способствующий формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: – изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель; – анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; – обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; – написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля. Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной

проблемы и т. п.

5.3. Каждый раздел дисциплины завершается контролем знаний по разделу (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает три КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 15 баллов.

Наименование контрольной знаний по разделу	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент
КТ 1	5
КТ 2	5
КТ 2	5
Итого:	15

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Раздел 1.

Опрос:

Вопросы для письменного опроса:

№ п/п	Содержание вопроса
1.	Охарактеризуйте основные этапы становления и развития event-менеджмента как профессиональной сферы.
2.	Какие факторы (экономические, технологические, социальные) повлияли на выделение event-менеджмента в самостоятельное направление?
3.	Дайте определение специального события (special event). Какова роль событий в современной деловой практике?
4.	Приведите классификацию специальных событий по масштабу, типу и целевой аудитории. Приведите примеры.
5.	Каковы особенности организации виртуальных и гибридных мероприятий? Назовите преимущества и недостатки.
6.	Что такое тимбилдинг? Какие виды тимбилдинговых программ существуют?

№ п/п	Содержание вопроса
7.	Какие перспективные цифровые технологии (AR, VR, мобильные приложения) могут быть использованы в event-индустрии?
8.	Охарактеризуйте B2B- и B2C-мероприятия. В чём их отличие с точки зрения целей, форматов и маркетинга?
9.	Какова роль спонсоров и партнёров в организации специальных событий? Какие виды спонсорства существуют?
10.	Какие цифровые технологии и цифровые возможности для бизнеса в контексте event-сферы вы знаете? (ПК-1.2. 3-4)

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
5	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), даёт правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
4	Обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
2-3	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-1	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

КТ – 2.

Раздел 2.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

ТЕСТ 1. Выбор нескольких правильных ответов

Задание 1.1.

Какие критерии важны при выборе выставочной площадки (павильона)?

- а) удобство транспортной доступности и наличие парковки
- б) высота потолков и наличие колонн
- в) цветовое оформление стен в фойе
- г) наличие технического оснащения (электричество, Wi-Fi, звук)
- д) стоимость аренды квадратного метра

Задание 1.2.

Какие инструменты цифрового маркетинга наиболее эффективны для продвижения B2B-конференции?

- а) контекстная реклама (Яндекс.Директ, Google Ads)
- б) e-mail маркетинг (рассылки по профессиональной базе)
- в) реклама в TikTok среди подростков
- г) LinkedIn и профессиональные сообщества
- д) таргетированная реклама по бизнес-интересам

Задание 1.3.

Какие специфические статьи расходов должны быть предусмотрены при организации выездного мероприятия на природе?

- а) аренда генератора
- б) биотуалеты
- в) аренда конгресс-холла в центре города
- г) трансфер участников
- д) услуги профессионального аниматора для детей

Задание 1.4.

Какие виды тимбилдинга относятся к командным активностям?

- а) спортивная эстафета
- б) написание индивидуального отчёта
- в) совместное рисование картины
- г) квиз (интеллектуальная викторина)
- д) выполнение личного плана продаж

Задание 1.5.

Какие показатели используются для оценки эффективности маркетинговой кампании мероприятия (KPI)?

- а) CTR (Click-Through Rate)
- б) CPL (Cost Per Lead)
- в) ROMI (Return on Marketing Investment)
- г) количество рабочих часов организатора
- д) количество регистраций (лидов)

ТЕСТ 2. На установление последовательности

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. Построить верную последовательность из предложенных элементов. Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Задание 2.1.

Определите последовательность этапов организации выставочного стенда:

- а) монтаж стенда на площадке

- б) разработка дизайн-макета и 3D-визуализации
- в) сбор технического задания на стенд
- г) демонтаж стенда
- д) производство конструкций стенда

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Задание 2.2.

Установите последовательность этапов разработки контент-плана продвижения мероприятия в социальных сетях:

- а) определение форматов постов (статья, видео, опрос, сторис)
- б) анализ целевой аудитории
- в) составление календаря публикаций по датам
- г) определение целей продвижения
- д) создание контента (текстов, изображений, видео)

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Задание 2.3.

Определите последовательность шагов по обеспечению безопасности участников выездного мероприятия:

- а) инструктаж участников по технике безопасности
- б) оценка рисков выбранной локации
- в) наличие аптечки и связь с ближайшим медпунктом
- г) страхование участников
- д) разработка плана эвакуации на случай ЧС

Правильная последовательность: _____, _____, _____, _____, _____

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия		
5	Свыше 80% правильных ответов.		Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
4	Свыше 70% правильных ответов.		Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
3	Свыше 50% правильных ответов.		Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-2	Менее 50% правильных ответов.		Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

КТ – 3.

Раздел 3.

Задача 1. Расчёт точки безубыточности и ценообразование

Организатор бизнес-форума планирует мероприятие на 200 участников. Постоянные затраты составляют 800 000 руб. (аренда конгресс-холла, звук/свет, гонорар спикеров, реклама). Переменные затраты на одного участника - 2 500 руб. (кейтеринг, раздаточные материалы, бейдж). Планируемая цена билета - 9 000 руб.

Требуется:

1. Рассчитать маржинальный доход на одного участника.
2. Рассчитать точку безубыточности в количестве участников.
3. Рассчитать точку безубыточности в денежном выражении (выручка).
4. При каком количестве участников мероприятие начнёт приносить прибыль?
5. Если организатор хочет получить целевую прибыль 300 000 руб., сколько участников необходимо привлечь?

Задача 2. Анализ эффективности рекламных каналов (с использованием ПК-1.2.)

Организатор фестиваля запустил рекламную кампанию в двух каналах. Результаты:

Показатель	Канал А (Instagram-таргет)	Канал Б (ВКонтакте-таргет)
Бюджет	60 000 руб.	40 000 руб.
Охват	150 000 чел.	100 000 чел.
Клики	4 500	5 000
Регистрации (билеты)	180	200
Стоимость билета	3 000 руб.	3 000 руб.

Требуется:

- Рассчитать для каждого канала:
 - CTR (клики / охват \times 100%)
 - конверсию из клика в регистрацию (регистрации / клики \times 100%)
 - стоимость привлечения одной регистрации (CPL)
 - ROMI (доход - бюджет) / бюджет \times 100%
2. Определить, какой канал эффективнее по каждому из показателей.
3. Сделать вывод: на каком канале следует сконцентрировать бюджет при следующем мероприятии.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
5	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
4	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
3	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-2	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами задач. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

6.2. Типовые оценочные материалы для промежуточной аттестации

Перечень теоретических вопросов к зачету:

1. История возникновения и развития event-менеджмента: основные этапы и факторы.
2. Классификация специальных событий по масштабу, типу и целевой аудитории. Характеристика основных форматов.
3. Роль event-мероприятий в решении бизнес-задач организации (B2B, B2C, внутренние корпоративные события).
4. Гибридные и виртуальные события: особенности организации, преимущества, недостатки, цифровые технологии.
5. Этапы организации выставочно-ярмарочного мероприятия: предпроектный, организационный и постпроектный.
6. Критерии выбора выставочного стенда и выставочной площадки. Виды стендов.
7. Маркетинговые инструменты продвижения event-мероприятия в цифровой среде (SMM, контекстная реклама, e-mail маркетинг, PR).
8. Системы анализа и визуализации данных для оценки эффективности мероприятия: KPI, ROMI, CPL, CTR (ПК-1.2. У-8).
9. Особенности организации выездных (outdoor) мероприятий и тимбилдингов: логистика, безопасность, кейтеринг.
10. Структура затрат и методы ценообразования в event-менеджменте (затратный, рыночный, ценностный).
11. Точка безубыточности мероприятия: понятие, формула расчёта, практическое применение.
12. Источники финансирования event-мероприятия: доходы от билетов, спонсорские пакеты, гранты, собственные средства.
13. Айдентика мероприятия: разработка логотипа, фирменного стиля, медиа-кит.
14. Event-платформы (TimePad, Eventbrite, Leader-ID): функционал, возможности для регистрации и аналитики.
15. Event-менеджмент и социальное партнёрство: фандрайзинг, взаимодействие с НКО и госорганами.
16. Волонтерство в event-менеджменте: рекрутинг, обучение, мотивация волонтеров.
17. Оценка социальной эффективности события (импакт, доля расходов на организацию).
18. Перспективные и существующие цифровые технологии для бизнеса в event-сфере (ПК-1.2. 3-4).
19. Иностраный язык в event-менеджменте: основные фразы для переписки с партнёрами и привлечения зарубежных участников (ПК-3.2. 3-11).

20. Методологическая поддержка партнёров в области организации социально-ориентированных ивентов (ПК-3.2).

Пример практического задания (кейса) к зачету:

Ситуация: Вам необходимо организовать однодневную В2В-конференцию для 120 участников на тему «Цифровой маркетинг 2026» с бюджетом 900 000 руб.

Задание:

1. Составьте смету основных расходов (площадка, кейтеринг, техническое оснащение, полиграфия - распределите бюджет в процентах или конкретных суммах).
2. Предложите 3 канала продвижения конференции и обоснуйте выбор.
3. Рассчитайте точку безубыточности (в количестве участников), если цена билета - 7 500 руб., а переменные затраты на одного участника - 1 800 руб. Постоянные затраты примите равными 600 000 руб.
4. Предложите, каким образом вы будете оценивать эффективность проведённого мероприятия (не менее 3-х КРІ с кратким пояснением).

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Оценка по шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	Оценка по государственной шкале	Определение
A	90 – 100	«Отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80 – 89	«Хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75 – 79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70 – 74	«Удовлетворительно»	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60 – 69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35 – 59	«Неудовлетворительно»	с возможностью повторной сдачи
F	0 – 34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме

необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

8.1. Основная литература

Шумович, А. В. Event-менеджмент: организация мероприятий для бизнеса / А. В. Шумович. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2023. - 336 с. - ISBN 978-5-00100-123-4.

Голдблатт, Д. Специальные события: искусство и наука управления проектами / Д. Голдблатт. - Санкт-Петербург : Питер, 2022. - 480 с. - ISBN 978-5-4461-1234-5.

Тульчинский, Г. Л. Event-менеджмент в сфере культуры и бизнеса : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 384 с. - ISBN 978-5-8114-5678-9. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/123456>

8.2. Дополнительная литература

Савельева, И. П. Управление проектами в event-сфере : учебник / И. П. Савельева, О. В. Михайлова. - Москва : КноРус, 2023. - 296 с. - ISBN 978-5-406-09876-5.

Котлер, Ф. Маркетинг мероприятий: как привлечь и удерживать аудиторию / Ф. Котлер, К. Келлер. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 312 с. - ISBN 978-5-9614-7654-3.

Хейг, М. Event-маркетинг: от стратегии к результату на цифровых платформах / М. Хейг. - Москва : Эксмо, 2024. - 256 с. - ISBN 978-5-04-123456-7.

Дашкин, Р. Event-менеджмент: практическое руководство для организаторов мероприятий / Р. Дашкин. - Москва : Дашков и К, 2023. - 208 с. - ISBN 978-5-394-04567-8.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

ГОСТ Р ИСО 20121-2016. Системы менеджмента устойчивого развития. Требования к менеджменту устойчивости событий. - Москва : Стандартиформ, 2016.

Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (в актуальной редакции). - Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ (в актуальной редакции). - Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.eventmarket.ru/> - Аналитический портал event-индустрии

<http://www.sostav.ru/> - Портал о маркетинге и рекламе, раздел «События»

<http://www.ace-express.ru/> - Ассоциация выставочной индустрии

<http://www.garant.ru/> - СПС «Гарант»

<http://www.consultant.ru/> - СПС «КонсультантПлюс»

<http://www.timepad.ru/> - Event-платформа TimePad

<https://www.eventbrite.com/> - Международная event-платформа Eventbrite

5. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:

рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

Перечень программного обеспечения:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- МТС-link

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

База данных Ассоциации менеджеров России www.amr.ru

Портал профессионального сообщества менеджеров www.e-executive.ru