

**ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский)  
университет**



« 25 » 06 2025, протокол № 25

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.03.02 Ивент менеджмент**

**Автор (ы) Товмасян Л. Г.**  
*Ф.И.О, ученое звание (при наличии), ученая степень (при наличии)*

**Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**  
**Наименование образовательной программы: бакалавриат**

# 1. АННОТАЦИЯ

## 1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины

Дисциплина способствует формированию и систематизации совокупности знаний, умений и практических навыков в отрасли организации и реализации событийных проектов (ивент-менеджмент), а также развитию предпринимательских качества в сфере событийных проектов.

1.2. 2 академических кредитах 72 часах (16 лекций, 16 практ.зан.), формы итогового контроля - зачет;

## 1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности

Данная дисциплина взаимосвязана со следующими дисциплинами: «Основы менеджмента», «Корпоративная культура», «Корпоративная культура» и т.д.

## 1.4. Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций(в соответствии рабочим с учебным планом)
УК – 4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1	Знает особенности устного и письменного общения на русском и иностранном языках; правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации.
		УК-4.2	Умеет применять различные методы делового общения на русском и иностранном языках как в устной, так и в письменной форме.
		УК-4.3	Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках
УК – 5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1	Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте.
		УК-5.2	Понимает и воспринимает разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
		УК-5.3	Владеет навыками взаимодействия

			в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения; а также навыками толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
ПК-8	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.	ПК-8.1	Знать технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур;
		ПК-8.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
		ПК-8.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.
ПК – 9	Способен организовывать PR мероприятия и мероприятия, способствующие увеличению продаж рекламной продукции	ПК-9.1.	Знать: Основные принципы организации рекламной кампании; Основы проектной деятельности; Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		ПК-9.2	Уметь: Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию

		ПК-9.3.	Владеть: современными информационно-коммуникационными технологиями, в том числе интернет-технологиями; навыками вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
--	--	---------	--

## 2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

### 2.1. Цели и задачи дисциплины

В результате освоения дисциплины студенты будут знать:

- ключевые понятия, цели и задачи ивент-менеджмента;
- правила организации и базовые схемы реализации ивент- менеджмента;
- характерные ошибки, которых следует избегать в рамках ивент-менеджмента.

Будут уметь:

- составлять и описывать модель проведения ивент-менеджмента;
- проводить аналитическую обработку разных видов информации по различным параметрам для ивент-менеджмента;
- подготавливать итоговые информационные материалы, а также осуществлять их редактирование для ивент-менеджмента.

После прохождения данной дисциплин у студента будут сформированы следующие знания, навыки и умения:

- использовать терминологию в области ивент-менеджмента;
- формулировать цель и задачи мероприятия;
- формировать команду ивент-проекта и распределять обязанности внутри нее;
- составлять action-план ивент-проекта;
- формировать бюджет/проектно-сметную документацию проекта;
- формировать программу и тайминг ивента;
- применять передовые технологии в маркетинге, интертейнменте для создания качественного контента ивент-проектов;
- разрабатывать сценарный план ивент-проекта;
- формировать презентацию ивент-проекта.

**2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах) (удалить строки, которые не будут применены в рамках дисциплины)**

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		<u>7</u> сем	<u>      </u> сем	<u>      </u> сем	<u>      </u> сем.	<u>      </u> сем	<u>      </u> сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1.Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>							
1.1.Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1.Лекции		<b>16</b>					
1.1.2.Практические занятия, в т. ч.		<b>16</b>					
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов							
1.1.2.2. Кейсы							
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги							
1.1.2.4. Контрольные работы							
1.1.2.5. Другое (указать)							
1.1.3.Семинары							
1.1.4.Лабораторные работы							
1.1.5.Другие виды (указать)							
1.2.Самостоятельная работа, в т. ч.:		<b>40</b>					
1.2.1. Подготовка к экзаменам							
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)							
1.2.2.1.Письменные домашние задания							
1.2.2.2.Курсовые работы							
1.2.2.3.Эссе и рефераты							
1.2.2.4.Другое (указать)							
1.3. Консультации							
1.4. Другие методы и формы занятий							
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)		<b>Зачет</b>					

**2.3. Содержание дисциплины**

**2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану**

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)
<b>1</b>	<b>2=3+4+5+6 +7</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Тема 1. Рассмотрение понятия, целей и задач ивент-менеджмента		2	2		
Тема 2. Рассмотрение базовых схем ивент-менеджмента на современном		2	2		
Тема 3. Рассмотрение основных моделей ивент-менеджмента		2	2		
Тема 4. Аналитическая обработка информации в рамках ивент-менеджмента		2	2		
Тема 5. Рассмотрение особенностей формирования команды ивент-проекта		2	2		
Тема 6. Структура и этапы проведения мероприятия		2	2		
Тема 7. Рассмотрение особенностей контента ивент-проектов		2	2		
Тема 8. Сценарный план ивент-проекта Тема 9. Особенности оформления документации		2	2		
<b>ИТОГО</b>		<b>16</b>	<b>16</b>		

### 2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

#### **Тема 1. Рассмотрение понятия, целей и задач ивент-менеджмента**

Анализ понятия ивент-менеджмента. Формирование целей и задач мероприятия.

#### **Тема 2. Рассмотрение базовых схем ивент-менеджмента на современном этапе**

Анализ правил организации и основных направлений реализации ивент-менеджмента. Рассмотрение современных тенденции в сфере ивент-менеджмента.

#### **Тема 3. Рассмотрение основных моделей ивент-менеджмента**

Анализ моделей проведения ивент-менеджмента и разработка навыков по составлению модели ивент-менеджмента.

#### **Тема 4. Аналитическая обработка информации в рамках ивент-менеджмента**

Рассмотрение аналитической обработки различных видов информации по разным параметрам для ивент-менеджмента. Подготовка итоговых информационных материалов, а также осуществление их редактирования.

#### **Тема 5. Рассмотрение особенностей формирования команды ивент-проекта**

Анализ особенностей формирования команды ивент-проекта и распределения обязанности внутри данной группы.

#### **Тема 6. Структура и этапы проведения мероприятия**

Рассмотрение особенностей составления action-план ивент-проекта, формирование программы и тайминга ивента.

#### **Тема 7. Рассмотрение особенностей контента ивент-проектов**

Анализ применения передовых технологий в маркетинге, мероприятия для создания качественного контента ивент-проектов.

#### **Тема 8. Сценарный план ивент-проекта**

Разработка сценарного плана ивент-проекта как фактор успеха мероприятия.

#### **Тема 9. Особенности оформления документации**

Формирование бюджет/проектно-сметной документации проекта как элемент ивент-менеджмента.

##### **2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума**

Во время семинарских/практических занятий закрепляется лекционный материал, обсуждаются домашние задания, проводится контроль над полученными знаниями.

##### **2.3.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Аудитория, оснащенная мультимедиа техникой и доступом к интернету.

#### **2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей**

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)	Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	М1 <sup>1</sup>	М2	М1	М2	М1	М2		
<b>Вид учебной работы/контроля</b>	М1 <sup>1</sup>	М2	М1	М2	М1	М2		
Контрольная работа <i>(при наличии)</i>	0,5							
Устный опрос <i>(при наличии)</i>								
Тест <i>(при наличии)</i>								
Лабораторные работы <i>(при наличии)</i>								
Письменные домашние задания <i>(при наличии)</i>	0,5							
Реферат <i>(при наличии)</i>								
Эссе <i>(при наличии)</i>								
Проект <i>(при наличии)</i>								
<i>Другие формы (при наличии)</i>								
Веса результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей								
Веса оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей								
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей								
Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке								

<sup>1</sup> Учебный Модуль

промежуточных контролей								
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								0,5
<b>Вес итогового контроля (Экзамен/зачет)</b> в результирующей оценке итогового контроля								0,5
	$\Sigma = 1$							

### 3. Теоретический блок (указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)

#### 3.1. Материалы по теоретической части курса

3.1.1. Учебник(и);

3.1.2. Учебное(ые) пособие(я);

#### Основная литература

1. Румянцев Д., Франкель Н. “Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий”, Питер, 2019.
2. Шумович А., Берлов А. “Смешивать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий”, Манн, Иванов и Фербер, 2017.
3. Razaq Raj, Paul Walter & Tahir Rashid “Events management principles and practice”, Sage, 2015

#### Дополнительная литература

1. Андреева Г.М., Социальная психология: Учебник. – 2-е изд., М.: Изд-во МГУ, 1988. – 432 с.
2. Афанасьев В.Г., Человек в управлении обществом., М.: Политиздат, 1977. – 382 с.
3. Богданов Е., Зазыкин В., Психологические основы «Паблик рилейшнз» 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. - 204 с.
4. Бодалев А.А., Восприятие и понимание человека человеком М.:изд-во МГУ,1982.- 324 с.
5. Вердербер Р., Вердербер К., Психология общения. - СПб: Прайм-Еврознак, 2003. – 320 с.
6. Доскова И.С., PR теория и практика, М., 2004. – 152 с.
7. Зверинцев А.Б., Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR: 2-е изд., СПб.: СОЮЗ, 1997, - 288 с.
8. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н., Связи с общественностью: Учебное пособие для высшей школы/ Под общей ред. С.Д. Резника. – 3-е изд. – М.: Академический Проект, 2005. – 432 с.

9. Лебедев-Любимов А.Н., Психология рекламы. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 384 с.
10. Панфилова А.П. Психология общения, - М.,: Академия, 2013. – 368 с.
11. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.:2009. – 651 с.
12. John M. T. Balmer and Stephen A. Greyser “Perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing”, Taylor & Francis e-Library, 2003.

#### **4. Фонды оценочных средств (указываются материалы, необходимые для проверки уровня знаний в соответствии с содержанием учебной программы дисциплины).**

##### **4.1. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов**

1. Ключевые понятия ивент-менеджмента
2. Цели и задачи ивент-менеджмента
3. Правила организации ивент- менеджмента
4. Базовые схемы реализации ивент- менеджмента
5. Распространенные ошибки в рамках ивент-менеджмента
6. Модель проведения ивент-менеджмента
7. Аналитическая обработка информации для ивент-менеджмента
8. Информационные материалы ивент-менеджмента
9. Терминология в области ивент-менеджмента
10. Цели и задачи мероприятия
11. Action-план ивент-проекта
12. Бюджет/проектно-сметная документация проекта
13. Программа и тайминг ивента
14. Передовые технологии в маркетинге, интертейнменте в рамках ивент-проектов
15. Разработка сценарного плана ивент-проекта
16. Презентация ивент-проекта

#### **5. Методический блок**

##### **5.1. Методика преподавания**

Методика преподавания основана на принципе интерактивности, целью является максимальная вовлеченность студентов в учебный процесс, посредством использования ролевых игр, обсуждений кейсов и примеров. Лекции основываются на принципе поэтапности.

Данная методика предназначена для подготовки студентов к самостоятельному анализу и подкреплению знаний.

- 5.1.1. Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Методический материал, обеспечивает эффективную организацию самостоятельной работы студентов на основе систематизированной информации по темам семинарских занятий курса. В процессе изучения дисциплины «Корпоративный имидж» практические занятия и активное участие в семинарах – показательные этапы оценки профессиональных знаний студента,

поэтому важна роль подготовки к данным видам занятий. Качественная теоретическая база знаний студента обеспечивает формирование представлений о связях вопросов практических и семинарских занятий с другими дисциплинами специальности.