

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета экономики

 В.С. Отто

«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Уровень основной профессиональной образовательной программы бакалавриат

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки – Международная торговля

Форма обучения очная

Сроки освоения ОПОП 4 года - нормативный

Факультет экономики

Кафедра предпринимательства и планирования экономической деятельности

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины являются формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций установленных ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело» в процессе изучения процессов управления проектами и организацией мероприятий, event-менеджмента и маркетинга событий.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина «Ивент-менеджмент» относится к курсам по выбору вариативной части Блока1 основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению «Торговое дело» направленность(профиль) «Международная торговля».

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- Интернет-маркетинг / Цифровой маркетинг;
- Маркетинг в торговой деятельности;
- Международный маркетинг и маркетинговые исследования

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Аналитические технологии в маркетинге / Аналитические технологии в экономике;
- Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты;
- Производственная практика (Научно-исследовательская работа).

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных (ОПК), профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	процесс управления проектами и организации мероприятий; методы анализа внешней среды; методы оценки затрат;	проводить анализ внешней среды при организации ивент-мероприятий; разрабатывать стратегию проведения мероприятий; проводить оценку затрат на проведение мероприятий;	навыками организации и проведения мероприятий; навыками составления сметы затрат на проведение мероприятий;
2	ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	методы проведения маркетингового анализа при подготовке мероприятий	проводить маркетинговый анализ при реализации проекта ивент-мероприятий	навыками проведения маркетингового анализа при реализации проекта ивент-мероприятий
3	ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	источники информации для разработки и внедрения инноваций в профессиональную деятельность	проводить анализ и применять инновации в профессиональной деятельности	навыками разработки и внедрения инноваций при проведении мероприятий

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА					
Цель дисциплины		Целями освоения учебной дисциплины являются формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций установленных ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело» в процессе изучения теории и практики современной экономики региона, овладения знаниями о состоянии и тенденциях развития территорий Российской Федерации.			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Формы оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<p><u>Знать</u> процесс управления проектами и организации мероприятий; методы анализа внешней среды; методы оценки затрат;</p> <p><u>Уметь</u> проводить анализ внешней среды при организации ивент-мероприятий; разрабатывать стратегию проведения мероприятий; проводить оценку затрат на проведение мероприятий;</p> <p><u>Владеть</u> навыками организации и проведения мероприятий; навыками составления сметы затрат на проведение мероприятий;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - лекции и практические занятия; - изучение литературы по дисциплине; - выполнение самостоятельной работы 	Собеседование Кейс Творческое задание Зачет	<p>ПОРОГОВЫЙ может проводить поверхностный анализ и оценку в соответствии с поставленными целями и участвовать в разработке стратегии ивент-менеджмента</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ - на высоком уровне проводит анализ и оценку в соответствии с поставленными целями и принимает решения при разработке стратегии ивент-менеджмента</p>
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной	<p><u>Знать</u> методы проведения маркетингового анализа при подготовке мероприятий</p> <p><u>Уметь</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> - лекции и практические занятия; - изучение литературы по дисциплине; - выполнение 	Собеседование Кейс Творческое задание Зачет	<p>ПОРОГОВЫЙ проводит маркетинговые исследования на основе вторичных источников информации</p>

	деятельности	проводить маркетинговый анализ при реализации проекта ивент-мероприятий <u>Владеть</u> навыками проведения маркетингового анализа при реализации проекта ивент-мероприятий	самостоятельной работы		профессиональной деятельности ПОВЫШЕННЫЙ проводит на высоком уровне маркетинговые исследования на основе первичных и вторичных источников информации в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	<u>Знать</u> источники информации для разработки и внедрения инноваций в профессиональную деятельность <u>Уметь</u> проводить анализ и применять инновации в профессиональной деятельности <u>Владеть</u> навыками разработки и внедрения инноваций при проведении мероприятий	- лекции и практические занятия; - изучение литературы по дисциплине; - выполнение самостоятельной работы	Собеседование Кейс Творческое задание Зачет	ПОРОГОВЫЙ может обоснованно формулировать предложения при разработке инновационных методов, средств и технологий в ивент-менеджменте ПОВЫШЕННЫЙ может обоснованно формулировать и внедрять в практику предложения при разработке инновационных методов, средств и технологий в ивент-менеджменте

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		№8	
		часов	
1	2	3	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	48	48	
В том числе:			
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	32	32	
Лабораторные работы (ЛР)			
2. Самостоятельная работа студента (всего)	60	60	
В том числе			
<i>СРС в семестре:</i>	60	60	
Курсовая работа	КП		
	КР		
Другие виды СРС:			
– решение кейса	34	34	
- подготовка к собеседованию	4	4	
- подготовка творческого задания	22	22	
<i>СРС в период сессии</i>			
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	Зачет	Зачет
	экзамен (Э)		
ИТОГО: Общая трудоемкость	часов	108	108
	зач. ед.	3	3

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий <https://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2/login/index.php>, Zoom

2.3. Лабораторный практикум: не предусмотрен учебным планом

2.4. Примерная тематика курсовых работ: не предусмотрены планом

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
8	1	Понятие ивент-менеджмента. Создание стратегии мероприятия	Роль event-менеджмента в бизнесе: как подняться на новый уровень. Стратегия и концепция события: как создать. Позиционирование и брендинг: как нащупать уникальность и донести ее до клиентов. CJM. MVP. Анализ event-рынка. Внешняя среда и позиционирование
	2	Управление командой	Роль event-руководителя. Проект. Критерии, роли. Как

		определить, кто нужен в команду. Как сформировать команду под событие. Волонтеры. Как мотивировать людей работать бесплатно. Как эффективно управлять проектной деятельностью. Как управлять коммуникациями и получить из них максимум.
3	Бюджетирование мероприятий. Оценка эффективности	Unit-экономика проекта. Определение оптимального бюджета с распределением по статьям расходов. Расходы, компенсируемые за счет внешних интеграций. ROI мероприятия. Процент посещаемости. Как определить норму для своего события. NPS. YouScan. Как измерить тональность Аналитика переходов участников.
4	Реализация проекта	Паспорт проекта. Roadmap (дорожная карта) события. Брифы и технические задания. Как быть понятным. Какой трекер или программу выбрать для контроля проекта. Тестовый запуск проекта и получение обратной связи. Какие выгоды извлечь из ошибок. Форс-мажоры. Как подготовиться Оценка результатов проекта с ориентацией на KPI.
5	Участники рынка. Контент	Партнеры и спонсоры. Лидеры мнений. Как на старте получить охваты. Спикеры и ведущие. Договор. Портфолио спикера. Как упаковать и подготовить материал к событию. Контент-план Коммерческие тексты. Макеты. Видео. Интерактивные механики. Пакет материалов для рекламной кампании. Переупаковка проекта в новые форматы.
6	Рекламная кампания	План digital-продвижения. Как анонсировать проект с учетом ЦА. Каналы лидогенерации. Какой сработает в вашем случае. Как спланировать бюджет рекламных кампаний и выиграть. Как настраивать рекламные кампании в кабинетах Facebook/Instagram. Как оценить эффективность рекламных кампаний. Оптимизация.
7	Разработка сайта мероприятия. Техническая поддержка события	Процесс разработки сайта. Формирование требований. Проектирование и дизайн Разработка технического задания. Декомпозиция. Платформы. Прямой эфир. Чек-лист подготовки Оборудование.
8	Коммуникации с аудиторией. Постпродакшн мероприятия	Ответы на вопросы, упоминания и сообщения. Работа с возражениями. Как отработать негатив Скрипты ответов. Модераторы в чате. Как подготовиться к нестандартным вопросам Интерактив с аудиторией. Как вовлечь через чаты и соц.сети. Благодарность как неотъемлемая часть мероприятия. Видео- и фотоматериалы, записи выступлений. Отзывы как часть продвижения события. Как собрать и замерить после мероприятия. Закрывающие документы как важный этап финализации договоренностей. Анонсы, рассылки, статьи, интервью и пост-анонсирование. Оценка коммуникаций через CRM.

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля.

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестрам)				
			Л	ПЗ/С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	7	8	8
8	1	Понятие ивент-менеджмента. Создание стратегии мероприятия	2	4	6	12	Кейс (1неделя); Собеседование (1неделя);
	2	Управление командой	2	4	6	12	Кейс (2неделя); Собеседование (3неделя);
	3	Бюджетирование мероприятий. Оценка эффективности	2	4	10	16	Кейс (3неделя); Творческое задание (3неделя);
	4	Реализация проекта	2	4	6	12	Кейс (4неделя);
	5	Участники рынка. Контент	2	4	6	12	Кейс (5неделя); Творческое задание (5неделя);
	6	Рекламная кампания	2	4	10	16	Кейс (6неделя); Творческое задание (6неделя);
	7	Разработка сайта мероприятия. Техническая поддержка события	2	4	8	14	Кейс (7неделя);
	8	Коммуникации с аудиторией. Постпродакшн мероприятия	2	4	8	14	Кейс (8неделя); Творческое задание (8неделя);
		ИТОГО за семестр	16	32	60	108	Зачет

Фомы контроля знаний:

- собеседование, доклад с презентацией, дискуссия, зачет

2.3. Лабораторный практикум: не предусмотрен

2.4. Примерная тематика курсовых работ. Не предусмотрены

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

семестра №	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
8	1	Понятие ивент-менеджмента. Создание стратегии мероприятия	Подготовка кейса Подготовка к собеседованию	4 2
	2	Управление командой	Подготовка кейса	4

		Подготовка к собеседованию	2
3	Бюджетирование мероприятий. Оценка эффективности	Подготовка кейса Подготовка творческого задания	4 6
4	Реализация проекта	Подготовка кейса	6
5	Участники рынка. Контент	Подготовка кейса Подготовка творческого задания	2 4
6	Рекламная кампания	Подготовка кейса Подготовка творческого задания	4 6
7	Разработка сайта мероприятия. Техническая поддержка события	Подготовка кейса	8
8	Коммуникации с аудиторией. Постпродакшн мероприятия	Подготовка кейса Подготовка творческого задания	2 6
	Итого в семестре		60

3.2. График работы студента

Семестр №8

Форма оценочного средства	Условное обозначение	Номер недели															
		1	2	3	4	5	6	7	8								
Собеседование	Сб	+	+														
Кейс	К	+	+	+	+	+	+	+	+								
Творческое задание	ТвЗ			+		+	+		+								

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, списком рекомендованной литературы, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и записей по курсу.

В ходе самостоятельной работы необходимо изучить основную литературу и ознакомиться с дополнительной литературой по курсу. Большое значение имеет самостоятельное изучение справочных материалов, федерального и регионального законодательства.

Значительную часть времени на самостоятельную работу по курсу следует посвятить выполнению индивидуальных самостоятельных заданий. Обратит внимание на соблюдение таких требований к информационному поиску, как полнота и точность, использование спектра информационных ресурсов от электронных каталогов библиотек до баз данных научного цитирования.

При подготовке к зачету повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на зачет и содержащихся в данной программе. Использовать конспекты лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратитесь за консультацией и методической помощью к преподавателю.

В процесс освоения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно рабочей программе учебной дисциплины.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, подготовка сообщений/докладов к выступлению на семинаре, и др.

- для формирования умений: выполнение практических заданий и т.д.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Для эффективной организации самостоятельной работы студентов и повышения качества обучения рекомендуется руководствоваться следующими учебно-методическими материалами, имеющимися на кафедре национальной экономики и регионального развития и на официальном сайте:

1. Мартишина Н.В. Электронный образовательный ресурс «Самостоятельная работа студентов»: свидетельство о регистрации ресурса № 20418 / Мартишина Н.В., Еремкина О.В.; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Дата регистрации 21.10.2014. – Объем 196 Мб (200704 Кб).

2. Страхов В.В. Формы организации учебного процесса в вузе [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для молод. преподавателей / В.В. Страхов, Е.Н. Горохова, Т.В. Кременецкая; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Рязань, 2012. – URL: http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wp-content/uploads/2015/04/formy_organizacii_uchebного_processa.pdf/

3. Мишакова Н. А., Истомина Т. И., Енькова М. О. Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для преподавателей / Н. А. Мишакова, Т. И. Истомина, М. О. Енькова; Редакционно-методический центр РГУ имени С. А. Есенина. - Рязань, 2014. – 40 с.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по учебной дисциплине

Рейтинговая система в Университете не используется

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7093-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451340 (дата обращения: 10.08.2020).	1-8	8	ЭБС	
2.	Рукомойникова, В.П. Технологии шоу-бизнеса : учебное пособие : [16+] / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 80 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570651 (дата обращения: 10.08.2020).	1-8	8	ЭБС	
3.	Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450157 (дата обращения: 10.08.2020).	1-8	8	ЭБС	

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование).	1-8	8	ЭБС	

	образование). — ISBN 978-5-534-01521-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450584 (дата обращения: 10.08.2020)				
2.	Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/448344 (дата обращения: 10.08.2020)	1-8	8	ЭБС	
3.	Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426128 (дата обращения: 10.08.2020)	1-8	8	ЭБС	
4	Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450585 (дата обращения: 10.08.2020)	1-8	8	ЭБС	

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. — Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
2. Polpred.com Обзор СМИ [Электронный ресурс]: сайт. — Доступ после регистрации из любой точки, имеющей доступ к Интернету. — Режим доступа: <http://polpred.com> (дата обращения: 20.04.2020).
3. Академия Google [Электронный ресурс]: бесплатная поисковая система по текстам научных публикаций. — Доступ после регистрации из любой точки, имеющей доступ к Интернету. — Режим доступа: <https://scholar.google.ru/> (дата обращения: 20.04.2020).
4. Единый электронный каталог РГБ [Электронный ресурс]: база данных Российской государственной библиотеки. — Режим доступа: <https://search.rsl.ru/#ff=08.10.2017&s=fdatedesc>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).

5. КиберЛенинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 18.08.2020).
6. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
7. Научная библиотека РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
8. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]: государственная система правовой информации. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/index.html> (дата обращения: 20.04.2020).
9. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения: 20.04.2020).
10. Электронный каталог НБ РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ РГУ имени С.А. Есенина. – Рязань, [1990 -]. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru/marc>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
11. Юрайт [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 20.04.2020).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля):

1. Интерфакс-ЭРА [Электронный ресурс]: эколого-энергетическое рейтинговое агентство. – Режим доступа: <https://interfax-era.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
2. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
3. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/main>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
4. Национальное рейтинговое агентство [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
5. Официальная Россия [Электронный ресурс]: сервер органов государственной власти РФ. – Режим доступа: <http://www.gov.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).

6. РБК [Электронный ресурс]: информационно-аналитический портал. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
7. РБК Quoit [Электронный ресурс]: портал биржевой аналитики. – Режим доступа: <https://quote.rbc.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
8. Рейтинговое агентство Fitch Ratings [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.fitchratings.com/site/home>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
9. Рейтинговое агентство RAEX [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2017).
10. Российская газета [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <https://rg.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
11. «Коммерческий директор» [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/journal> (дата обращения: 20.04.2020).
12. Электронная библиотека Grebennikon [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal.php> (дата обращения: 20.04.2020).
13. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
14. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/>, свободный (дата обращения: 20.04.2020).
15. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения 20.04.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения занятий в обычной и интерактивной формах, в том числе компьютерные классы, аудитории, оборудованные проекционным и мультимедийным оборудованием, подключенным к локальной и глобальным учебным информационным сетям.

Для качественного обеспечения самостоятельной работы студентов в учебной библиотеке имеется читальный зал.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: на рабочем месте преподавателя должна иметься возможность использования стационарного мультимедийного оборудования,

либо возможность использования в любой иной аудитории факультета видеопроектора, ноутбука, переносного экрана.

При проведении занятий в компьютерном классе необходимы средства программного обеспечения MS Office, а также необходимо подключение рабочих компьютеров студентов к справочным правовым системам «Консультант Плюс», локальной и глобальным учебным информационным сетям.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: Для проведения занятий необходимы стационарные либо переносные мультимедийные комплексы, а также компьютерное оборудование.

7. Образовательные технологии (Заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	<p>В процессе лекционного занятия студент должен решать двуединую задачу: внимательно слушать лектора, прикладывая максимум усилий для понимания излагаемого материала, и одновременно вести его осмысленную запись. При конспектировании лекции рекомендуется выделять важные моменты, ключевые тезисы и выводы, анализировать основные положения. Если при изложении материала преподавателем создана проблемная ситуация, нужно пытаться предугадать дальнейший ход рассуждений.</p> <p>При составлении конспекта лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, пометить важные мысли, выделять ключевые слова, новые термины, научные факты.</p> <p>В лекционной тетради целесообразно оставить поля, где студент мог бы изложить свои мысли, вопросы, появившиеся в ходе лекции, отмечать материал, вызвавший трудности. Если в процессе самостоятельной работы не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать его преподавателю на консультации или практическом занятии.</p>
Практические занятия (семинары)	<p>Целью семинарских занятий является закрепление теоретических знаний, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы, а также методическая помощь и контроль над самостоятельной работой студентов в области изучения нормативных документов и рекомендуемой специальной литературы по изучаемому курсу. Семинарские занятия проводятся по всем темам курса в соответствии с учебно-тематическими планом.</p> <p>Практические занятия, проводимые под руководством преподавателя в учебной аудитории, направлены на</p>

	<p>углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной, исследовательской работы. Главной целью семинаров является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. На семинарских занятиях студенты приобретают умения устно излагать материал, участвовать в обсуждениях и дискуссиях, а также защищать научные положения и выводы. При подготовке к семинарскому занятию необходимо изучить соответствующую главу учебника, дополнительную литературу и выполнить домашнее задание.</p>
Собеседование	<p>Целью собеседования является формирование у студентов навыков анализа теоретических проблем на основе самостоятельного изучения первоисточников. Подготовка к собеседования включает в себя изучение конспектов лекций и рекомендованных текстов, поиск в них ответов на заранее поставленные преподавателем вопросы. Студент должен стремиться раскрыть теоретические положения, акцентировать проблемы и высказать свое отношение к прочитанному.</p> <p>Собеседование проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым студентом. Если студент не отвечает на вопрос, то преподаватель может адресовать его другим студентам группы. Обучающимся рекомендуется внимательно следить за ответами своих коллег, стремиться их дополнить, т.е. активно участвовать в обсуждении темы.</p>
Подготовка к зачету	<p>При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, изученные первоисточники. Во время зачета проводится дискуссия, с целью подведение итогов работы студентов, обобщения и закрепления изученного материала и освоения профессиональных компетенций.</p>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- Использование слайд-презентаций при проведении лекционных и практических занятий;
- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты;

Требования к программному обеспечению учебного процесса:

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint	Договор № 14-3К-2020 от

Security	06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows ¹	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа zoom (договор б/н от 10.10.2020г.); набор веб-сервисов ms office365 (бесплатное по для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>); система электронного обучения moodle (свободно распространяемое по)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

*Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля
успеваемости*

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1	Понятие ивент-менеджмента. Создание стратегии мероприятия	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет
2	Управление командой	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет
3	Бюджетирование мероприятий. Оценка эффективности	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет
4	Реализация проекта	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет
5	Участники рынка. Контент	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет
6	Рекламная кампания	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет
7	Разработка сайта мероприятия. Техническая поддержка события	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет
8	Коммуникации с аудиторией. Постпродакшн мероприятия	ПК-9 ПК-10 ПК-11	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знать	
		процесс управления проектами и организации мероприятий;	ПК9 31
		методы анализа внешней среды;	ПК9 32
		методы оценки затрат;	ПК9 33
		Уметь	
		разрабатывать стратегию проведения мероприятий;	ПК9 У1
		проводить анализ внешней среды при организации ивент-мероприятий;	ПК9 У2
		проводить оценку затрат на проведение мероприятий;	ПК9 У3
		Владеть	
навыками организации и проведения мероприятий;	ПК9 В1		

		навыками составления сметы затрат на проведение мероприятий;	ПК9 В2
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	Знать	
		методы проведения маркетингового анализа при подготовке мероприятий	ПК10 З1
		Уметь	
		проводить маркетинговый анализ при реализации проекта ивент-мероприятий	ПК10 У1
		Владеть	
		навыками проведения маркетингового анализа при реализации проекта ивент-мероприятий	ПК10 В1
ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знать	
		источники информации для разработки и внедрения инноваций в профессиональную деятельность	ПК11 З1
		Уметь	
		проводить анализ и применять инновации в профессиональной деятельности	ПК11 У1
		Владеть	
		навыками разработки и внедрения инноваций при проведении мероприятий	ПК11 В1

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1.	Роль event-менеджмента в бизнесе: как подняться на новый уровень.	ПК9 З2, У2, В1; ПК10 З1, У1, В1.
2.	Стратегия и концепция события: как создать.	ПК11 З1, У1, В1; ПК9 З1, У1, В1;
3.	Позиционирование и брендинг: как нащупать уникальность и донести ее до клиентов. CJM. MVP.	ПК10 З1, У1, В1; ПК9 З1, У1, В1;
4.	Анализ event-рынка. Внешняя среда и позиционирование	ПК9 З2, У2, В1; ПК10 З1, У1, В1.
5.	Роль event-руководителя. Проект. Критерии, роли. Как определить, кто нужен в команду. Как сформировать команду под событие.	ПК9 З2, У2, В1; ПК10 З1, У1, В1; ПК9 З1, У1, В1;
6.	Волонтеры. Как мотивировать людей работать бесплатно.	ПК9 З1, У1, В1;
7.	Как эффективно управлять проектной деятельностью.	ПК9 З1, У1, В1;
8.	Как управлять коммуникациями и получить из них максимум.	ПК9 З1, У1, В1;
9.	Unit-экономика проекта. Определение оптимального бюджета с распределением по статьям расходов.	ПК9 З3, У3, В3;

10.	Расходы, компенсируемые за счет внешних интеграций. ROI мероприятия.	ПК9 33, У3, В3;
11.	Процент посещаемости. Как определить норму для своего события. NPS. YouScan. Как измерить тональность. Аналитика переходов участников.	ПК9 32, У2, В1; ПК9 33, У3, В3;
12.	Паспорт проекта. Roadmap (дорожная карта) события. Брифы и технические задания.	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
13.	Какой трекер или программу выбрать для контроля проекта. Тестовый запуск проекта и получение обратной связи.	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
14.	Какие выгоды извлечь из ошибок. Форс-мажоры. Как подготовиться.	ПК9 31, У1, В1;
15.	Оценка результатов проекта с ориентацией на KPI.	ПК9 33, У3, В3; ПК9 31, У1, В1;
16.	Партнеры и спонсоры. Лидеры мнений. Как на старте получить охваты.	ПК9 31, У1, В1;
17.	Спикеры и ведущие. Договор. Портфолио спикера.	ПК9 31, У1, В1;
18.	Контент-план. Коммерческие тексты. Макеты. Видео. Интерактивные механики.	ПК10 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
19.	Как упаковать и подготовить материал к событию. Пакет материалов для рекламной кампании. Переупаковка проекта в новые форматы.	ПК9 31, У1, В1;
20.	План digital-продвижения. Как анонсировать проект с учетом ЦА. Каналы лидогенерации.	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
21.	Как спланировать бюджет рекламных кампаний.	ПК9 33, У3, В3; ПК9 31, У1, В1;
22.	Как настраивать рекламные кампании в кабинетах Facebook/Instagram.	ПК9 32, У2, В1; ПК10 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
23.	Как оценить эффективность рекламных кампаний. Оптимизация.	ПК9 32, У2, В1; ПК10 31, У1, В1; ПК9 33, У3, В3;
24.	Процесс разработки сайта. Формирование требований. Проектирование и дизайн	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
25.	Разработка технического задания. Декомпозиция.	ПК10 31, У1, В1; ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
26.	Платформы. Прямой эфир. Чек-лист подготовки Оборудования.	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
27.	Скрипты ответов. Видео- и фотоматериалы, записи выступлений.	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
28.	Модераторы в чате. Как подготовиться к нестандартным вопросам	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
29.	Интерактив с аудиторией. Как вовлечь через чаты и соц.сети.	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
30.	Ответы на вопросы, упоминания и сообщения. Благодарность как неотъемлемая часть мероприятия.	ПК9 31, У1, В1;
31.	Работа с возражениями. Как отработать негатив	ПК9 32, У2, В1; ПК9 31, У1, В1;
32.	Отзывы как часть продвижения события. Как собрать и замерить после мероприятия.	ПК9 32, У2, В1; ПК9 31, У1, В1;
33.	Закрывающие документы как важный этап финализации	ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;

	договоренностей.	
34.	Анонсы, рассылки, статьи, интервью и пост-анонсирование.	ПК9 32, У2, В1; ПК10 31, У1, В1; ПК11 31, У1, В1; ПК9 31, У1, В1;
35.	Оценка коммуникаций через CRM.	ПК9 32, У2, В1; ПК10 31, У1, В1; ПК11 31, У1, В1;

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на зачете – «зачет», «незачет»

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины).

«Зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения индивидуального задания.

«Зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и индивидуальных заданий, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении теоретического материала, испытывает затруднения при выполнении практических индивидуальных заданий.

«Не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет индивидуальное задание.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета экономики

 В.С. Отто

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки

Международная торговля

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Рязань, 2020

1.Цель освоения дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются формирование у обучающихся общекультурных и профессиональных компетенций установленных ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело» в процессе изучения процессов управления проектами и организацией мероприятий, event-менеджмента и маркетинга событий.

2.Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1(дисциплина по выбору).

Дисциплина изучается на 4 курсе (8 семестр).

3.Трудоемкость дисциплины: 3 зачетных единицы,108 академических часов.

4.Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	процесс управления проектами и организации мероприятий; методы анализа внешней среды; методы оценки затрат;	проводить анализ внешней среды при организации ивент-мероприятий; разрабатывать стратегию проведения мероприятий; проводить оценку затрат на проведение мероприятий;	навыками организации и проведения мероприятий; навыками составления сметы затрат на проведение мероприятий;
2	ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	методы проведения маркетингового анализа при подготовке мероприятий	проводить маркетинговый анализ при реализации проекта ивент-мероприятий	навыками проведения маркетингового анализа при реализации проекта ивент-мероприятий
3	ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональ	источники информации для разработки и внедрения инноваций в профессиональную деятельность	проводить анализ и применять инновации в профессиональной деятельности	навыками разработки и внедрения инноваций при проведении мероприятий

		ной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)			
--	--	--	--	--	--

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения

Зачет (8 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.