

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.06

Организация специальных мероприятий

Учебный план: _____ ФГОС3++b440304-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: _____
(специальность) 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: _____
(специализация) Связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления

Уровень образования: _____ бакалавриат

Форма обучения: _____ очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), утвержденным приказом Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 124

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева Ольга Сергеевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: формирование и систематизация совокупности знаний, умений и практических навыков в отрасли организации и реализации специальных проектов (ивент), а также развитие предпринимательских качеств в сфере специальных событий.

1.2 Задачи дисциплины:

- познакомить обучающихся с правилами организации и базовыми схемами реализации специального события в профессиональной сфере; основами продвижения событийного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

- дать обучающимся необходимые компетенции для планирования и организации событийных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

- познакомить обучающихся с основными техническими средствами и технологиями применяемыми в организации специальных мероприятий.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен выполнять деятельность и (или) демонстрировать элементы осваиваемой обучающимися деятельности, предусмотренной программой учебного предмета, курса, практики в области связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении
Знать: основные этапы организации мероприятий, принципы создания и реализации событий, их освещения в СМИ
Уметь: выбирать, планировать и координировать специальные мероприятия, работать с поставщиками и клиентами, управлять бюджетом и рисками
Владеть: навыками коммуникации, организации и решения проблем во время мероприятий
ПК-4: Способен разрабатывать, обновлять программное и учебно-методическое обеспечение учебных предметов, курсов, практик в области связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении
Знать: нормативно-правовые и методические основы разработки программного и учебно-методического обеспечения по связям с общественностью в ГМУ для направления «Реклама и СО»
Уметь: актуализировать и адаптировать содержание учебных курсов и практик под формат специальных мероприятий в государственном и муниципальном управлении
Владеть: навыками проектирования и обновления учебно-методических материалов (включая кейсы, сценарии и алгоритмы) для обучения студентов организации специальных мероприятий в сфере ГМУ.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в дисциплину. Теоретические основы событийного PR	7				О
Тема 1. Планирование и организация специальных событийных проектов. Составление базовой документации при планировании специальных событийных проектов. Формирование и управление проектной командой		2	4	5	
Тема 2. Понятие специального мероприятия. Виды аудиторий и мероприятий. Формы работы пресс-службы со СМИ.		2	4	4	
Тема 3. Классификация специальных мероприятий как основного инструмента событийного PR. Практические аспекты использования событийного PR.		1		4	
Раздел 2. Виды специальных мероприятий					О,Т
Тема 4. Цели и задачи corporate events. Виды corporate events. Основные виды. Этапы подготовки. Зрители и гости на мероприятии. Организация корпоративных мероприятий: юбилеи компании и персон, профессиональные праздники, торжественные банкеты, фуршеты, модные показы, инсталляции. Разработка сценарного плана для мероприятий.		2	4	4	
Тема 5. Особенности организации развлекательных мероприятий (артпроект, акция, выставка, церемония вручения, церемония открытия, премьеры в театре). Организация пространства, создание атмосферы. Основные виды съемок модных показов.		2		4	
Тема 6. Основные типы презентаций. Театрально-зрелищные (теапрезентации), салонные (бомондпрезентации). Структура, содержание, стиль презентации. Этапы организации презентаций. Работа с прессой.		2		4	
Раздел 3. Организация и проведения мероприятия					О

Тема 7. Креатив, дизайн и контентменеджмент событийных проектов. Креативность и креативное мышление. Креативная концепция проекта. Дизайн. Контентменеджмент событийного проекта. Креатив и дизайн презентации проекта. Проектная деятельность. Форматы мероприятий. Презентация идей.		2	8	4	
Тема 8. Продакшн событийных проектов. Цикл реализации событийного проекта. Проектная документация. Подрядчики и внешние ресурсы. Организационно-техническое обеспечение мероприятий. Основные технические средства и технологии. Производство. Кейтеринг. Букинг артистов/спикеров. Логистика. Охрана и безопасность на мероприятиях. Закрытие проекта.		2	8	8	
Раздел 4. Продвижение специального событийного проекта и аналитика					
Тема 9. Стратегия продвижения и рекламные инструменты. Цели и задачи рекламного продвижения. Продвижение бренда: основные понятия, виды, цели и задачи. Реклама и мероприятия по связям с общественностью в формировании бренда. Оценка эффективности рекламной кампании.		1	3	10	О
Тема 10. Интеграции и коллаборации при организации событийных проектов. Интеграции и коллаборации, как маркетинговое решение в событийных проектах. Партнер событийного проекта. Спонсор событийного проекта. Благотворительность в событиях.		1	3	9,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	56,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-4	Способность самостоятельно разрабатывать и реализовывать комплексный план специального мероприятия, обеспечивая его организационно-техническое, правовое и информационное сопровождение.
ПК-2	Планирует организационные мероприятия, используя принципы создания и реализации событий. Осуществляет подбор мероприятия. Координирует события. Организует работу с поставщиками и клиентами при помощи коммуникативных навыков.

	Анализирует бюджет и риски организации. Решает возникшие проблемы во время проведения мероприятий.
--	--

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ на вопрос. Обучающийся своевременно готовился к практическим занятиям и активно участвовал в них. В рамках выполняемых заданий допускает незначительные ошибки и корректно находит путь их устранения.	
Не зачтено	Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины. Небрежное выполнение и/или не выполнение практической работы. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Понятие и цели специального мероприятия в связях с общественностью.
2	Классификация специальных мероприятий по масштабу и типу.
3	Основные этапы организации специального мероприятия.
4	Формулировка цели и задач при планировании мероприятия.
5	Составление бюджета специального мероприятия: основные статьи расходов.
6	Критерии выбора места и времени проведения мероприятия.
7	Разработка сценария специального мероприятия: структура и ключевые элементы.
8	Формирование гостевого списка и работа с приглашениями.
9	Роль ведущего и регламент в ходе специального мероприятия.
10	Обеспечение безопасности при проведении массового мероприятия.
11	Техническое и материально-техническое обеспечение мероприятия.
12	Взаимодействие со СМИ до, во время и после мероприятия.
13	Методы привлечения спонсоров и партнеров к проведению мероприятия.
14	Работа с подрядчиками: кейтеринг, звук, свет, сцена.
15	Контроль рисков и создание резервных планов мероприятия.
16	Порядок аккредитации и регистрации участников мероприятия.
17	Формирование корпоративного стиля и сувенирной продукции мероприятия.
18	Методы оценки эффективности проведенного специального мероприятия.
19	Пост-релиз и другие форматы отчетности по итогам мероприятия.

20	Этические и правовые нормы при организации специальных мероприятий.
----	---

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Разработать сценарий и план проведения пресс-конференции для вывода нового продукта на рынок, включая выбор площадки, приглашение спикеров и подготовку пресс-кита.

Создать проект благотворительного флешмоба для городского парка: определить цели, этапы, необходимое оборудование, систему оповещения участников и пост-релиз для СМИ.

Подготовить чек-лист и тайминг организации официального приема для 100 гостей с учетом зонирования зала, логистики питания, работы персонала и антикризисных мер.

Разработать план торжественного открытия фестиваля городских сообществ, включая регистрацию участников, работу волонтеров, программу церемонии и медиасопровождение.

Смоделировать сценарий антикризисного управления на мероприятии: протечка крыши во время конференции, действия организатора, общение с гостями и подрядчиками, корректировка программы и пост-отчет.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ + Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

ЗАЧЕТ

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Власов, В. Б., Нерозина, С. Ю.	Основы маркетинга	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2021	http://www.iprbookshop.ru/111482.html
Катаев, А. В., Катаева, Т. М., Названова, И. А.	Digital-маркетинг	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета	2020	http://www.iprbookshop.ru/100169.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				

Арндт, Трайндл, Гордеева, А., Яворского, Р.	Нейромаркетинг: визуализация эмоций	Москва: Альпина Паблишер	2020	https://www.iprbookshop.ru/93029.html
Загребельный, Г. В., Боровик, М. Ю., Меркулович, Т. В., Фролкин, И. Ю.	Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас	Москва: Альпина Паблишер	2020	http://www.iprbookshop.ru/93031.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
 Видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки, показа и монетизации видео YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://youtube.com>
 Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>
 Индекс креативного капитала PwC [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/creativecapital-index.html>
 Комплексные исследования информационного агентства InterMedia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.intermedia.ru/content/222>
 Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Конгрессно-выставочное бюро» <https://saintpetersburgcb.com/about/>
 Ассоциация «Национальное Конгресс-бюро» <http://russiacb.com/contacts/>
 Деловой портал для профессионалов ивент индустрии Event LIVE <https://event-live.ru/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows 8
 Microsoft Office Professional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска