

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: Пономарев Николай Филиппович

Рабочая программа дисциплины
ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ
Код УМК 91331

Утверждено
Протокол №9
от «17» июня 2019 г.

Пермь, 2019

1. Наименование дисциплины

Ивент-менеджмент

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **42.04.01** Реклама и связи с общественностью
направленность Трансмедийные стратегические коммуникации

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Ивент-менеджмент** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью (направленность : Трансмедийные стратегические коммуникации)

ПК.1 Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях

Индикаторы

ПК.1.3 Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний

ПК.2 Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов

Индикаторы

ПК.2.1 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов

ПК.2.2 Ориентируется в специфике разнообразных трансмедийных проектов

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Трансмедийные стратегические коммуникации)
форма обучения	заочная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	6,7
Объем дисциплины (з.е.)	6
Объем дисциплины (ак.час.)	216
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	16
Проведение лекционных занятий	4
Проведение практических занятий, семинаров	12
Самостоятельная работа (ак.час.)	200
Формы текущего контроля	Защищаемое контрольное мероприятие (3)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (7 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Ивент-менеджмент

Понятие, типы и виды партизанского маркетинга

Традиционный партизанский маркетинг и вирусный маркетинг

Амбиентный маркетинг

Скрытый маркетинг и эпатажный маркетинг

Виды событий в событийном маркетинге

Раздел 1. Партизанский маркетинг

В разделе рассматриваются основные понятия партизанского маркетинга. На примере успешных кампаний рассматриваются технологии ПМ. В результате студенты на основе изучения технологий разрабатывают собственный проект ПМ.

Специфика и виды партизанского маркетинга.

Понятие партизанского маркетинга

История понятия и технологии. Основные характеристики и условия применения ПМ (цена, скорость, неконкуренция), отличия от традиционного маркетинга. Ограничения на применение технологий ПМ. Типы и виды ПМ.

Социальные условия ПМ. Классификация технологий ПМ по среде использования. Классификации по эффектам использования.

Вирусный маркетинг и провокативная реклама.

«Традиционный» ПМ, ограничения и недостатки.

«Дешевые» способы продвижения (буклеты, листовки, наружная реклама, ростовые куклы). Анализ эффективности кампаний.

Виральный / вирусный маркетинг

Социальные связи и передача информации, лидеры мнений и социальный вес. Технология ВМ: область применения, стратегии, эффективность. Анализ кампаний ВМ.

Повсеместный маркетинг.

Ambient marketing

Маркетинг в городской среде /природной среде. Понятие ambient media. Проблема границ искусства и амбиент. Анализ кампаний АМ. Творческий потенциал АМ.

Скрытый маркетинг.

Скрытый маркетинг и маркетинг «из куста»

Понятие скрытого маркетинга. Технологии СМ. «Полезные» публикации. Использование социального ресурса. СМ в социальных сетях и Интернете. Анализ кампаний СМ. Понятие маркетинга «из куста» (ambush), технология использования кампаний конкурентов. Правовые ограничения. Анализ кампаний «из куста»

Эпатажный маркетинг

Использование личности в маркетинге. Маркетинг акций (демонстрации, митинги, флешмобы). Анализ кампаний эпатажного маркетинга.

Раздел 2. Событийный маркетинг

Понятие «событийный маркетинг». Причины появления событийного маркетинга. Событийный маркетинг как вид интегрированных маркетинговых коммуникаций. История событийного маркетинга. Понятие «Событие» в событийном маркетинге.

Типология событий: по маркетинговой среде, по информационному поводу, по охвату целевой

аудитории, по характеру маркетинговых задач. Событие в контексте маркетинговых задач. Стратегия и цель. Концепция события и платформа продвигаемого бренда.

Событийный маркетинг как технология продвижения бренда. Творческие и маркетинговые задачи при организации специальных мероприятий. Событийный маркетинг как инструмент персонального брендинга. «Внутренний» и «внешний» клиент.

Принципы успеха в различных видах событий. Приемы создания креативных концепций событий.

Принцип единства ограниченности времени и пространства. Принцип аттракциона. Принцип взаимного обмена. Принцип сакральности. Принцип медийности. Принцип событийной субъективности. Принцип художественной целостности. Принцип общего знания. Принцип драматизма.

Событийный маркетинг и сторителлинг.

Типология событий: по маркетинговой среде, по информационному поводу, по охвату целевой аудитории, по характеру маркетинговых задач. Событие в контексте маркетинговых задач. Стратегия и цель. Концепция события и платформа продвигаемого бренда.

Типология мероприятий и ивентов.

Событийный маркетинг как технология продвижения бренда. Творческие и маркетинговые задачи при организации специальных мероприятий. Событийный маркетинг как инструмент персонального брендинга. «Внутренний» и «внешний» клиент.

Проектирование ивента.

Событийный маркетинг как технология продвижения бренда. Творческие и маркетинговые задачи при организации специальных мероприятий. Событийный маркетинг как инструмент персонального брендинга. «Внутренний» и «внешний» клиент.

Факторы и параметры эффективности событийного маркетинга.

Принципы успеха в различных видах событий. Приемы создания креативных концепций событий.

Принцип единства ограниченности времени и пространства. Принцип аттракциона. Принцип взаимного обмена. Принцип сакральности. Принцип медийности. Принцип событийной субъективности. Принцип художественной целостности. Принцип общего знания. Принцип драматизма.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

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

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — ISBN 978-5-394-01664-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75219.html>

2. Романцов, А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание) : практическое пособие / А. Н. Романцов. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 89 с. — ISBN 978-5-394-01544-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/57071.html>

Дополнительная:

1. Лунева, Е. А. Современные маркетинговые технологии : учебное пособие / Е. А. Лунева. — Омск : Омский государственный технический университет, 2017. — 112 с. — ISBN 978-5-8149-2418-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/78471.html>

2. Жук, Е. С. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Е. С. Жук, Н. П. Кетова. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2011. — 203 с. — ISBN 978-5-9275-0904-1 : <http://www.iprbookshop.ru/47144.html>

3. Лисевич А. В. Маркетинг в туристской индустрии: Учебное пособие для бакалавров/Лисевич А. В..- Москва:Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа,2018, ISBN 978-5-394-02434-4.-174. <http://www.iprbookshop.ru/75218.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

www.marketing.ru Портал о маркетинге

http://www.cossa.ru Маркетинговые технологии

http://strategydeck.com/ инструменты стратегического планирования

https://www.technologyreview.com Обзор технологий

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

Образовательный процесс по дисциплине **Ивент-менеджмент** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий); доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС); доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Образовательный процесс по дисциплине предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем: Microsoft PowerPoint.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

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

Для лекционных занятия, занятий семинарского типа (семинаров, практических занятий), групповых (индивидуальных) консультаций и текущего контроля необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, а также помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с

доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Ивент-менеджмент**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ПК.2

Владеет навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий для разработки, планирования и реализации трансмедийных проектов

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.2.2 Ориентируется в специфике разнообразных трансмедийных проектов</p>	<p>Знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. Умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. Владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>Не знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. Не умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. Не владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>Достаточно знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. Достаточно умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. Достаточно владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. На приемлемом уровне умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов. На приемлемом уровне владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает специфические качества разнообразных трансмедийных проектов. Досконально умеет ориентироваться в специфике разнообразных трансмедийных проектов.</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p>Отлично</p> <p>Досконально владеет навыками учета специфики трансмедийных проектов в разных сферах и отраслях.</p>
<p>ПК.2.1</p> <p>Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов</p>	<p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Владеет навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p>	<p>Неудовлетворител</p> <p>Не знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Не умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Не владеет навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Удовлетворительн</p> <p>Достаточно знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Достаточно умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Достаточно владеет навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>На приемлемом уровне умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов.</p> <p>На приемлемом уровне владеет навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p>Хорошо технологий при реализации трансмедийных проектов.</p> <p>Отлично Досконально знает современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Досконально умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов. Досконально владеет навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий при реализации трансмедийных проектов.</p>

ПК.1

Владеет навыками решения исследовательских, аналитических, творческих, проектных и организационно-управленческих задач, связанных со стратегическими коммуникациями в экономической, политической, социокультурной, гражданской и других социальных сферах и отраслях

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.1.3 Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний</p>	<p>Знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p>	<p>Неудовлетворител Не знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Не умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Не владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p> <p>Удовлетворительн Достаточно знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p>Удовлетворительн проектов, программ и кампаний. Достаточно умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Достаточно владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p> <p>Хорошо На приемлемом уровне знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. На приемлемом уровне умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. На приемлемом уровне владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p> <p>Отлично Досконально знает основные исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Досконально умеет решать исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний. Досконально владеет навыками эффективного решения исследовательских и творческих задач в интересах коммуникативных проектов, программ и кампаний.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : заочная

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Не предусмотрено

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.2.1 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для реализации трансмедийных проектов	Скрытый маркетинг. Защищаемое контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки использования скрытого маркетинга

Спецификация мероприятий текущего контроля

Скрытый маркетинг.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Бренды являются одним из главных компонентов сказочного сюжета	10
В сказке упоминаются как минимум три бренда или три сказочных проблемы, которые решаются с помощью бренда	10
История оформлена должным образом	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
----------------------------	----------------------------------	---

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.1.3 Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний ПК.2.2 Ориентируется в специфике разнообразных трансмедийных проектов	Типология мероприятий и ивентов. Защищаемое контрольное мероприятие	Знание, умение и навыки постановки мероприятий и ивентов
ПК.1.3 Решает исследовательские и творческие задачи, связанные с управлением коммуникативных проектов, программ и кампаний	Факторы и параметры эффективности событийного маркетинга. Защищаемое контрольное мероприятие	Знания, умения и навыки оценки событийного маркетинга

Спецификация мероприятий текущего контроля

Типология мероприятий и ивентов.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **6 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Проект мероприятия содержит все стандартные компоненты инсценированного события (сценарий, спикеры, плакат, листовка, музыкальное сопровождение, слоган, локация, продолжительность)	10
Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям	10
Проект содержит подробное описание и визуализацию оформления сценической площадки	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Факторы и параметры эффективности событийного маркетинга.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **12 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Проект мероприятия содержит все стандартные компоненты инсценированного события (сценарий, спикеры, плакат, листовка, музыкальное сопровождение, слоган, локация, продолжительность)	20
Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям	10
Проект содержит подробное описание и визуализацию оформления сценической площадки	10

За каждую ошибку снимается один балл.	-1