

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



Рабочая программа дисциплины

Организация специальных мероприятий

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	<i>Реклама и связи с общественностью, 42.03.01, Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения	<i>Очно-заочная</i>
Общая трудоёмкость	<i>4 зач. ед.</i>
Часов по учебному плану	<i>144 час.</i>
в том числе:	
контактная работа	<i>21.1 час.</i>
самостоятельная работа	<i>91.2 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>экзамен</i>	<i>2 семестр</i>

Программу составила: И.В. Гужова, к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д. филос. н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Организация специальных мероприятий» в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол № 6 от 30.06.2021 г.).*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ.

Протокол № 1 от 03.09.2021 г.

Цель освоения дисциплины «Организация специальных мероприятий» – знакомство студентов с особенностями технологии event-менеджмента и формирование навыков планирования, реализации и оценки эффективности специальных мероприятий.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация специальных мероприятий» (Б1. О. 30) входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата. Формируемые у студентов навыки продолжают развиваться в рамках курсов по выбору «История рекламы и связей с общественностью»/ Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций (ИУК-5.1). Сформированные навыки (ИУК-5.1; ИПК-2.5) важны для успешной подготовки к сдаче государственного экзамена, выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
<p>УК-5 Способен учитывать разнообразие и мультикультурность общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах при межличностном и межгрупповом взаимодействии</p>	<p>ИУК-5.1 Учитывает историческую обусловленность разнообразия и мультикультурности общества при межличностном и межгрупповом взаимодействии</p>	<p>РО-ИУК 5.1.1 – понимает особенности коммуникативного взаимодействия с различными целевыми группами с учетом разнообразия и мультикультурности общества. РО-ИУК 5.1.2 – учитывает культурные особенности целевых групп при организации коммуникативного пространства специального мероприятия.</p>
<p>ПК-2 Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными</p>	<p>ИПК-2.5 Демонстрирует навыки планирования, реализации и оценки эффективности</p>	<p>РО-ИПК 2.5.1 – Знает особенности специального мероприятия как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций, функции и ресурсы event-менеджера</p>

маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	технологии event-менеджмента	РО-ИПК 2.5.2 – Умеет проводить анализ ресурсов, выделять и конкретизировать задачи event-менеджера на разных этапах организации специального мероприятия как коммуникационного проекта
---	------------------------------	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	2 семестр	
Общая трудоемкость		144
Контактная работа:	2	21,1
Лекции:	2	8
Практические занятия (ПЗ)	2	8
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Семинарские занятия (СЗ)	-	-
Групповые консультации	2	2,2
Индивидуальные консультации	-	-
Промежуточная аттестация	2	31,7
Самостоятельная работа обучающихся:	2	91,2
- подготовка учебного проекта и электронной презентации	2	22
- посещение специальных мероприятий	2	28
-изучение учебного материала, кейсов, литературы (подготовка к экзамену)	2	41,8
Вид промежуточной аттестации – экзамен	2	4,3

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Код (ы) результата(ов) обучения
			2	
1.1.	Тема 1. Особенности специального мероприятия как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций.	Лекция	2	РО-ИПК 2.5.1
1.2.	Тема 2. Виды специальных мероприятий.	Лекция	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИУК 5.1.1
1.3.	Тема 3. Этапы организации специального мероприятия как проекта (по формуле RACE).	Лекция	2	РО-ИПК 2.5.2
1.4	Тема 4. Критерии эффективности специальных мероприятий. Событийность как фактор эффективности мероприятия	Лекция/ПЗ	2	РО-ИПК 2.5.2 РО-ИУК 5.1.1
	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы по темам и др.	СРС		
2.1.	Тема 1. Управление ресурсами в event-менеджменте. Анализ ресурсов. Управление кадровым ресурсом.	Лекция	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2 РО-ИУК 5.1.1
2.2.	Тема 2. Управление финансовым ресурсом: бюджет, смета, отчетность, взаимодействие со спонсорами	Лекция		РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2
2.3.	Тема 3. Управление информационным ресурсом: разработка концепции, названия, программы и сценария; организация коммуникативного пространства мероприятия; этапы освещения специального мероприятия; копирайтинг в event-менеджменте; основы медиапланирования в event-менеджменте.	Лекция/ПЗ	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2 РО-ИУК 5.1.1 РО-ИУК 5.1.2

2.4.	Тема 4. Управление техническим ресурсом: взаимодействие с техническими партнерами в event-менеджменте; составление брифа; составление технического задания: разработка и подготовка к производству рекламно-информационной и сувенирной продукции. Декорирование пространства мероприятия. Составление технического райдера.	Лекция/ПЗ	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2 РО-ИУК 5.1.1 РО-ИУК 5.1.2
	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы по темам	СРС	2	
3.1.	Тема 1. Информационные (пресс-тур, пресс-конференция, брифинг, презентация), научно-деловые (конференция, форум, семинар), имиджевые (конкурсы, церемонии), благотворительные мероприятия, корпоративные мероприятия : особенности организации по формуле RACE.	ПЗ	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2
3.2.	Тема 2. Особенности подготовки и проведения праздничных специальных мероприятий	Лекция	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИУК 5.1.1
3.3.	Тема 3. Выставка как формат событийных коммуникаций организации: подготовка и участие в выставке.	Лекция	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2
3.4.	Тема 4. Акционизм и современные форматы событийных коммуникаций: перформанс, хеппенинг, флешмоб.	Лекция	2	РО-ИПК 2.5.1
4.	Презентации итоговых учебных проектов	ПЗ	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2
	Подготовка к практ. занятиям, изучение литературы, посещение мероприятий, подготовка итогового учебного проекта и др.	СРС	2	
	Консультации			
5.	Промежуточная аттестация	экзамен	2	РО-ИПК 2.5.1 РО-ИПК 2.5.2 РО-ИУК 5.1.1 РО-ИУК 5.1.2

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания курса «Организация специальных мероприятий» и формирования соответствующих знаний и умений является обязательное сочетание лекционных занятий с практическими занятиями, на которых формируются обозначенные выше профессиональные компетенции. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- Технологию – «кейс-стади», представляющую собой изучение кейсов реальных специальных мероприятий, организованных в рамках ИМК различных организаций, работа с которыми позволяет анализировать успешный профессиональный опыт, готовить соответствующие аналитические заключения.

- Технологию «защита проекта с электронной презентацией», направленную на развитие проектных компетенций обучающихся, проявляющихся в умении осуществлять и представлять для обсуждения проектные разработки в сфере рекламы и PR. Данная технология позволяет слушателям формировать умения стратегического планирования, выбора технологического инструментария и определения подхода к оценке эффективности коммуникационного проекта. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Организация специальных мероприятий»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ Интернет-источников по темам программы дисциплины;
- изучение и анализ кейсов;
- участие в разработке учебного проекта;
- подготовка практических заданий и электронных презентаций;
- исследование профессионального опыта организации специальных мероприятий;
- встречи и консультации с профессионалами в области event-менеджмента;
- изучение материалов информационных и отраслевых порталов;
- мониторинг социальных медиа;
- посещение специальных мероприятий, наблюдение за процессом.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Организация специальных мероприятий».
- 2) Электронные тексты конспектов лекций (5).
- 3) Электронные презентации основного содержания дисциплины.
- 4) ЭУК «Организация специальных мероприятий» Электронного университета MOODLE (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/>

Обучающиеся имеют доступ к фондам Научной библиотеки ТГУ, которые укомплектованы печатными и электронными изданиями основной учебной и научной литературы. Научная библиотека Томского государственного университета предлагает пользователям:

- доступ к ресурсам Интернет; электронный каталог;
- on-line доступ к удаленным информационным ресурсам;
- читальные залы с открытым доступом, ресурсная база которых состоит из документов на традиционных и электронных носителях.

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) Основная литература:

1. Гужова И.В. Организация специальных мероприятий. Электронный ресурс : учеб.-метод. комплекс. – Томск: Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000531298> (ЭУК ежегодно обновляется)
2. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент-индустрии. Индустрия встреч. Санкт-Петербург: Библиотека выставочного научно-исследовательского центра. 2018. – 142 с. [Электронный ресурс]. URL: http://rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/news/SlovarVNITsprint.pdf
3. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: Учебное пособие. — М.: Издательство Юрайт, 2020. – 109 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://koha.lib.tsu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=709158>
4. Event-маркетинг. – Электронный журнал. Доступ с сайта НБ ТГУ через: <http://grebennikon.ru/journal-9.html>

Б) Дополнительная литература:

1. Алексеев А. К выставке готов! Экспотренинг. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 285 с. (1 экз.)
2. Назайкин А.Н. Современное медиапланирование: Учебное пособие.- М.: СОЛОН-Пресс, 2017. - 448 с.
3. Цаллагов Н., Астахова Т. Проведение эффективных вебинаров от А до Я. Москва: Мираполис. 2015. 174 с. [Электронный ресурс]. URL: https://virtualroom.ru/mail/book/effective_webinar-virtual_room.pdf
4. Тульчинский Г.Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры. Учебное пособие/ Г.Л. Тульчинский, С.В. Герасимов, Т.Е. Лохина. - СПб., Планета музыки, 2010.- 384 с. (1 экз.)
5. Франкель Н., Румянцев Д. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – СПб.: Питер, 2019. – 316 с. (1 экз.)
6. Франкель Н. Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Игра вдолгую. – Питер, 2021. – 240 с.
7. Чумиков А., Бочаров М. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов. – М.: Инфра-М, 2013 (2017). – 327 с. (2 экз.)
8. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие /В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук.М.: Дашков и К, 2013 (2010). – 127 с. (2 экз.)
9. Юркова Александра. Конференц-анатомия: как найти себя в мире индустрии встреч/

Издательские решения, 2019.- 328 с.

10. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий/ Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаус Б. и др. – М.: Эксмо, 2010. - 384 с.

11. Event-live.ru - Деловой портал для профессионалов ивент-индустрии. URL: event-live.ru

12. Eventmarket - портал, посвященный организации специальных событий и событийному маркетингу - URL: <http://www.eventmarket.ru>

13. Event-forum – профессиональный портал для работников индустрии праздников и специальных событий -URL: <http://www.event-forum.ru/>

14. Сайт Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ) - URL: <http://eventros.ru/>

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>

2. Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.elibrary.ru

3. КиберЛенинка, научная электронная библиотека (OpenScience) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Microsoft Windows 10
2. Google Chrome
3. Moodle

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и практические занятия; другая техника для презентаций учебного материала.
2. Компьютеры с выходом в Интернет (для самостоятельной работы студентов)

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины «Организация специальных мероприятий» и методическими разработками по данному курсу, размещенными в электронной системе MOODLE.

Успешное освоение дисциплины предполагает посещение студентом лекционных и практических занятий, выполнение заданий преподавателя и обозначенных им видов

самостоятельной работы. Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к занятиям и экзамену, можно обсудить с преподавателем в часы его консультаций.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: выполнение творческих практических заданий, заданий проектного типа с электронной презентацией по отдельным разделам дисциплины, анализ кейсов (см. ФОС). Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля (баллы за работу в семестре). Промежуточная аттестация (экзамен) по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

И.В. Гужова, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания – русский.