

**Министерство культуры Российской Федерации  
Академия Русского балета имени А. Я. Вагановой  
Кафедра балетоведения**

**Рабочая программа дисциплины**

**«Событийный менеджмент»**

**Направление подготовки:  
52.04.01 «Хореографическое искусство»**

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Санкт-Петербург  
2014 год

## 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью** изучения дисциплины «Событийный (проектный) менеджмент» является овладение студентами базовыми теоретическими и практическими знаниями, необходимыми для осуществления мер, связанных с использованием современных инструментов планирования, организации и проведения специальных событий(проектов) для различных сфер общественной жизни.

Для реализации этой цели необходимо решить следующие **задачи**:

- приобретение студентами необходимых знаний о роли и функциях событийного менеджмента;
- 2) формирование базовых навыков разработки концепции мероприятий, генерирования идей, подготовки предложений и презентации проекта;
- 3) овладение комплексом средств, используемых для планирования и организации мероприятия, а также создания пост-проектной отчётности;
- 4) применение полученных знаний, умений и навыков в профессиональной деятельности в сфере исполнительских искусств

При изучении дисциплины предполагается, что студенты владеют основами общего менеджмента и управленческого учета

## 2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В итоге изучения дисциплины студент должен:

**знать:**

- базовые понятия событийного менеджмента;
- коммуникативные технологии, используемые в событийном менеджменте;
- основные этапы планирования, подготовки и проведения специальных событий;
- критерии оценки эффективности событий

**уметь:**

- классифицировать мероприятия;
- ставить цель события и выбирать стратегии её достижения;
- **разрабатывать концепцию мероприятия;**
- разрабатывать план проводимого мероприятия;
- планировать ресурсы и оценивать затраты;
- осуществлять контроль реализации и эффективности проекта;

**владеть:**

- навыками проведения специальных событий
- приёмами планирования и организации ресурсов и оценки затрат;
- приёмами проектного менеджмента;

## 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		3	4
Общая трудоемкость дисциплины	180	89	91
Аудиторные занятия (лекции)	70	34	36
Самостоятельная работа	110	55	55
Вид итогового контроля (промежуточная аттестация, экзамен)		пром. аттестация	экзамен

### 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
Общая трудоемкость дисциплины	180	89	91
Аудиторные занятия (лекции)	70	34	36
Самостоятельная работа	110	55	55
Вид итогового контроля (контрольно-зачетная работа, экзамен)		промежуточная аттестация	экзамен

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Разделы дисциплины	Лекции, час.	Самостоятельные работы, час.
1	Раздел 1. Концепция специальных событий	6	10
2.	Раздел 2. Планирование и организация событий	6	20
3.	Раздел 3. Фестивальные события как проекты	22	20
4.	Раздел 4. Менеджмент выставочных событий	10	20
5.	Раздел 5. Реклама и связи с общественностью	10	20
6.	Раздел 6. Особенности управления международными проектами	16	20
	Итого:	70	110

#### 4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Концепция специальных событий. Подходы к определению события. Определение и изучение событий. Событийный менеджмент. Сферы событий. Классификация событий. Критерии классификации событий

#### Раздел 2. Планирование и организация событий

Разработка концепции события. Основные составляющие концепции. Генерирование идей, определение темы и сюжета мероприятия. Планирование и управление событием. Стадии процесса планирования: постановка целей и задач, утверждение плана, мониторинг

(фазы и вехи) Программа мероприятия. Технологические аспекты подготовки и проведения рекламного мероприятия. Бюджет проекта. Определение потенциальных спонсоров и инвесторов и разработка стратегии привлечения их капитала. Специфика проект-менеджмента. Контроллинг проекта. Риски событий  
Оценка эффективности события. Определение критериев оценки. Анализ эффективности организации и проведения мероприятия. Закрепление результатов. Подготовка отчета.

### Раздел 3. Фестивальные события как проекты

Фестивальные события как культурные проекты. Специфика культурных проектов. Типология фестивалей. Специфика маркетинга фестивальных событий. Инфраструктура фестивальных рынков. Фандрейзинг фестивальных проектов. Многоканальность финансирования фестивальных проектов. Целевые программы как способ финансирования. Правила оформления заявки на целевое финансирование. Частные спонсоры и их маркетинг. Правила оформления заявки на финансирование у частных спонсоров (фондов) Формирование спонсорских пакетов. Планирование и организация фестивальных проектов и роль продюсера. Постпроектная стадия фестивальной деятельности. Специфика международных фестивальных проектов.

### Раздел 4. Менеджмент выставочных событий

Концепция выставки - сюжет, идея. Формулировка цели экспоната. Выбор подрядчиков и места проведения. Оформление выставочного пространства, деление на зоны, основные принципы размещения стенда на выставке. Работа персонала на выставке, распределение ролей. Развлекательная программа на выставочном стенде, промо-акции, привлечение внимания посетителей выставки. Бюджет. Работа после закрытия выставки: установление и закрепление новых контактов, оценка эффективности работы, подготовка отчёта.

### Раздел 5. Реклама и связи с общественностью

Особенности рекламного продвижения. PR мероприятия. Взаимодействие со СМИ. Информационное обеспечение специальных событий

### Раздел 6. Особенности управления международными проектами

PR и маркетинг для международных проектов. Фандрейзинг и спонсорство для международных проектов

#### *4.3. Примерный перечень тем практических занятий и самостоятельных работ*

1. Сравнительная характеристика трех фестивалей по материалам статьи Б.Перила
2. Фестивальные проекты и туризм
3. Фестивальные проекты и развитие территории
4. Организационная структура фестивальных проектов
5. Роль продюсера в планировании и подготовке фестивальных проектов
6. Оценка эффективности культурных проектов

## **5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### *5.1. Рекомендуемая литература*

*Основная:*

1. Герасимов С.В., Г.Л.Тулчинский. Т.Е. Лохина Менеджмент специальных событий в сфере культуры. – Учебное пособие. – СПб.: «Лань», «Планета музыки», 2009.

2. Хальцбауэр У., Йетингер Э., Кнаузе Б., Р.Мозер, М.Целлер. Event-менеджмент. (пер. с нем.) – М.: ЭКСМО, 2007.
3. Шумович А., Великолепные мероприятия, Технологии и практика event-management.» Издательство М., «Манн, Иванов и Фербер», 2008.

*Дополнительная:*

1. Александрова, Н. Выставочный менеджмент/ Н.Александрова, Е.Сорокина, И.Филоненко.— М. : РИА «Проекспо», 2001.
2. Боданов,Е.Н. Психологические основы «публич рилейшнз»/ Е.Н.Боданов, В.Г.Зазыкин.— СПб.: Питер, 2003.
3. Борисов,Б.Л. Технологии рекламы и PR/ Б.Л.Борисов.— М. : ФАИР□ПРЕСС, 2006.— 624с.
4. Браун,Л. Имидж— ключ к успеху/ Л.Браун.— М., 1996.
5. Викентьев,И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы консультанты/ И.Л.Викентьев.— М. : Бизнес□пресса, 2007.— 408с.
6. Герасимов,С.В. Массовые праздники как фактор развития социального партнерства/ С.В.Герасимов.— СПб. : СПбГУКИ, 2007.

Форма контроля: самостоятельные работы, анализ конкретных ситуаций, экзамен по окончании.

4.3. Вопросы к экзамену:

1. Понятие специальных событий
2. Классификация специальных событий
3. Фазы и вехи специальных событий
4. Культурное проектирование: основные этапы
5. Фестивальный проект: от идеи до концепции
6. Инфраструктура фестивального рынка
7. Организационная структура фестиваля
8. Роль продюсера в планировании и подготовке фестивальных проектов
9. Специфика фестивального маркетинга
10. Разработка заявки для финансирования культурных проектов
11. Маркетинг спонсоров
12. Этап пост-продакшн в фестивальной деятельности
13. Особенности международных фестивальных проектов
14. Эффективность фестивальной деятельности
15. Конкуренция и партнерство на фестивальном рынке
16. Специфика менеджмента выставочных событий
17. Оформление пространства выставок и работа персонала
18. Разработка бюджета выставки
19. Оценки эффективности выставочного события
20. PR мероприятия и СМИ
21. Особенности рекламного продвижения
22. Специальные события и СМИ