

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра маркетинга и сервиса

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н. Хайруллина М. В.
“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Событийный менеджмент

Образовательная программа: 43.03.01 Сервис, профиль: Социально-культурный сервис

Курс: 4 5, семестры : 8 9

Факультет бизнеса, заочная форма обучения

		Семестр	
№	Вид деятельности	8	9
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	0	3
2	Всего часов	0	108
3	Всего занятий в контактной форме, час.	2	20
4	Лекции, час.	2	4
5	Практические занятия, час.	0	4
6	Лабораторные занятия, час.	0	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	0	1
8	Аттестация, час.	0	2
9	Консультации, час.		10
10	Самостоятельная работа, час.	0	86
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)		контр.
12	Вид аттестации		3

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 43.03.01 Сервис

ФГОС введен в действие приказом №1169 от 20.10.2015 г. , дата утверждения: 12.11.2015 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 43.03.01 Сервис

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

МиС, протокол заседания кафедры №8 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета бизнеса, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.фил.н. Чернышева Т. Л.

Заведующий кафедрой:

доцент, к.э.н. Цой М. Е.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Цой М. Е.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ОК.2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах; в части следующих результатов обучения:	
35. знать подходы к формированию производственных затрат на изготовление продукции (работ, услуг)	
36. знать принципы процесса разработки, принятия, организации исполнения управленческих решений	
Компетенция ФГОС: ОПК.1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса; в части следующих результатов обучения:	
у4. уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при формировании и реализации услуг	
Компетенция ФГОС: ОПК.2 готовность разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; в части следующих результатов обучения:	
у1. уметь создавать клиентские отношения, формировать лояльность потребителя к сервисной организации	
Компетенция ФГОС: ОПК.3 готовность организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя; в части следующих результатов обучения:	
у6. уметь определять виды и объем ресурсов для осуществления сервисной деятельности	
Компетенция ФГОС: ПК.11 готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса; в части следующих результатов обучения:	
32. знать специфику взаимодействия в контактной зоне между сервисодателем и клиентом при оказании различных видов услуг	

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
Событийный менеджмент	
ОПК.1.у4 уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при формировании и реализации услуг	
1. использовать знания в сфере событийного менеджмента при решении конкретных задач	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОПК.2.у1 уметь создавать клиентские отношения, формировать лояльность потребителя к сервисной организации	
2. организовывать яркие и запоминающиеся события, решающие те или иные проблемы заказчика	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.2.35 знать подходы к формированию производственных затрат на изготовление продукции (работ, услуг)	
3. как правильно определить и рассчитать затраты, необходимые для проведения мероприятия	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.2.36 знать принципы процесса разработки, принятия, организации исполнения управленческих решений	
4. принципы организации мероприятия, учитывающего особенности целевой аудитории	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОПК.3.у6 уметь определять виды и объем ресурсов для осуществления сервисной деятельности	
5. определять ресурсы для проведения того или иного мероприятия	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа

ПК.11.32 знать специфику взаимодействия в контактной зоне между сервисодателем и клиентом при оказании различных видов услуг

6. технологии работы с различными представителями целевой аудитории - людьми разной национальности, возраста и статуса	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
--	--

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 8				
Дидактическая единица: понятие событийного менеджмента				
1. Маркетинговый потенциал события	0	1	6	студенты узнают какие маркетинговые проблемы могут быть решены при помощи организации события
2. Обзор успешных российских и зарубежных проектов	0	1	2, 6	студенты узнают примеры, когда событие стало социальным явлением и послужило формой маркетинговой коммуникации
Семестр: 9				
Дидактическая единица: технология проектирования мероприятия				
3. Анализ целевой аудитории мероприятия	0	2	1, 2, 4, 6	анализ целевой аудитории мероприятия
Дидактическая единица: событийный менеджмент как инструмент управления персоналом сервисной организации				
4. Постановка цели и задач мероприятия	0	2	1, 2, 3, 4, 5, 6	студентам даются установки, позволяющие грамотно определить цель и задачи мероприятия

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 9				
Дидактическая единица: технология проектирования мероприятия				
1. Выбор надлежащего формата мероприятия, соответствующего маркетинговой проблеме предприятия	0	1	1, 2, 4, 5, 6	студенты получают кейсы и определяют какой формат мероприятия подходит в том или ином случае
2. Понятие креативной индустрии, основные виды событий, организуемых на предприятиях сервиса	0	1	2, 4, 6	студенты узнают форматы событий, которые чаще всего востребованы креативной индустрией, а затем составляют собственный список перспективных, с их точки зрения, форматов у молодёжной аудитории
3. Написание сценарного плана и подробного сценария мероприятия	1	1	1, 2, 3, 4, 6	студентам объясняется с чего начинается работа над сценарием мероприятия, а затем они создают сценарий согласно данному формату и теме

Дидактическая единица: координация действий, направленных на организацию и качественное проведение мероприятия				
4. Исследование различного рода ресурсов инициатора мероприятия	0	1	3, 4, 5, 6	студенты получают кейсы мероприятий, даётся задание проанализировать ресурсы заказчика

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 9				
1	Контрольные работы	1, 2, 3, 4, 5, 6	5	3
студенты ищут информацию по данным преподавателем темам, подробная информация приведена в приложениях №1 №2 №3 : Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана.				
2	Подготовка к занятиям	1, 2, 3, 4, 5, 6	8	4
студенты разрабатывают собственные проекты событий, подробная информация приведена в приложениях №1 №2 №3 : Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана.				
3	Дополнительная учебная деятельность	1, 2, 3, 4, 5, 6	0	0
, подробная информация приведена в приложениях №1 №2 №3 : Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана.				
4	Подготовка к аттестации	1, 2, 3, 4, 5, 6	73	3
студенты повторяют пройденный материал , используя собственные конспекты лекций и литературу, подробная информация приведена в приложениях №1 №2 №3 : Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана.				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	Портал НГТУ
Консультирование	Социальные сети
Контроль	e-mail
Размещение учебных материалов	Среда электронного обучения НГТУ

Таблица 5.2

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм	Коды формируемых компетенций
1	Кейс-стади	ОК.2; ОПК.1; ОПК.2; ПК.11;
Формируемые умения: 32. знать специфику взаимодействия в контактной зоне между сервисодателем и клиентом при оказании различных видов услуг; 35. знать подходы к формированию производственных затрат на изготовление продукции (работ, услуг); 36. знать принципы процесса разработки, принятия, организации исполнения управленческих решений; у1. уметь создавать клиентские отношения, формировать лояльность потребителя к сервисной организации; у4. уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при формировании и реализации услуг		
Краткое описание применения: Кейс-стади используется при проведении практических занятий для группового обсуждения проблемных ситуаций с целью анализа информации и разработки решений.		

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS.

Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 9		
<i>Подготовка к занятиям:</i>	10	20
Контролирующие материалы приводятся в "Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана."		
<i>Практические занятия:</i>	20	40
Контролирующие материалы приводятся в "Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана."		
<i>Контрольные работы:</i>	10	20
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана."		
<i>Зачет:</i>	10	20
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313 . - Загл. с экрана."		

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля	
		Контр. раб.	Зачет
ОК.2	35. знать подходы к формированию производственных затрат на изготовление продукции (работ, услуг)	+	+

	з6. знать принципы процесса разработки, принятия, организации исполнения управленческих решений	+	+
ОПК.1	у4. уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при формировании и реализации услуг	+	+
ОПК.2	у1. уметь создавать клиентские отношения, формировать лояльность потребителя к сервисной организации	+	+
ОПК.3	уб. уметь определять виды и объем ресурсов для осуществления сервисной деятельности	+	+
ПК.11	з2. знать специфику взаимодействия в контактной зоне между сервисодателем и клиентом при оказании различных видов услуг	+	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Гойхман О. Я. Организация и проведение мероприятий : учебное пособие / О. Я. Гойхман. - М., 2011. - 119 с. : табл.
2. Event-менеджмент : профессиональная организация успешных мероприятий / У. Хальцбаур [и др.] ; пер. с нем. Т. Фоминой. - М., 2010. - 381 с. : ил.
3. Назаркина В. А. Сервисная деятельность (схемы и таблицы) : учебное пособие / В. А. Назаркина, Л. Н. Стребкова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2015. - 102, [2] с. : ил., табл. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000223030

Дополнительная литература

1. Шакина Ж. М. Событийный туризм как основа для формирования туристического потока в Казахстан / Ж. М. Шакина // Менеджмент в России и за рубежом. - 2013. - № 5. - С. 112-117.
2. Кобышев А. Н. Деловые мероприятия. Подготовка и проведение / А. Н. Кобышев ; [науч. ред. Г. Шимански-Гайер] ; Комис. по орг. подготовки упр. кадров. - Санкт-Петербург, 2008. - 216 с.

Интернет-ресурсы

1. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
2. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
3. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС "Znaniy.com" : <http://znaniy.com/>
5. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Дегтярева В. В. Методические материалы по курсу «Событийный менеджмент» [Электронный ресурс] : [учебно-методическое пособие] / В. В. Дегтярева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000166313. - Загл. с экрана.

8.2 Специализированное программное обеспечение

- 1 Windows
- 2 Office

9. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	используется для демонстрации презентаций студентами

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра Маркетинга и сервиса

Комплект заданий для зачета

по дисциплине Событийный менеджмент
(наименование дисциплины)

- Задача (задание) 1 Дать определение событийному менеджменту.....
- Задача (задание) 2 Перечислить виды мероприятий, востребованных в сервисной сфере.....
- Задача (задание) 3 Представить пошаговую методику разработки проекта мероприятия.....
- Задача (задание) 4 Определить «узкие места» в организации мероприятия в сфере сервиса.....
- Задача (задание) 5 Перечислить информационные поводы, востребованные современным журналистским сообществом.....
- Задача (задание) 6 Представить собственный проект мероприятия в сфере сервиса.....

Критерии оценки

- Задание считается выполненным на **пороговом** уровне, если студент выполнит 4 задания, оценка составит 40 баллов
- Задание считается выполненным на **базовом** уровне, если студент выполнит 5 заданий, оценка составит 50 баллов
- Задание считается выполненным на **продвинутом** уровне, если студент выполнит 6 заданий, оценка составит 60 баллов

Зачет считается сданным, если средняя сумма баллов по всем заданиям составляет не менее 50 баллов (по 100 балльной шкале).

Коэффициент, с которым учитывается полученная сумма баллов в общей оценке по дисциплине, определяется Правилами аттестации.

Составитель Т.Л. Чернышева

(подпись)

«16» января 2016 г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра маркетинга и сервиса

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н., профессор М.В. Хайруллина
“ ” _____ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Событийный менеджмент

Образовательная программа: 43.03.01 Сервис, профиль: Социально-культурный сервис

1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Событийный менеджмент приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ОК.2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	35. знать подходы к формированию производственных затрат на изготовление продукции (работ, услуг)	виды корпоративных событий исследование различного рода ресурсов инициатора мероприятия написание сценарного плана и подробного сценария мероприятия обеспечение информационного сопровождения события подготовка необходимого инструментария для проведения мероприятия постановка цели и задач мероприятия событие как способ нематериального мотивирования персонала условия эффективности мероприятия	Контрольные работы Прочее, разделы. Понятие авторского концептуального сценария Алгоритм действий по организации конференции Алгоритм действий при организации выставки Алгоритм действий при организации тренинга ..	Описание проекта события Формула события. Ресурсное обоснование мероприятия. Этапы создания мероприятия. Фирменный стиль как цель и ресурс создания мероприятия. Виды мероприятий. Основные события как средство маркетинговой коммуникации. Структура проектного обоснования мероприятия..
ОК.2	36. знать принципы процесса разработки, принятия, организации исполнения управленческих решений	понятие креативной индустрии, основные виды событий, организуемых на предприятиях сервиса анализ целевой аудитории мероприятия виды корпоративных событий выбор надлежащего формата мероприятия, соответствующего маркетинговой проблеме предприятия исследование различного рода ресурсов инициатора мероприятия написание сценарного плана и подробного сценария мероприятия обеспечение информационного сопровождения события обучение персонала как хорошо организованное событие подготовка необходимого инструментария для проведения мероприятия постановка цели и задач мероприятия событие как способ нематериального мотивирования персонала условия эффективности мероприятия	Контрольные работы Прочее, разделы. Алгоритм действий при организации воркшопа Алгоритм действий при организации семинара Алгоритм действий при организации Дня открытых дверей Алгоритм действий при организации церемонии открытия. Алгоритм действий при организации корпоративных мероприятий .. Принципы построения команды. Принципы командообразования.	Условия эффективности разработки мероприятия. Организационные особенности мероприятий различных форматов. Проблемное поле проектирования мероприятий. Маркетинговый потенциал культурных программ. Специфика формирования просветительских программ. Корпоративный праздник как культурный проект. Структура проекта праздника. Фестиваль для клиентов как социальное явление и форма маркетинговой коммуникации. Составляющие корпоративной культуры.

ОПК.1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса	у4. уметь использовать информационно-коммуникационные технологии при формировании и реализации услуг	анализ целевой аудитории мероприятия виды корпоративных событий выбор надлежащего формата мероприятия, соответствующего маркетинговой проблеме предприятия назначение ответственных за каждый пункт сценарного плана написание сценарного плана и подробного сценария мероприятия обеспечение информационного сопровождения события обучение персонала как хорошо организованное событие подготовка необходимого инструментария для проведения мероприятия постановка цели и задач мероприятия событие как способ нематериального мотивирования персонала условия эффективности мероприятия	Контрольные работы Прочее, разделы... Творческое взаимодействие при построении команды Цели и задачи корпоративного праздника Эффективность маркетингового мероприятия. Эксклюзивность события. Понятие бизнес-образования. Групповые принципы поведения на тренинге. Мероприятия, организуемые при запуске новой услуги. Специфика организации клуба клиентов.	Экзамен, вопросы...Принципы командообразования. Тренинг корпоративный. Формирование бюджета корпоративных мероприятий. Организационные проблемы при проведении корпоративных обучающих мероприятий. Формирование базы участников мероприятий. Формирование списка приглашенных. Создание и оформление приглашений. Создание пресс-китов. Смысл и организационные особенности брифинга.
ОПК.2 готовность разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя	у1. уметь создавать клиентские отношения, формировать лояльность потребителя к сервисной организации	понятие креативной индустрии, основные виды событий, организуемых на предприятиях сервиса анализ целевой аудитории мероприятия виды корпоративных событий выбор надлежащего формата мероприятия, соответствующего маркетинговой проблеме предприятия назначение ответственных за каждый пункт сценарного плана написание сценарного плана и подробного сценария мероприятия обеспечение информационного сопровождения события обзор успешных российских и зарубежных проектов обучение персонала как хорошо организованное событие подготовка необходимого инструментария для проведения мероприятия постановка цели и задач мероприятия событие как способ нематериального мотивирования персонала условия эффективности мероприятия	Контрольные работы Прочее, разделы.. Алгоритм действий при организации инсентив-туров Интерактивные технологии при организации мероприятия Корпоративный выезд Основы корпоративной культуры и ее роль в событийном менеджменте Особенности взаимодействия со СМИ при организации мероприятий Мероприятия по сплочению рабочего коллектива Творческое взаимодействие при построении команды Цели и задачи корпоративного праздника Эффективность маркетингового мероприятия. Эксклюзивность	Экзамен, вопросы.. Условия эффективности разработки мероприятия. Организационные особенности мероприятий различных форматов. Проблемное поле проектирования мероприятий. Маркетинговый потенциал культурных программ. Специфика формирования просветительских программ. Корпоративный праздник как культурный проект. Структура проекта праздника. Фестиваль для клиентов как социальное явление и форма маркетинговой коммуникации. Составляющие корпоративной культуры. Специфика организации MICE – мероприятий. Показатели эффективности мероприятия. Формула успешного мероприятия..

			события.	
ОПК.3 готовность организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя	уб. уметь определять виды и объем ресурсов для осуществления сервисной деятельности	выбор надлежащего формата мероприятия, соответствующего маркетинговой проблеме предприятия исследование различного рода ресурсов инициатора мероприятия маркетинговый потенциал события назначение ответственных за каждый пункт сценарного плана подготовка необходимого инструментария для проведения мероприятия постановка цели и задач мероприятия условия эффективности мероприятия	Контрольные работы Прочее, разделы. Суть кейс-метода. Обязательные компоненты тренинга. Принципы выбора надлежащего формата. Конференции и семинары как корпоративные мероприятия, их отличия от научных тренингов и семинаров...	Экзамен, вопросы.. Формирование командного духа с помощью определенных форматов корпоративных мероприятий. Форматы корпоративных конференций. Различия между командой и группой.. Принципы командообразования. Характеристика лидера. Варианты участия топ-менеджера в мероприятии.
ПК.11/СР готовность к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса	з2. знать специфику взаимодействия в контактной зоне между сервисодателем и клиентом при оказании различных видов услуг	понятие креативной индустрии, основные виды событий, организуемых на предприятиях сервиса анализ целевой аудитории мероприятия виды корпоративных событий выбор надлежащего формата мероприятия, соответствующего маркетинговой проблеме предприятия исследование различного рода ресурсов инициатора мероприятия маркетинговый потенциал события назначение ответственных за каждый пункт сценарного плана написание сценарного плана и подробного сценария мероприятия обеспечение информационного сопровождения события обзор успешных российских и зарубежных проектов обучение персонала как хорошо организованное событие подготовка необходимого инструментария для проведения мероприятия постановка цели и задач мероприятия событие как способ нематериального мотивирования персонала условия эффективности мероприятия	Контрольные работы Прочее, разделы.. Алгоритм действий при организации воркшопа Алгоритм действий при организации семинара Алгоритм действий при организации Дня открытых дверей Алгоритм действий при организации церемонии открытия. Алгоритм действий при организации корпоративных мероприятий .. Принципы построения команды. Принципы командообразования. Тематика тренингов. Обязательные компоненты обучающего корпоративного тренинга..	Экзамен, вопросы.. Условия эффективности разработки мероприятия. Организационные особенности мероприятий различных форматов. Проблемное поле проектирования мероприятий. Маркетинговый потенциал культурных программ. Специфика формирования просветительских программ. Корпоративный праздник как культурный проект. Структура проекта праздника. Фестиваль для клиентов как социальное явление и форма маркетинговой коммуникации. Составляющие корпоративной культуры. Специфика организации MICE – мероприятий. Показатели эффективности мероприятия. Формула успешного мероприятия.

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 7 семестре - в форме экзамена, который направлен на оценку сформированности компетенций ОК.2, ОПК.1, ОПК.2, ОПК.3, ПК.11/СР.

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 7 семестре обязательным этапом текущей аттестации является контрольная работа. Требования к выполнению контрольной работы, состав и правила оценки сформулированы в паспорте контрольной работы.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ОК.2, ОПК.1, ОПК.2, ОПК.3, ПК.11/СР, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра Маркетинга и сервиса

Комплект заданий для контрольной работы
по дисциплине событийный менеджмент
(наименование дисциплины)

Тема Основные виды мероприятий, организуемых на сервисных
предприятиях.....
.....

Вариант 1 Технология организации
фестиваля.....

Задание 1 Спроектировать фестиваль для сервисной
организации.....

Задание n
.....

Вариант 2 Технологии организации мастер-класса, семинара, конференции...

Задание 1 Спроектировать образовательное мероприятие (по выбору)

Задание n
.....

Тема Условия эффективности
события.....
.....

Вариант 1 Эффективность церемонии открытия.....

Задание 1 Определить условия эффективной церемонии открытия

Задание n
.....

Вариант 2 Эффективность презентации.....

Задание 1 Определить критерии оценки эффективности презентации условия

Задание n
.....

Критерии оценки

Каждое задание оценивается 10 баллами.

- **пороговый** уровень при выполнении контрольной работы составляет 10 баллов
- **базовый** уровень при выполнении контрольной работы составляет 20 баллов
- **продвинутый** уровень при выполнении контрольной работы составляет 30 баллов

Составитель Т.Л. Чернышева

(подпись)

«16» января 2016 г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра маркетинга и сервиса

Паспорт экзамена

по дисциплине «Событийный менеджмент», 7 семестр

1. Методика оценки

Экзамен проводится в письменной форме, по билетам (тестам). В ходе экзамена преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФБ

Билет № 1

к экзамену по дисциплине «Событийный менеджмент»

Задача (задание) 1 Дать определение событийному
менеджменту.....
Задача (задание) 2 Перечислить виды мероприятий, востребованных в
сервисной сфере.....

Утверждаю: зав. кафедрой _____ должность, ФИО
(подпись)

(дата)

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФБ

Билет № 2

к экзамену по дисциплине «Событийный менеджмент»

Задача (задание) 3 Представить пошаговую методику разработки проекта мероприятия.....
Задача (задание) 4 Определить «узкие места» в организации мероприятия в сфере сервиса.....
.....

Утверждаю: зав. кафедрой _____ должность, ФИО
(подпись)

(дата)

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФБ

Билет № 3

к экзамену по дисциплине «Событийный менеджмент»

.....
Задача (задание) 5 Перечислить информационные поводы, востребованные современным журналистским сообществом.....
Задача (задание) 6 Представить собственный проект мероприятия в сфере сервиса.....
.....

Утверждаю: зав. кафедрой _____ должность, ФИО
(подпись)

(дата)

Пример теста для экзамена

Вопрос № 1 Конференции и семинары, относящиеся к маркетинговым мероприятиям, отличаются от научных и научно-практических конференций и семинаров тем, что

- Ответ 1 предполагают передачу знаний в виде информации, которую нужно просто фиксировать
- **Ответ 2 предполагают повышение квалификации сотрудников организации**
- Ответ 3 дают широкий спектр знаний по интересующей отрасли

Вопрос № 2 Тренинг предполагает

- **Ответ 1 обучающее занятие более 70% времени отводит отработке специальных навыков, ролевым играм,**

моделирующим рабочие ситуации, их разбору и анализу

- Ответ 2 много времени отдается демонстрации услуги
- Ответ 3 на рассмотрение теоретической информации об услуге

.....Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет (тест) считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий событийного менеджмента, не способен показать причинно-следственные связи явлений, имеющих место при планировании и проведении мероприятий. Оценка составляет *2 балла (25)*.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, однако не всегда может показать причинно-следственные связи явлений, имеющих место при планировании и проведении мероприятий. Оценка составляет *3 балла (50-59)*.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия событийного менеджмента, понимает специфику этого рода деятельности, дает характеристику процессов, явлений, имеющих место при планировании и проведении мероприятий, проводит анализ причин, условий, которые существенным образом влияют на организацию событий. Оценка составляет *4 балла (73-86)*.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов к событийному менеджменту, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, возникающие при организации мероприятий различных форматов, предлагает механизмы их решения, приводит конкретные примеры из практики. Оценка составляет *5 баллов (87-100)*.

2. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

3. Вопросы к экзамену по дисциплине «Событийный менеджмент»

1. Понятие событийного менеджмента
2. База данных, необходимых для успешного проведения мероприятия.
3. Корпоративная культура компании – заказчика
4. Миссия компании- заказчика
5. Фирменный стиль компании-заказчика
6. Мероприятие как способ создания благоприятного имиджа компании
7. Понятие внутреннего и внешнего мероприятия

8. Этапы организации мероприятия
9. Ресурсная база организации мероприятия.
10. MICE – мероприятия
11. Мероприятия TEAM-BUILDING
12. Корпоративные образовательные мероприятия
13. Юбилейные корпоративные мероприятия
14. Маркетинговые мероприятия (BTL)
15. Виртуальные мероприятия, организуемые в сети
16. Инсентивный туризм
17. Календарные праздники в компании
18. Мероприятия, направленные на продвижение дестинации
19. Основные мероприятия как средства PR – коммуникации
20. Структура проектного обоснования акции

Паспорт контрольной работы

по дисциплине «Событийный менеджмент», 7 семестр

1. Методика оценки

Контрольная работа проводится по определённым темам, включает также задания. Выполняется письменно. Структура работы: первый раздел предполагает рассмотрение теоретического вопроса, второй раздел предполагает создание проекта определённого мероприятия (по согласованию с преподавателем).

2. Критерии оценки

Каждое задание контрольной работы оценивается в соответствии с приведенными ниже критериями.

Контрольная работа считается **невыполненной**, если теоретический раздел не содержит ценной информации по теории событийного менеджмента, практический раздел не имеет проекта мероприятия. Оценка составляет **2 балла (25)**.

Работа выполнена на **пороговом** уровне, если теоретический раздел содержит достаточные сведения по определённому вопросу событийного менеджмента, в практическом есть проект события, который имеет погрешности. Оценка составляет **3 балла (50-59)**

Работа выполнена на **базовом** уровне, если теоретический раздел содержит хорошо структурированный материал по определённой теме событийного менеджмента, практический раздел оснащен проектом мероприятия, однако проект не содержит значительной креативной составляющей. Оценка составляет **4 балла (73-86)**.

Работа считается выполненной **на продвинутом** уровне, если теоретический раздел содержит хорошо структурированный материал по определённой теме событийного менеджмента, практический раздел оснащен проектом мероприятия, и при этом проект содержит значительную креативную составляющую. Оценка составляет **5 баллов (87-100)**.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за контрольную работу учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Пример варианта контрольной работы

Темы для написания теоретического раздела контрольной работы:

Понятие авторского концептуального сценария

Алгоритм действий по организации конференции

Алгоритм действий при организации выставки

Алгоритм действий при организации тренинга

Алгоритм действий при организации воркшопа

Алгоритм действий при организации семинара

Алгоритм действий при организации Дня открытых дверей

Алгоритм действий при организации церемонии открытия.

Алгоритм действий при организации корпоративных мероприятий

Алгоритм действий при организации инсентив-туров

Интерактивные технологии при организации мероприятия

Корпоративный выезд

Основы корпоративной культуры и ее роль в событийном менеджменте

Особенности взаимодействия со СМИ при организации мероприятий

Мероприятия по сплочению рабочего коллектива

Творческое взаимодействие при построении команды

Цели и задачи корпоративного праздника

Эффективность маркетингового мероприятия.

Эксклюзивность события.

Задания для второго раздела контрольной работы

Разработать проект деловой корпоративной игры.

Разработать проект корпоративного юбилейного мероприятия

Разработать проект обучающего корпоративного тренинга

Разработать проект участия компании в выставке

Разработать проект тренинга по сплочению коллектива

Разработать проект пресс-конференции.

Разработать проект презентации

Разработать проект корпоративного выезда

Разработать проект Дня открытых дверей

При описании проекта следует учитывать следующие пункты

1. Описание целевой аудитории мероприятия, цели и задач мероприятия, от которых зависит идея мероприятия.

Идея мероприятия может быть вызвана объективными либо субъективными причинами. В первом случае мероприятие может быть задумано в связи с приближающейся значительной датой: 50-летие создания учреждения, 10-летие выхода в свет первой книги издательства, открытие монумента и т.д. Во втором случае оно может быть предложено кем-то из сотрудников учреждения: проведение научной конференции, праздник творчества сотрудников турфирмы, День какой-либо страны и др.

Возникшая идея мероприятия не сможет осуществиться без процедуры принятия решения после беседы руководителя с сотрудником, предложившим мероприятие, рассмотрения его служебной записки по данному поводу либо обсуждения на коллегиальном органе учреждения - собрании трудового коллектива, заседании у директора, ученом совете и т.д.

Принятое решение реализуется в соответствующем приказе, который юридически закрепляет сам факт необходимости проведения мероприятия, ответственных за его организацию, проведение и осуществление контроля за исполнением.

2. Определение состава участников.

Осуществляется оргкомитетом либо сотрудником, ответственным за проведение мероприятия, по согласованию с руководителем учреждения.

3. Оповещение о предстоящем мероприятии.

Оповещение и приглашение предполагаемых участников мероприятия зависят от вида мероприятия и его масштабности. В одних случаях (например, юбилей учреждения) это могут быть адресные приглашения в форме письма-приглашения или пригласительного билета, в других - рекламные, коммерческие или информационные письма, текст которых строится по схеме: кто приглашает - куда приглашает - когда и где состоится - порядок участия - приглашение к участию.

4. Встреча участников мероприятия.

Встреча участников зависит от вида и масштабности мероприятия, условий его проведения. Встреча иногородних участников происходит в месте прибытия, встреча местных - в месте проведения.

При проведении масштабных мероприятий встречают обычно почетных участников и участников, определенных регламентом мероприятия (руководители, государственные и политические деятели, иностранные делегации и т.п.). Составляется график встреч, включающий фамилию, место работы и должность прибывающего участника, дату и место прибытия, ответственного за встречу. Заказывается транспорт в зависимости от количества и ранга прибывающих участников. Так, почетному участнику независимо от количества прибывающих вместе с ним участников предоставляется отдельный транспорт.

Некорректно встретить почетного участника, игнорируя при этом участников, прибывших одновременно с ним.

5. Размещение участников мероприятия.

Иногородные участники мероприятия могут размещаться в гостиницах, общежитиях, пансионатах, квартирах, принадлежащих учреждению, в частном секторе.

При размещении в гостинице следует учитывать:

- уровень мероприятия;
- количество участников;
- социальный статус участника;
- финансовые условия;
- территориальную удаленность от места проведения мероприятия.

Размещение в общежитии. Некоторые учреждения (особенно вузы) имеют вполне комфортабельные общежития, в которых можно размещать участников мероприятий, прежде всего проводимых этими учреждениями. Важное обстоятельство: стоимость проживания в общежитии, как правило, вписывается в командировочные расходы на эти цели. Основное требование - участников мероприятия нужно размещать, по возможности, автономно от проживающих в общежитии.

Размещение в пансионате. Этот способ особенно перспективен, если пансионат располагает комплексом помещений, специально оборудованных для проведения различных мероприятий. Кроме того, он используется в случаях, когда мест в гостинице не хватает для размещения всех участников мероприятия. При этом решается вопрос с питанием (завтрак, ужин) иногородних участников. Неудобство в данном случае в том, что возрастают, и иногда существенно, транспортные расходы по доставке участников к месту проведения мероприятия.

Размещение в служебных квартирах. Некоторые учреждения располагают служебной площадью, предназначенной для размещения командированных сотрудников. В них можно поселить участников мероприятия, которых не удалось разместить в гостиницах.

Размещение в частном секторе. Используется также при нехватке мест в гостиницах. Кроме того, некоторые иногородние участники могут проживать в квартирах своих родственников и знакомых. Неудобство такого размещения заключается в том, что отчет за соответствующие командировочные расходы документально затрудняется.

6. Организация питания участников мероприятия.

Существует 3 вида организации питания участников мероприятия:

- традиционное питание (завтрак - обед - ужин);
- перерыв на кофе (кофе-брейк);
- товарищеский ужин (неформальная встреча за столом, фуршет, банкет).

Что касается традиционного питания, то организация завтрака и ужина не актуальна для организаторов мероприятия - это, как правило, проблема самих участников. Завтра нередко входит в стоимость гостиничного номера. Но следует продумать, где и как организовать обед участников.

Если обед планируется в кафе, то необходимо заранее заказать столики и согласовать меню. Если участники будут обедать в столовой учреждения, то следует позаботиться о том, чтобы они обедали в другое время, чем сотрудники, либо закрыть столовую (часть столовой) на спецобслуживание.

Следует иметь в виду, что традиционное питание осуществляется в большинстве случаев за счет командировочных средств участников, а средства эти, как правило, более чем скромные.

7. Регистрация участников мероприятия.

Регистрация участников проводится непосредственно перед началом содержательной части мероприятия, а её форма зависит от вида мероприятия и его масштабов. На многих мероприятиях, особенно массовых, регистрация участников не предусматривается.

Для регистрации участников мероприятия регулярного типа используются так называемые явочные (регистрационные) листы, на которых указывается порядковый номер, фамилия и инициалы участника и оставляется место для подписи. Цель проведения регистрации участников регулярных мероприятий - зафиксировать наличие кворума, то есть необходимого по регламенту количества участников, придающего принятому решению юридическую силу. Например, принятое решение (постановление) будет правомочным, если за него проголосовало 75 % избранных членов собрания, заседания и т.п.

При проведении нерегулярных мероприятий также может использоваться регистрация, но цель её - в возможности в дальнейшем вести справочно-информационную работу. Поэтому для регистрации используются регистрационные формы, в которых, как правило, отражается следующая информация:

- порядковый номер;

- фамилия, имя, отчество;
- место работы и должность;
- координаты для контакта;
- примечание.

Регистрация проводится одним лицом (преимущественно во время нерегулярных мероприятий) или группой сотрудников учреждения-организатора. Во втором случае используются различные параметры для регистрации, например:

- по алфавитному порядку фамилий;
- по группам учреждений-участников;
- по регионам и т.д.

Перед началом регистрации заранее устанавливаются столы с табличками, на которых указываются признаки группировки: буквы алфавита, наименования учреждений, регионы и т.д.

8. Регламент (программа, сценарий) мероприятия.

Регламент должен предусматривать четкую организацию хода осуществления мероприятия, порядок рассмотрения вопросов, формы завершения содержательной части, определение процедурных вопросов (время, отводимое на доклад, сообщение, дискуссию, справки и др.), то есть отражать структуру проведения мероприятия, выверенную по времени. Регламент является обязательной составной частью как регулярных, так и нерегулярных мероприятий.

9. Техническое обеспечение мероприятия.

Оно включает в себя подготовку:

- зала для проведения мероприятия (количество мест должно превышать количество участников; зал должен быть оформлен);
- места для выступления участников (на столе президиума должен быть установлен микрофон, если участников более 100 человек; количество мест в президиуме должно превышать число членов президиума; необходимо продумать дизайн и оснастить трибуну микрофоном для выступающих);
- технических средств (микрофоны, компьютер, аппаратура для демонстрации слайдов, таблиц, освещенность зала).

Для мероприятий всех типов используются проекторы, звуковые системы, компьютеризированное оборудование с доступным программным обеспечением, позволяющим создавать различные визуальные эффекты.

В ходе мероприятия или по окончании его можно организовать фотосъемку участников, для чего следует пригласить фотографа и подготовить необходимую аппаратуру.

10. Культурная программа.

Если мероприятие многодневное, то следует запланировать для участников культурную программу. Возможны следующие варианты:

- экскурсия;
- посещение культурно-зрелищных учреждений;
- концерт профессиональных артистов;
- показ художественной самодеятельности;
- анимационные программы с участием зрителей.

При составлении культурной программы учитываются продолжительность мероприятия, количество и культурно-образовательный уровень участников, возможность приобретения достаточного количества билетов. Ознакомление участников с культурной программой производится до начала или в ходе содержательной части, информацию о пожеланиях участников собирают во время перерывов.

11. Анкетирование участников мероприятия.

Анкетирование проводится в целях:

- определения уровня содержания проведенного мероприятия;
- проведения в дальнейшем справочно-информационной работы.

Анкеты не должны быть объемными: в большинстве случаев достаточно задать участникам 8 - 10 вопросов. Главное, чтобы вопросы не были банальными и не требовали очевидных ответов, иначе анкетирование не имеет смысла.

12. Отчет о проведении мероприятия.

На последнем этапе проводится подготовка итоговых документов, обработка материалов анкетирования и составляется отчет.

Отчет включает в себя:

- введение;
- экспозиционную информацию: общие количественные показатели, отраслевая и географическая структура участников и посетителей и др.;
- отчет о мероприятиях деловой, конкурсной, презентационной программы;
- отчет о рекламно-информационном сопровождении мероприятия;
- результаты анкетирования и социологического исследования;
- приложения (состав рабочих органов, приказы и распоряжения организатора мероприятия, план проведения мероприятия; положения о конкурсах и заключения конкурсных комиссий и др.);
- выводы и предложения.

Данные отчета являются документом по организации и проведению мероприятия.