

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники

Event-менеджмент

Методические указания по подготовке к практическим занятиям и для самостоятельной работы для студентов всех направлений подготовки и специальностей

Томск
2022

УДК 304.44
ББК 77.4

Рецензент:

Ким М.Ю., доцент кафедры истории и социальной работы ТУСУР,
канд. ист. наук

Event-менеджмент: методические указания по подготовке к практическим занятиям и для самостоятельной работы для студентов всех направлений подготовки и специальностей / Сост. О.С. Терентьева. – Томск : Томск. гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2022. – 10 с.

Настоящее учебно-методическое пособие по подготовке к практическим занятиям и для самостоятельной работы студентов составлено с учетом требований федерального образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО). Учебно-методическое пособие содержит описание практических занятий и рекомендаций по организации самостоятельной работы студентов в рамках изучения дисциплины «Event-менеджмент». Предназначено для студентов всех направлений подготовки и специальностей.

Одобрено на заседании кафедры истории и социальной работы,
протокол № 1 от 02.02.2022.

УДК 304.44
ББК 77.4

© Терентьева О.С., 2022
© Томск. гос. ун-т систем упр. и
радиоэлектроники, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	5
Тема 1. Event-менеджеры как социальная общность.....	6
Тема 2. Основные этапы становления и развития event-менеджмента в России и за рубежом.....	6
Тема 3. Визуальные коммуникации событийных мероприятий.....	6
Тема 4. Массовые праздники и их значение в культурно-идеологическом Пространстве.....	6
Тема 5. Ведущие методы организации массового праздника.....	7
Тема 6. Креативные технологии.....	7
Тема 7. Интернет как PR-площадка.....	7
Тема 8. Управление мероприятием.....	7
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	8
Глоссарий.....	9
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	10

ВВЕДЕНИЕ

Методические указания по дисциплине «Event-менеджмент» направлены на формирование у студентов знаний о планировании и организации различных мероприятий; разработки, подготовки и реализации коммуникативных событий.

Основными задачами практических занятий и самостоятельной работы студентов в рамках изучения дисциплины являются:

- сформировать представления о принципах и направлениях работы event-менеджмента;
- изучить алгоритм и технологию создания event-программ;
- получить навыки организации и реализации массовых и корпоративных мероприятий.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практические занятия строятся из специфики темы и могут включать в себя несколько элементов:

- обсуждение темы: требует от студента повторения пройденного на лекции материала и его краткое изложение на практическом занятии;
- ряд занятий предусматривает дополнительную подготовку студентов по теме и углубленное обсуждение материала;
- презентация результатов индивидуальных и групповых работ по теме задания;
- проведение практических исследований, защита докладов.

Кроме этого, занятия могут проводиться в интерактивной форме: игровой технологии, дебатов и экскурсии.

Тема 1. Event-менеджеры как социальная общность

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование общности event-менеджеров.
2. Типы event-менеджеров.
3. Профессиональные компетенции и личные качества профессионалов.

Тема 2. Основные этапы становления и развития event-менеджмента в России и за рубежом

Вопросы для обсуждения:

1. Зарубежный опыт event-менеджмента.
2. Институционализация event-менеджмента в России.

Тема 3. Визуальные коммуникации событийных мероприятий

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция event. Планирование мероприятия. Цель и прибыль.
2. Концепция бренда. Маркетинг. Спонсирование.
3. Event-маркетинг.

Тема 4. Массовые праздники и их значение в культурно-идеологическом пространстве

Вопросы для обсуждения:

1. Социальная сущность массовых праздников.
2. Массовый праздник как воспитательная система.
3. Массовый праздник как художественное явление.
4. Коллективная организация участников массового праздника.

Тема 5. Ведущие методы организации массового праздника

Вопросы для обсуждения:

1. Театральные технологии.
2. Драматургическая обработка жизненного материала и игра.
3. Особенности драматургии и режиссуры массового праздника.

Тема 6. Креативные технологии

Вопросы для обсуждения:

1. Основные методики создания творческих идей.
2. Ограничения, возникающие при реализации креативного замысла проекта.

Тема 7. Интернет как PR-площадка

Вопросы для обсуждения:

1. Аудитория российской части Интернета.
2. Реклама и PR в интернете.

Тема 8. Управление мероприятием

Вопросы для обсуждения:

1. Проект-менеджмент.
2. Контроллинг проекта.
3. Техники менеджмента.
4. Вспомогательные средства менеджмента мероприятий.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

В ходе самостоятельной работы студентам предлагается более глубоко изучить отдельные разделы тем курса, для чего необходима дополнительная проработка лекционного материала, а также изучение дополнительной литературы. Так индивидуальные задания позволят студентам выбрать, и ближе познакомиться с конкретными формами event-менеджмента, практикой их деятельности, в том числе организацией массовых мероприятий, режиссурой праздника, театральными технологиями и т.д.

Работа в командах заключается в концептуальной и тактической разработке различных аспектов управления мероприятием (стратегической программы, маркетинговой стратегии, вопросов финансирования, информационной политики, фандрайзинговой стратегии, стратегии управления человеческими ресурсами и т.д.). Результаты самостоятельных изысканий студентов будут систематически презентоваться на практических занятиях, где комментарии и подсказки одногруппников и преподавателя позволят скорректировать данные программы, сделав их профессиональными. Итогом этой комплексной работы станет всесторонне проработанная модель событийного мероприятия с продуманными аспектами его функционирования.

ГЛОССАРИЙ

Event - (событие, приуроченное к определенному времени, англ. яз.) превращение мероприятия посредством вспомогательных эффектов в нечто совершенно исключительное с точки зрения посетителей. Проводимые мероприятия включают: корпоративные, частные и некоммерческие праздники, выставки, торговые ярмарки и PR-акции.

Event – management оказывает полный спектр услуг по: организации корпоративных событий (корпоративные праздники для клиентов и партнеров, внутрикорпоративные праздники, юбилеи фирм, приемы, фуршеты, выездные мероприятия, корпоративные уик-энды, программы team building и пр.)

Заявление для прессы - краткое изложение позиции организации или участников мероприятия по какому-либо вопросу, которое требуется донести до целевой аудитории без искажений. Заявление для прессы должно быть понятным и убедительным.

Пресс-кит - это набор представляющих для прессы видов PR-материалов, объединенных новостным поводом, дающих максимально полную информацию о конкретном событии.

TRADEEVENTS – мероприятия Event-менеджмента, которые разрабатываются для партнеров по бизнесу, клиентов, дилеров и дистрибьюторов. Такие мероприятия относят к деловым и это могут быть: презентации продукта, специальные мероприятия в рамках выставки, конференции, деловые приемы.

CORPORATE EVENTS – это корпоративные Event-мероприятия, включающие в себя профессиональные праздники, юбилей компании, поездки и отдых сотрудников вместе. Корпоративные мероприятия позволяют донести основные идеи компании до сотрудников, а также они могут стать эффективным инструментом внешнего продвижения, ведь на корпоративные мероприятия можно пригласить ключевых клиентов и стратегических партнеров.

SPECIALEVENTS – специальные мероприятия, которые включают такие события как: фестивали, вручение премий, концерты, предназначенные для широкой аудитории, мероприятия для прессы. Можно сказать, что специальные мероприятия представляют собой комплекс событий, которые могут благотворно влиять на имидж компании или продукта. Как правило, если такие Event-мероприятия проведены профессионально и с соблюдением регулярности, то после них следует ощутимая положительная реакция целевых групп. Эта реакция может выражаться в повышении лояльности к компании или в росте интереса со стороны потенциальных клиентов.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ваторопин А.С., Старцева Н.Н. Российский ивент-менеджеры: формирование профессиональной группы // СОЦИС. – 2017. - № 7. С. 32-43.
2. Вильчинская-Бутенко М.Э. Корпоративный Event-менеджмент в контексте теории поколений. Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2013. № 4 (18). С. 38-45. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21048330> . (дата обращения: 27.10.2022).
3. Гордин В.Э., Корчагина Е.В. Театральные технологии в обучении менеджменту в вузе // Высшее образование в России. – 2010. № 12. С. 28-35.
4. Зубричева В.В. Специфика деятельности звукорежиссёров в учреждениях культурно-досугового типа // Знание. Понимание. Умение. – 2008. -№ 2. С. 215-222.
5. Кузьмина А.Д. Event-менеджмент в системе маркетинговых коммуникаций. Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2010. № 5 (65). С. 116-119. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15278752> . (дата обращения: 27.10.2022).
6. Крюкова О.П. Event-менеджмент как инструмент мотивационной политики. Современные наукоемкие технологии. 2013. № 10-2. С. 249-250. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20150349> . (дата обращения: 27.10.2022).
7. Литвинова М.В. Массовые праздники и зрелища в современном культурно-идеологическом пространстве // Личность. Культура. Общество. – 2007. -№ 2. С. 262-272.
8. Морозова М.А. Event-менеджмент. Учебное пособие: (на английском языке): для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502 - Экономика и управление на предприятии туризма / Санкт-Петербург, 2010. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20040272> . (дата обращения: 27.10.2022).
9. Осташков А.В. Мурунова Е.В. Визуальные коммуникации событийных мероприятий в брендинге территорий. // Власть. – 2020. - № 5. С. 41-46.
10. Симановская О.М. Event-менеджмент в свете мотивационных теорий. Мотивация и оплата труда. 2008. № 4. С. 258-263. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12291461> . (дата обращения: 27.10.2022).