



УТВЕРЖДЕНО:
Советом Высшей школы бизнеса,
менеджмента и права
Протокол № 5 от «18» декабря 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.8 СОБЫТИЙНАЯ ИНДУСТРИЯ
основной образовательной программы высшего образования –
программы *магистратуры*
по направлению подготовки:
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

направленность (профиль):
Управление проектами в МСЭ индустрии

Квалификация: магистр


год начала подготовки: 2026

Разработчик (и):

должность <i>доцент</i>	ученая степень и звание, ФИО <i>к.э.н. Макарова Д.Д.</i>
----------------------------	---

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность <i>Директор высшей школы бизнеса, менеджмента и права</i>	ученая степень и звание, ФИО <i>д.э.н., доцент Виноградова М.В.</i>
--	--

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 2</i>

1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Событийная индустрия» является частью первого блока программы магистратуры по направлению подготовки: 38.04.02 «Менеджмент», направленность: «Управление проектами в МICE индустрии» и относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

Изучение данной дисциплины базируется на знании иностранного языка в сфере профессиональных коммуникаций, современных методов научных исследований, основ управления проектами.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ПК-1. Способен организовывать и осуществлять мониторинг развития отраслевых рынков и рынков услуг МICE индустрии, в части:

ПК-1.3. Концептуально проектирует событийный бренд территории (региона);

ПК-3. Способен разрабатывать проекты МICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью, в части:

ПК-3.1. Формирует продукт МICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МICE продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с организацией и проведением событийных мероприятий, оценкой событийного потенциала территорий. Актуальность дисциплины обусловлена растущей популярностью проведения мероприятий различного формата для продвижения туристского продукта и услуг. Событие сегодня – инструмент PR-ресурсов, который при осмысленном использовании позволит эффективно настроить коммуникацию с потребителем, чему необходимо обучиться студентам.

Совершенствование знаний, умений, владений в области событийной индустрии направлено на комплексное развитие организаторской, коммуникативной, информационной, социокультурной, профессиональной и общекультурной компетентности студентов.

Первый раздел «Основы событийной индустрии» посвящен изучению основ деятельности в событийной индустрии, в том числе экосистемы событийной индустрии, событийного потенциала, управления и продвижения событийных мероприятий.

Второй раздел «Технология проектирования и организация событийного мероприятия» раскрывает технологии и подходы проектирования событийных мероприятий различного профиля, технико-экономического обеспечения их организации и проведения.

Третий раздел «Событийный бренд территории (региона)» предполагает изучение событийного потенциала территории (региона) и определяющих его факторов, основы брендинга и подходы к формированию событийного бренда территории.

Для *заочной формы* обучения общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в первом семестре. Предусмотрено проведение учебных занятий следующих видов: лекций (4 часа), в том числе проблемные лекции, лекции-дискуссии, лекций-презентаций; практических занятий (10 часов) в форме семинаров – заслушиваний и обсуждений докладов с презентациями, деловых игр, разборов конкретных ситуаций, решение практических заданий; индивидуальных и групповых проектов, самостоятельной работы обучающихся

(90 часов), групповые и индивидуальные консультации (2 часа), промежуточная аттестация (зачет) – 2 часа.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1.	ПК-1	Способен организовывать и осуществлять мониторинг развития отраслевых рынков и рынков услуг МІСЕ индустрии, в части: ПК-1.3. Концептуально проектирует событийный бренд территории (региона)
2.	ПК-3	Способен разрабатывать проекты МІСЕ продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью, в части: ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Событийная индустрия» является частью первого блока программы магистратуры 38.04.02 Менеджмент и относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

На заочной форме обучения формирование компетенций продолжается при изучении дисциплины «Современные методы научных исследований», «Стратегическое управление», «Управление развитием организации и проектирование бизнеса», «Событийная индустрия», «Организация учебной и научной деятельности магистра», прохождении производственной и производственной (преддипломной) практики и государственной итоговой аттестации.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3/108 зачетных единиц/ акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для заочной формы обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			1	2	3	4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	18	18			
	в том числе:					
1.1	Занятия лекционного типа	4	4			
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	10	10			
	Лабораторные работы	-	-			
	Практические занятия	-	-			
	Семинары	10	10			
1.3	Консультации	2	2			
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет)	2	2			

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС			
		<i>Лист 4</i>			

2	Самостоятельная работа обучающихся		90	90			
4	Общая трудоемкость	час	108	108			
		з.е.	3	3			



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для заочной формы обучения:

№ семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения				Консультации, открытые часы	Форма проведения контрольных точек	СРС, академических часов	Форма проведения СРС
			Контактная работа с преподавателем							
			Лекции, академических часов	Форма проведения лекции	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара				
1	1. Основы событийной индустрии	1.1. Введение в событийную индустрию: идея, история и развитие			1	Доклад с презентацией			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений, подготовка сообщений
1		1.2. Экосистема событийной индустрии	0,5	Лекция дискуссия	1	Разбор конкретных ситуаций			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений
1		1.3. Классификация и виды мероприятий:			1	Доклад с презентацией			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений, подготовка сообщений
1	2. Технология проектирования и организация событийного мероприятия	2.1. Этапы организации событий: от идеи до реализации	1	Лекция презентация	1	Решение практических заданий			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений
1		2.2. Технологии в событийной индустрии	0,5	Лекция дискуссия	1	Решение практических заданий			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений
1		Контрольная точка №1. Защита доклада с презентацией							2	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. Подготовка доклада с презентацией
1	3. Событийный бренд территории (региона)	3.1. Брендинг территории. Имидж территории	1	Проблемная лекция	2	Разбор конкретных ситуаций			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала,



№ семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения				Консультации, акад. часов	Форма проведения лекционных работ	СРС, акад. часов	Форма проведения СРС
			Контактная работа с преподавателем							
			Лекции, акад. Часов	Форма проведения лекции	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара				
									выполнение аналитических упражнений	
1		3.2. Оценка событийного потенциала территории.	0,5	Проблемная лекция	2			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений	
1		Контрольная точка №2. Разработка кейса						2	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, работа над конкретной ситуацией	
1		3.3. Подходы к формированию событийного бренда территории. Продвижение событийного бренда территории	0,5	Проблемная лекция	1			10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений. Подготовка к тестированию, работа над проектом	
1		Контрольная точка №3. Тестирование						2	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка к тестированию	
1		Контрольная точка №4. Индивидуальный (групповой) проект						4	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, работа над проектом	
1		Консультация				2				
1		Промежуточная аттестация – зачет	2							



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	Раздел 1. Основы событийной индустрии 1.1. Введение в событийную индустрию: идея, история и развитие 10 часов 1.2. Экосистема событийной индустрии 10 часов 1.3. Классификация и виды мероприятий 10 часов	1. Ядерная, Д. В. Событийный менеджмент : учебное пособие / Д. В. Ядерная. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2023. - 257 с. - ISBN 978-5-7567-1299-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2155140 . – Режим доступа: по подписке. 2. Петров В. А., Иванова Е. Ю. Событийный менеджмент: теория и практика. / В.А. Петров, Е.Ю. Иванова. — СПб.: Издательство Питер, 2020. 3. Михайлов А. В., Смирнова Н. В. Организация и управление событиями. / А. В. Михайлов, Н. В. Смирнова — М.: Издательство Юрайт, 2019. 4. Организация мероприятий: учебное пособие / Е.В. Кузнецова — М.: Издательство «Академический проект», 2018.
2	Раздел 2. Технология проектирования и организация событийного мероприятия 2.1. Этапы организации событий: от идеи до реализации 10 часов 2.2. Технологии в событийной индустрии 10 часов	5. Барабанова И. В., Лебедева Т. А. Событийный маркетинг / И. В. Барабанова, Т. А. Лебедева. — М.: Издательство Инфра-М, 2017. 6. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. — 316 с. — (Высшее образование). — DOI: https://doi.org/10.12737/2142 . - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2008766 – Режим доступа: по подписке.
3	Раздел 3. Событийный бренд территории (региона) 3.1. Брендинг территории. Имидж территории 10 часов 3.2. Оценка событийного потенциала территории. 10 часов 3.3. Подходы к формированию событийного бренда территории. Продвижение событийного бренда территории 10 часов	7. Макаров, А. Н. Брендинг территории как инструмент развития региона : монография / А. Н. Макаров, С. И. Жук, Д. А. Искандарова. - Ставрополь : Логос, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-907258-38-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1870647 . – Режим доступа: по подписке. 8. ГОСТ Р ИСО 20121-2018 «Услуги по организации мероприятий» — международный стандарт, регламентирующий требования к организации событийных услуг. 9. Порталы о событиях и мероприятиях (event.ru, eventindustry.ru).
4	Подготовка к текущему контролю – 10 часов	
	Итого: 90 часов	



7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
ПК-1	Способен организовывать и осуществлять мониторинг развития отраслевых рынков и рынков услуг МІСЕ индустрии				
	ПК-1.3. Концептуально проектирует событийный бренд территории (региона)	Раздел 3	Основные элементы и методы разработки событийного бренда территорий, методологию проектирования событийных брендов территории (региона)	Выбирать подходы и методы проектирования событийного бренда территорий с учетом мнения субъектов событийной индустрии, проектировать концепт событийного бренда территории (региона)	Навыками исследования и оценки потенциальной успешности событийного бренда территорий, а также навыками проектирования концепта событийного бренда территории (региона)
ПК-3	Способен разрабатывать проекты МІСЕ продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью				
	ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения	Раздел 1, 2	Технологии формирования продуктов событийной индустрии, методы выявления индивидуальных и специальных требований потребителя	Формировать продукты событийной индустрии, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя	Навыками формирования продуктов событийной индустрии, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя



7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
<p>Знание основных элементов и методов разработки событийного бренда территорий, методологии проектирования событийных брендов территории (региона) Умение выбирать подходы и методы проектирования событийного бренда территорий с учетом мнения субъектов событийной индустрии, проектировать концепт событийного бренда территории (региона) Владение навыками исследования и оценки потенциальной успешности событийного бренда территорий, а также навыками проектирования концепта событийного бренда территории (региона)</p>	<p>Подготовка доклада с презентацией Разработка кейса Тестирование Индивидуальный проект</p>	<p>Студент демонстрирует знание основных элементов и методов разработки событийного бренда территорий, методологии проектирования событийных брендов территории (региона) Студент умеет выбирать подходы и методы проектирования событийного бренда территорий с учетом мнения субъектов событийной индустрии, проектировать концепт событийного бренда территории (региона) Студент владеет навыками исследования и оценки потенциальной успешности событийного бренда территорий, а также навыками проектирования концепта событийного бренда территории (региона)</p>	<p>Закрепление способности концептуально проектировать событийный бренд территории (региона)</p>
<p>Знание технологий формирования продуктов событийной индустрии, методов выявления индивидуальных и специальных требований потребителя Умение формировать продукты событийной индустрии, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя Владение навыками формировать продукты событийной индустрии, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя</p>	<p>Подготовка доклада с презентацией Разработка кейса Тестирование Индивидуальный проект</p>	<p>Студент демонстрирует знание технологий формирования продуктов событийной индустрии, методов выявления индивидуальных и специальных требований потребителя Студент умеет формировать продукты событийной индустрии, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя Студент владеет навыками формировать продукты событийной индустрии, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя</p>	<p>Закрепление способности формировать продукт событийной индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя</p>



Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – устный ответ – доклад

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	<ul style="list-style-type: none">– полно раскрыто содержание материала;– материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;– продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;– точно используется терминология;– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;– допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	<ul style="list-style-type: none">– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала,– знание основной и дополнительной литературы;– последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы;– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;– подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	<ul style="list-style-type: none">– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;– продемонстрировано усвоение основной литературы.– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:<ul style="list-style-type: none">– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа;– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает полное знание– программного материала, основной и– дополнительной литературы;– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	<ul style="list-style-type: none">– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;– усвоены основные категории по	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся показывает знание основного– материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;– при ответе на вопросы билета и



Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	<p>рассматриваемому и дополнительным вопросам;</p> <ul style="list-style-type: none">– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;– продемонстрировано усвоение основной литературы	<p>дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;</p> <ul style="list-style-type: none">– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	<ul style="list-style-type: none">– не раскрыто основное содержание учебного материала;– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.– не сформированы компетенции, умения и навыки.	<ul style="list-style-type: none">– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Оценочная шкала устного ответа

Процентный интервал оценки	оценка
менее 50%	2
51% - 70%	3
71% - 85%	4
86% - 100%	5

Средство оценивания – презентация докладов

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при презентации докладов

Критерии оценивания	баллы
Тема доклада раскрыта, сделаны нужные акценты, точно использован понятийный аппарат, корректно сформулирована цель и задачи доклада, освещена методология сбора, анализа и оценки информации, обоснован вывод. Используются современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«5», если 4-5 баллов
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не полностью освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«4», если 3 балла
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Использована не актуальная информация. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«3», если 2 балла



Тема доклада не раскрыта, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал отсутствует. Использована устаревшая информация. Студент не смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«2», если менее 2 баллов
--	-------------------------------------

Средство оценивания – индивидуального (группового) задания «Разработка кейса»
Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при разработке кейсов

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	Разработанный кейс включает в себя характеристику объекта исследования, описание проблемной ситуации, изложение необходимой информации для решения проблемы, систематизацию и изложение данной проблемы так, чтобы другие студенты были подведены к возможному решению данной проблемы, подготовлены ключевые вопросы к исследуемой проблеме, подготовлены доклад и презентация. Приложен свой вариант решения разработанного кейса. Представлена презентация 15-18 слайдов.
Показатели оценки	макс 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный вариант кейса с применением необходимых источников, данных, соблюдением всех критериев оценки, обоснованный вариант решения разработанного кейса. Презентация 15-18 слайдов.
«4», если (7 – 8) баллов	Недостаточная информация для решения разработанного кейса, презентация менее 15 слайдов.
«3», если (5 – 6) баллов	Проблемная ситуация малоинформативна, ключевые вопросы не в полной мере соответствуют изложенной проблеме, не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений. Отсутствует презентация.

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – индивидуальный (групповой) проект

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при разработке проекта

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, в проекте прописаны все необходимые элементы, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая	– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко



оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	направленность, отражены этапы и элементы разработки проекта, сроки реализации, эффективность проекта.	обосновывает актуальность проекта; – уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; – демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, сроки реализации, эффективность проекта. Однако в проекте прописаны не все необходимые элементы, отражены не все этапы.	– обучающийся показывает полное знание программного материала; – в разработке проекта допускает некоторые неточности; – правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; – демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, сроки реализации, эффективность проекта. Однако в проекте прописаны не все необходимые элементы, отражены не все этапы и элементы разработки проекта	– обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; – при разработке проекта не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности его разработки; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	Содержание проекта не соответствует рекомендациям, отсутствует практическая направленность, не рассчитана эффективность проекта. В проекте не прописаны все	– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно обосновывать



оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	необходимые элементы, отражены не все этапы и элементы разработки проекта	содержание и этапы разработки проекта, допускает грубые ошибки в разработке проекта – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
1	2,3	Разработка кейсов	Разработка кейса включает в себя: ознакомление с ситуацией; определение проблемы; сбор необходимой информации для решения проблемы; систематизацию и изложение данной проблемы так, чтобы подвести других обучающихся к возможному решению данной проблемы; подготовка ключевых вопросов по исследуемой



Номер	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
			проблеме; подготовка доклада и презентации. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 4 недели семестра.
1	1,2	Доклад с презентацией	Доклад должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, иметь титульный лист, содержание, список литературы, сноски и т.д. Максимальный объем доклада 16 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. Доклад сопровождается презентацией. При подготовке доклада должны быть использованы методы анализа и синтеза, методы оценки результатов предпринимательской и сервисной деятельности, работы контактных зон, формирования клиентурных отношений, инновации, современные технологии, актуальная информация. Доклад должен раскрывать тему, результаты анализа и обоснованные выводы. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 3 недели семестра.
1	1,2,3	Тестирование	Тестирование должно опираться на знания теоретического материала и практических навыков. Время выполнения – 20 мин
1	1,2,3	Индивидуальный (групповой) проект	Проект должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, иметь титульный лист, содержание, список литературы, сноски и т.д. Максимальный объем пояснительной записки 25 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. В проекте должны быть отражены все фазы проекта, описаны поэтапно все области знаний управления проектом, задействованные в рамках разрабатываемого проекта, а также последовательно описаны все группы процессов. К проекту необходимо приложить планы, необходимые для решения поставленной цели проекта. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 9 недели семестра.

Текущий контроль № 1. Доклад с презентацией

1. История развития событийной индустрии: основные этапы и современные тенденции
2. Классификация и виды мероприятий: от проведения мероприятий до массовых мероприятий
3. Современные технологии в организации событий: использование мультимедиа, реальности и мобильных приложений.
4. Маркетинг и продвижение мероприятий: стратегия привлечения участников и спонсоров
5. Экологическая устойчивость в событийной индустрии: принципы «зеленых» мероприятий
6. Безопасность и управление рисками при проведении массовых мероприятий
7. Культурные особенности и их влияние на организацию международных мероприятий
8. Инновационные форматы мероприятий: гибридные мероприятия, онлайн-ивенты и их перспективы.
9. Проблемы этики и ответственности в сфере проведения массовых мероприятий
10. Перспективы развития событийной индустрии в условиях больших изменений
11. Анализ культурных, финансовых и экономических факторов развития событийной индустрии

Тематические региональные событийные мероприятия (Путешествуй. РФ)

1. Спортивно-туристский лагерь «Туриада» (Саратовская область)
2. Собинский музыкальный фестиваль (Саратовская область)
3. Научно-популярный фестиваль «Смарт Пикник» (Новосибирская область)
4. Всероссийский фестиваль «Огни Сибири» (Новосибирская область)
5. Гастрономический фестиваль «Моя еда» (Псковская область)
6. Фестиваль «Довмонт Псковский» (Псковская область)
7. Гастрономический фестиваль минтая «О! МегаВкус» (Приморский край)
8. Историко-туристический фестиваль «Битюжева сеча» (Воронежская область)
9. Международный Платоновский фестиваль искусств (Воронежская область)
10. Этнографический фестиваль «Играть умеючи» (Новгородская область)
11. Фестиваль народного творчества и ремесел (Воронежская область)
12. Дни Пушкинской поэзии и русской культуры (Псковская область)
13. Традиционный национальный праздник «Сабантуй»
14. Городской фестиваль «Модерн». Возрождение традиций начала 20 века (Тамбовская область)
15. Wine Fest 2025: туризм и вино
16. Фестиваль классической музыки «Летник вечера в Елабуге»
17. Фестиваль городских ресторанов «ЕСТЬ» (Республика Башкортостан)
18. Балаковский фестиваль клубники (Саратовская область)
19. «Моршанск – купеческий берег» (Тамбовская область)
20. Познавательная эногастрономическая ярмарка «Виноград» (Псковская область)
21. Кинофестиваль «Западные ворота» (Псковская область)



22. Фестиваль сыра (Костромская область)
23. Автомототестиваль «Дорога на Русский Север» (Архангельская область)
24. Фестиваль «Купец 2.0» (Республика Башкортостан)
25. Фестиваль исторической реконструкции «Александрова Дорога» (Псковская область)

Деловые событийные мероприятия от Росконгресса

26. Форум сибирского гостеприимства «Дикоросы» (Новосибирская область)
27. Кавказский инвестиционный форум
28. Международный туристический форум «Путешествуй»
29. Петербургский международный экономический форум
30. Форум «Сильные идеи для нового времени»
31. Центральноазиатский международный экономический форум
32. Международный форум «Острова устойчивого развития: климатический аспект»
33. Восточный экономический форум
34. Всероссийская неделя охраны труда
35. Международный Дальневосточный энергетический форум
36. Африканская энергетическая неделя
37. Российская энергетическая неделя
38. Международный спортивный форум «Россия – спортивная держава»
39. Конгресс молодых ученых
40. Невский международный экологический конгресс
41. Российский форум индустрии дизайна
42. Международный арктический форум
43. Форум будущих технологий
44. Российский винодельческий форум
45. Форум «Азартные игры: отчисления на спорт»
46. Саммит БРИКС

Тематика событийных мероприятий от Росмолодежь

47. Форум «Территория смыслов» (Бизнес, управление. Московская область)
48. Таврида (Культура. Республика Крым)
49. Форум «Машук» (Наука и образование. Ставропольский край)
50. Форум «Истоки» (Патриотизм. Г. Севастополь)
51. Форум рабочей молодежи (Профессиональное развитие. Пермский край)
52. Форум «Экосистема. Заповедный край. (Наука и образование. Проф. развитие. Камчатский край)
53. Форум молодых предпринимателей «Амур» (Бизнес. Хабаровский край)
54. Форум молодых ученых «Полюс» (Наука и образование. Архангельская область)
55. Форум «ПроРегион» (Развитие региона. Новосибирская область)
56. Форум «На Волне» (Культура. Развитие региона. Приморский край)
57. Форум ГосСтандарт (Проф.развитие. Управление. Нижегородская область)
58. Форум «Лед Тронулся (Развитие региона. Экология. ХМАО - Югра)
59. Форум «Каспий» (Добро. Патриотизм. Республика Дагестан)



60. Форум «Ладога» (Добро. Патриотизм. Культура. Медиа. Ленинградская область)

Текущий контроль № 2 Задание «Разработка кейса».

Виды ситуаций:

Иллюстративные ситуации (блиц-ситуации). Ориентированы на формирование профессионального языка и умения идентифицировать проблему в кейс-технологии, общий объём не больше одной страницы.

Нормативные ситуации (чаще всего с элементами задачи). Имеют определённые расчетные и нормативные параметры, позволяющие провести анализ и найти однозначный ответ. Эти ситуации главным образом предназначены для контроля знаний по пройденному теоретическому материалу. Данный тип задач может иметь несколько уровней сложности в зависимости от исходной степени структурирования представленного в ситуации материала. Например, наличие избыточной информации, отсутствие четкой формулировки проблемы и поставленной задачи, неочевидность алгоритма, необходимого для решения имеющейся проблемы в ситуации, и т.д.

Функциональные ситуации. Характерны наличием проблем, лежащих в четко очерченной функционально-предметной области, что требует от слушателя знания теоретических разделов соответствующей дисциплины. Наряду с числовыми данными, как правило, имеется противоречивая информация, усиливающая фактор неопределенности в выборе решения. В таких ситуациях обычно заранее известно правильное решение, но оно не исключает наличия альтернативных, не менее привлекательных. Особое внимание здесь уделяется аргументации и степени доказательности выбранного решения. Тем самым функциональные ситуации ориентированы на развитие инноваций через предметное знание.

Стратегические ситуации. Не имеют, да и не могут иметь однозначного решения из-за невозможности определить влияние нестабильных факторов, которые всегда присутствуют в реальных системах. Это класс наиболее сложных ситуаций, так как множество противоречивых критериев выбора не позволяет окончательно оценить эффективность выдвигаемого решения. Привлекательность же таких ситуаций состоит в том, что они ориентированы на формирование инноваций через концептуальное знание и тем самым работают на формирование ключевой компетенции.

Любой вид проблемной ситуации может быть построен разными способами в зависимости от способа оформления текста, содержащего проблему, скрытые вопросы.

1-й способ заключается в представлении ситуации в виде новой и сложной информации для обучаемых. Данный способ предполагает в процессе работы обучаемых над кейсом с целью заострения внимания к новым объектам или их свойствам искать ответ на вопросы: «Что это значит?», «О чем говорит (свидетельствует) данная информация (факты) и т.д.?».

2-й способ создания проблемной ситуации – рассмотрение противоречивой информации, разные взгляды на один и тот же вопрос. Для того, чтобы выявить проблему, необходимо обнаружить противоречивый характер связи между явлениями и установить природу противоречия или понять, что данное противоречие лишь кажущееся.

3-й способ состоит в создании проблемной ситуации через неполное представление содержания, причем сложность данной ситуации будет различна в зависимости от того, есть ли указание на то, что данное содержание полно или обучающийся должен сам понять это и заняться поиском материала. Осознавая проблемную ситуацию, обучаемый должен выделить или самостоятельно найти его части и синтезировать их в единое целое.



Примечание: речь может идти не о полноте всего объекта или системы в целом, а лишь о неполноте одной из характеристик, функций или одного из условий и т.п.

4-й способ заключается в построении своеобразных загадочных ситуаций, когда определенная информация отсутствует, не указаны субъекты или объекты данной ситуации, но даны их характеристики, условия, функции и т.п. Понимание данной проблемной ситуации заключается в обнаружении того, что предмет мысли не выражен в ответе на вопрос: «О чем здесь говорится, каковы характеристики данного объекта, каковы условия протекания данного процесса и т.п.?».

Основные этапы создания кейсов:

1. Формирование дидактических целей кейса.
2. Определение проблемной ситуации.
3. Построение программной карты кейса, состоящей из основных тезисов, которые необходимо воплотить в тексте.
4. Поиск институциональной системы (фирма, организация, ведомство и т.д.), которое имеет непосредственное отношение к тезисам программной карты.
5. Сбор информации в институциональной системе относительно тезисов программной карты кейса.
6. Построение или выбор модели ситуации, которая отражает деятельность института; проверка ее соответствия реальности.
7. Выбор жанра кейса.
8. Написание текста кейса.
9. Диагностика правильности и эффективности кейса; проведение методического учебного эксперимента, построенного по той или иной схеме, для выяснения эффективности данного кейса.
10. Подготовка окончательного варианта кейса.

Текущий контроль № 3 Тестирование

Задание 1. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что такое событийный бренд территории?

- а) Совместность логотипов и слоганов региона
- б) Имидж и ассоциации, связанные с проведением определенных мероприятий на территории
- в) Название маршрута туристического региона
- г) Специальная программа развития волонтеров

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 2. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какой из следующих элементов имеет отношение к формированию событийного бренда?

- а) Уникальность культурных особенностей региона
- б) Проведение крупных мероприятий
- в) Разработка логотипа региона
- г) Строительство новых жилых комплексов

Ответ:

Обоснование ответа:



Задание 3. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какой подход к формированию событийного бренда предполагает использование уникальных явлений или культурных ресурсов?

- а) Инновационный подход
- б) Классический подход
- в) Аутентичный подход
- г) Технологический подход

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 4. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из методов наиболее эффективны для продвижения событийного бренда?

- а) Использование социальных сетей и интернет-маркетинга
- б) реклама с помощью билбордов и вывесок
- в) использование листовок, издание брошюр
- г) реклама в местных телекоммуникационных каналах

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 5. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что является основной целью формирования событийного бренда на территории?

- а) Увеличение количества жилых домов на территории
- б) Повышение узнаваемости региона и привлечение туристов
- в) Снижение стоимости недвижимости
- г) Увеличение количества мероприятий

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 6. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из следующих факторов наиболее важны при разработке стратегии формирования событийного бренда?

- а) Анализ ресурсов и возможностей
- б) Игнорирование альтернатив
- в) Постоянное изменение концепции без анализа рынка
- г) Минимизация затрат без учета эффективности

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какой из следующих элементов является частью коммуникационной стратегии продвижения событийного бренда?

- а) Создание сайта и страниц в соцсетях



- б) Проведение рекламных кампаний и PR-мероприятий
- в) Разработка ярких сувениров и мерча
- г) Игнорирование обратной связи от участников

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 8. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Почему важно учитывать целевую аудиторию при формировании событийного бренда?

- а) Снизить затраты на мероприятие
- б) Для определения наиболее привлекательных форматов и сообщений, повышающих эффективность мероприятий
- в) Для оценки влияния на развитие региона
- г) Для привлечения как можно большего количества посетителей мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 9. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие преимущества обеспечивают успешное управление событиями на территории бренда?

- а) Увеличение туристической привлекательности
- б) Увеличение инвестиций в регионе
- в) Улучшение имиджа региона в глазах посетителей и гостей
- г) Улучшение качества жизни населения

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 10. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что из перечисленного является достижением событийного бренда?

- а) Петербургский международный экономический форум
- б) Местная ярмарка выходного дня
- в) Региональная выставка сельскохозяйственной продукции
- г) Открытие нового жилого комплекса

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 11. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В рамках проектного расписания событий организации, какая из следующих стадий включает в себя определение целей, задач и показателей эффективности (KPI)?

- а) Идея и концепция
- б) Планирование и подготовка
- в) Реализация и контроль
- г) Постсобытийный анализ

Ответ:

Обоснование ответа:



Задание 12. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из ключевых факторов наиболее критичны для минимизации рисков при организации крупного международного фестиваля?

- а) Разработка плана управления рисками, разработка аварийных ситуаций, наличием резервных ресурсов
- б) Увеличение бюджета без анализа возможных угроз
- в) Игнорирование погодных условий и непредвиденных ситуаций
- г) Ограничение связи с участниками и руководителями

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 13. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В маркетинговых стратегиях событийной индустрии, что предполагается под концепцией «стратегии календаря»?

- а) Определение уникальных характеристик события, предпочитающих его среди конкурентов
- б) Распределение бюджета на рекламу и PR-кампании
- в) Создание логотипа и фирменного стиля мероприятия
- г) Подготовка сценария проведения мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 14. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие методы оценки эффективности проведения крупных событий наиболее подходят для анализа их последствий?

- а) Вопросы участников, анализ медиа-отражений сети, мониторинг социальных сетей
- б) Анализ финансовых затрат без учета обратной связи участников
- в) Оценка количества проданных билетов
- г) Исключительно внутренние отчеты организаторов без внешних данных

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 15. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В условиях глобализации и цифровизации событийной индустрии какой из подходов наиболее актуален для расширения охвата Международного фестиваля?

- а) Интеграция онлайн-платформ для трансляции и виртуального участия участников из разных стран
- б) Трансляция события по телевизионным каналам и радиовещанию
- в) Использование традиционных методов рекламы
- г) Организация трансляции мероприятия без учета культурных иностранных участников

Ответ:

Обоснование ответа:



Задание 16. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В рамках управления проектами в событийной индустрии, что такое «критический путь»?

- a) последовательность зависимых задач, определяющая срок выполнения проекта
- b) самая сложная часть подготовки мероприятия
- c) длительность этапа проектирования проведения мероприятий
- d) длительность этапа реализации и оценки событийного мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 17. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие показатели являются ключевыми для оценки эффективности проведения бизнес-конференций?

- a) Количество присутствующих и подключившихся участников, уровень удовлетворенности участников, достигнутые бизнес-результаты
- b) Количество зарегистрированных участников
- c) затраты на проведение конференции
- d) Количество опубликованных постов в соцсетях и откликов на них

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 18. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В условиях ограниченного бюджета на организацию крупного культурного фестиваля какой из подходов является наиболее эффективным?

- a) Приоритизация основных элементов мероприятия
- b) Попытка охватить все возможные направления
- c) Полное сокращение маркетинговых мероприятий
- d) Отказ от привлечения профессиональных подрядчиков

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 19. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из следующих утверждений наиболее точно отражают роль аналитики данных в планировании событий?

- a) Помогает выбрать параметры мероприятия и отрегулировать сценарий его проведения.
- b) Не имеет значения при организации небольших локальных мероприятий.
- v) Используется для проведения последующих.
- г) Заменяет необходимость в маркетинговых исследованиях.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 20. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В число основных аспектов развития событийной индустрии входит:



- а) Минимизация экологических воздействий за счет использования экологически чистых материалов и технологий переработки отходов;
- б) Максимальное увеличение количества участников;
- в) Игнорирование вопросов, связанных с радиальными экономическими выгодами;

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 21. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Определите понятие «событийный бренд территории» и объясните его значение для региона.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 22. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Назовите основные компоненты формирования событийного бренда на территории и кратко опишите их роль.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 23. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

3. Опишите роль уникальных природных ресурсов для формирования и развития событийного бренда территории.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 24. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Опишите стратегию развития событийного бренда на примере крупного международного фестиваля или мероприятия.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 25. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Какие критерии формирования эффективности событийного бренда вы можете выделить? Обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 26. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Предложите идею для создания уникальных событий или мероприятий, которые могли бы стать частью событийного бренда региона.

Ответ:

Обоснование ответа:



Задание 27. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Объясните значение измерения показателей эффективности мероприятия в реальном режиме (онлайн) при разработке концепции событийного бренда.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 28. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Проанализируйте возможные риски при реализации стратегии событий на территории бренда и предложите формирование мер по их минимизации.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 29. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Какие преимущества обеспечивает успешное создание событийного бренда? Назовите не менее трех.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 30. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Представьте краткое описание концепции развития событийного бренда фестиваля ТавридаАрт

Ответ:

Обоснование ответа:

Текущий контроль № 4

Индивидуальный / групповой проект

Индивидуальный / групповой проект выполняется по общей тематике. В содержании проекта должны быть аргументированно представлены:

- раскрывает поставленные вопросы;
- использованы современные научные методы исследований, актуальная информация, современные информационные технологии;
- отвечает следующим критериям:
 - аргументированность выводов (способность к анализу и сравнениям, способность достижения заданного уровня качества);
 - обоснованность и разноплановость предложенных подходов и определений (восприятие установок и объяснений преподавателя, владение материалом, умение пользоваться учебной, учебно-методической и научной литературой, подготовленность к занятию);
 - форма представления материала (владение культурой и навыками презентации).

Содержание проекта



1. Выбор вида событийного мероприятия для формирования событийного территориального брендинга (тематическое мероприятие для туристов, деловое мероприятие для бизнес-сегмента и или мероприятие для молодежи (студентов, школьников);
2. Проработка аргументации по выбору концепции на основе результатов маркетингового исследования и событийного календаря. Сделать описание концепции событийного мероприятия

Примерная направленность по выбору концепции: на 2026 год

1. 300 лет со дня основания Российской Академии наук (1726)
2. 130 лет со дня рождения писателя Ильи Яковлевича Маршака (1896–1953)
3. 150 лет со дня рождения американского писателя Джека Лондона (1876– 1918)
4. 185 лет со дня рождения русского художника-передвижника Куинджи Архипа Ивановича (1841–1910)
5. 250 лет со дня рождения немецкого писателя Эрнста Теодора Амадея Гофмана (1776–1822)
6. 200 лет со дня рождения русского писателя-сатирика Михаила Евграфовича Салтыкова-Щедрина (1826–1889)
7. 145 лет со дня рождения балерины Анны Павловны Павловой (1881– 1931)
8. Всемирный день ради
9. 90 лет со дня рождения певицы Анны Герман (1936–1982)
10. 170 лет со дня рождения художника Врубеля Михаила Александровича (1856–1910)
11. 190 лет со дня рождения хирурга Николая Васильевича Склифософского (1836–1904)
12. 140 лет со дня рождения русского поэта Николая Степановича Гумилева (1886–1921)
13. 135 лет со дня рождения композитора Прокофьева Сергея Сергеевича (1891–1953)
14. Международный день Танца
15. 135 лет со дня рождения русского писателя Михаила Афанасьевича Булгакова (1891–1940)
16. 215 лет со дня рождения литературного критика Белинского Виссариона Григорьевича (1811–1848)
17. День дружбы и единения славян
18. День молодежи России
19. День российской почты
20. 200 лет со дня рождения русского историка, исследователя русского фольклора, литературоведа Александра Николаевича Афанасьева (1826– 1871)
21. 170 лет со дня рождения английского драматурга, писателя Шоу Джорджа Бернарда (1856–1950)
22. Международный день дружбы
23. 170 лет со дня рождения художника Васнецова Аполлинария Михайловича (1856–1933)
24. Международный день коренных народов мира
25. Всемирный день фотографии
26. День российского кино
27. 85 лет со дня рождения русского писателя Сергея Донатовича Довлатова (1941–1990)



28. День Бородинского сражения русской армии под командованием М. И. Кутузова с французской армией (1812)
 29. 135 лет со дня рождения английской писательницы Агаты Кристи (1891– 1976)
 30. 110 лет со дня рождения композитора Дмитрия Дмитриевича Шостаковича (1906–1945)
 31. Международный день музыки
 32. 185 лет со дня рождения мецената Саввы Ивановича Мамонтова (1841– 1918)
 33. 315 лет со дня рождения русского учёного Ломоносова Михаила Васильевича (1711–1765)
 34. 165 лет со дня рождения художника Коровина Константина Алексеевича (1861–1939)
 35. 125 лет со дня рождения русского писателя Александра Александровича Фадеева (1901–1956)
3. Составить техническое задание событийного мероприятия: требования к площадке, тайминг-мероприятия, макет деловой программы, форма регистрации участников, участники мероприятия со стороны туристской инфраструктуры, целевая аудитория, затраты для организации мероприятия
 4. Продвижение событийного мероприятия. Разработать логотип мероприятия, макеты сувенирной продукции, афиша и пресс-релиз мероприятия, и посты для социальных сетей.
 5. Оценить экономические затраты на логотип, реализацию сувенирной продукции, примерный бюджет мероприятия.
 6. Смоделировать формирование туристских или деловых потоков и показать пропускную способность мероприятия, показывая преимущества для предприятий туристской инфраструктуры.

Требования к проекту

Проект должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ. Иметь титульный лист, содержание, список литературы, или сноски. Максимальный объем пояснительной записки 25 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. Неотъемлемой частью проекта является презентация, которая отображает визуальную часть проекта в структурированном виде по содержанию:

- 1 слайд – титульный лист с логотипом университета
- 2 слайд – концепция мероприятия
- ... слайды – раскрывается пункт 3 содержания проекта
- ... слайды - раскрывается пункт 4 содержания проекта
- ... слайды - раскрывается пункт 5 содержания проекта
- ... слайды - раскрывается пункт 6 содержания проекта

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Событийная индустрия. Основные компоненты и виды событий.
2. Этапы процесса организации массового мероприятия.
3. Роль менеджмента в сфере событийной индустрии.
4. Основные виды массовых мероприятий и их особенности.
5. Факторы, способствующие успешности проведения событий.
6. Объясните понятие «гибкое мероприятие» и его преимущества.



7. «Зеленое» мероприятие и особенности его реализации.
8. Финансовое планирование и бюджетирование в сфере событийной индустрии.
9. Роль социальных медиа в продвижении мероприятий.
10. Виртуальные и гибридные мероприятия.
11. Основные этапы жизненного цикла событий: от идеи до завершения.
12. «Событийный менеджмент» и его роль в обеспечении успеха мероприятия.
13. Влияние культурных, социальных и экономических факторов на планирование международных событий.
14. Современные технологические тренды в событийной индустрии: использование AR/VR, мобильных приложений, онлайн-платформ.
15. Роль маркетинга и брендинга в успешных событийных проектах.
16. Риски, связанные с организацией массовых мероприятий, и методы их минимизации.
17. Особенности организации международных мероприятий с учетом культурных традиций, правовых норм и языковых барьеров.
18. Разработка системы оценки эффективности проведения мероприятия (KPI). Показатели.
19. Особенности организации, культурных и деловых мероприятий с точки зрения логистики, безопасности и взаимодействия с участниками.
20. Этические аспекты в сфере событийной индустрии: ответственность за безопасность участников, честность спонсорских соглашений, соблюдение авторских прав и т.д.
21. Событийный бренд территории и его роль в имидже региона.
22. Основные компоненты событийного бренда территории.
23. Связь между развитием событийного бренда и туристической привлекательностью региона.
24. Этапы формирования событийной территории: от идеи до реализации бренда и оценки эффективности.
25. Факторы, способствующие успешному позиционированию событийного бренда в регионе.
26. Роль крупных мероприятий в создании и утверждении событийного бренда на территории.
27. Стратегические подходы к развитию событийного бренда: локальные инициативы, государственная поддержка, участие бизнеса.
28. Роль межрегионального сотрудничества и партнерства в укреплении событийного бренда территории.
29. Особенности формирования событийных брендов в условиях глобализации и конкуренции между регионами.
30. Основы формирования уникального событийного бренда территории.

ФОС для оценки сформированности компетенций

ПК-1. Способен организовывать и осуществлять мониторинг развития отраслевых рынков и рынков услуг МСЭ индустрии

ПК-1.3. Концептуально проектирует событийный бренд территории (региона)

Задание 1. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**



Что такое событийный бренд территории?

- а) Совместность логотипов и слоганов региона
- б) Имидж и ассоциации, связанные с проведением определенных мероприятий на территории
- в) Название маршрута туристического региона
- г) Специальная программа развития волонтеров

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 2. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какой из следующих элементов имеет отношение к формированию событийного бренда?

- а) Уникальность культурных особенностей региона
- б) Проведение крупных мероприятий
- в) Разработка логотипа региона
- г) Строительство новых жилых комплексов

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 3. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какой подход к формированию событийного бренда предполагает использование уникальных явлений или культурных ресурсов?

- а) Инновационный подход
- б) Классический подход
- в) Аутентичный подход
- г) Технологический подход

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 4. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из методов наиболее эффективны для продвижения событийного бренда?

- а) Использование социальных сетей и интернет-маркетинга
- б) реклама с помощью билбордов и вывесок
- в) использование листовок, издание брошюр
- г) реклама в местных телекоммуникационных каналах

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 5. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что является основной целью формирования событийного бренда на территории?

- а) Увеличение количества жилых домов на территории
- б) Повышение узнаваемости региона и привлечение туристов
- в) Снижение стоимости недвижимости
- г) Увеличение количества мероприятий

Ответ:



Обоснование ответа:

Задание 6. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из следующих факторов наиболее важны при разработке стратегии формирования событийного бренда?

- а) Анализ ресурсов и возможностей
- б) Игнорирование альтернатив
- в) Постоянное изменение концепции без анализа рынка
- г) Минимизация затрат без учета эффективности

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какой из следующих элементов является частью коммуникационной стратегии продвижения событийного бренда?

- а) Создание сайта и страниц в соцсетях
- б) Проведение рекламных кампаний и PR-мероприятий
- в) Разработка ярких сувениров и мерча
- г) Игнорирование обратной связи от участников

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 8. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Почему важно учитывать целевую аудиторию при формировании событийного бренда?

- а) Снизить затраты на мероприятие
- б) Для определения наиболее привлекательных форматов и сообщений, повышающих эффективность мероприятий
- в) Для оценки влияния на развитие региона
- г) Для привлечения как можно большего количества посетителей мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 9. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие преимущества обеспечивают успешное управление событиями на территории бренда?

- а) Увеличение туристической привлекательности
- б) Увеличение инвестиций в регионе
- с) Улучшение имиджа региона в глазах посетителей и гостей
- д) Улучшение качества жизни населения

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 10. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**



Что из перечисленного является достижением событийного бренда?

- а) Петербургский международный экономический форум
- б) Местная ярмарка выходного дня
- в) Региональная выставка сельскохозяйственной продукции
- г) Открытие нового жилого комплекса

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 11. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Определите понятие «событийный бренд территории» и объясните его значение для региона.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 12. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Назовите основные компоненты формирования событийного бренда на территории и кратко опишите их роль.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 13. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

3. Опишите роль уникальных природных ресурсов для формирования и развития событийного бренда территории.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 14. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Опишите стратегию развития событийного бренда на примере крупного международного фестиваля или мероприятия.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 15. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Какие критерии формирования эффективности событийного бренда вы можете выделить? Обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 16. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Предложите идею для создания уникальных событий или мероприятий, которые могли бы стать частью событийного бренда региона.

Ответ:



Обоснование ответа:

Задание 17. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Объясните значение измерения показателей эффективности мероприятия в реальном режиме (онлайн) при разработке концепции событийного бренда.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 18. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Проанализируйте возможные риски при реализации стратегии событий на территории бренда и предложите формирование мер по их минимизации.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 19. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Какие преимущества обеспечивает успешное создание событийного бренда? Назовите не менее трех.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 20. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Представьте краткое описание концепции развития событийного бренда фестиваля ТавридаАрт

Ответ:

Обоснование ответа:

ПК-3. Способен разрабатывать проекты МІСЕ продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью

ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения

Задание 1. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В рамках проектного расписания событий организации, какая из следующих стадий включает в себя определение целей, задач и показателей эффективности (KPI)?

- а) Идея и концепция
- б) Планирование и подготовка
- в) Реализация и контроль
- г) Постсобытийный анализ

Ответ:

Обоснование ответа:



Задание 2. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из ключевых факторов наиболее критичны для минимизации рисков при организации крупного международного фестиваля?

- а) Разработка плана управления рисками, разработка аварийных ситуаций, наличием резервных ресурсов
- б) Увеличение бюджета без анализа возможных угроз
- в) Игнорирование погодных условий и непредвиденных ситуаций
- г) Ограничение связи с участниками и руководителями

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 3. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В маркетинговых стратегиях событийной индустрии, что предполагается под концепцией «стратегии календаря»?

- а) Определение уникальных характеристик события, предпочитающих его среди конкурентов
- б) Распределение бюджета на рекламу и PR-кампании
- в) Создание логотипа и фирменного стиля мероприятия
- г) Подготовка сценария проведения мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 4. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие методы оценки эффективности проведения крупных событий наиболее подходят для анализа их последствий?

- а) Вопросы участников, анализ медиа-отражений сети, мониторинг социальных сетей
- б) Анализ финансовых затрат без учета обратной связи участников
- в) Оценка количества проданных билетов
- г) Исключительно внутренние отчеты организаторов без внешних данных

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 5. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В условиях глобализации и цифровизации событийной индустрии какой из подходов наиболее актуален для расширения охвата Международного фестиваля?

- а) Интеграция онлайн-платформ для трансляции и виртуального участия участников из разных стран
- б) Трансляция события по телевизионным каналам и радиовещанию
- в) Использование традиционных методов рекламы
- г) Организация трансляции мероприятия без учета культурных иностранных участников

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 6. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его



соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В рамках управления проектами в событийной индустрии, что такое «критический путь»?

- a) последовательность зависимых задач, определяющая срок выполнения проекта
- b) самая сложная часть подготовки мероприятия
- c) длительность этапа проектирования проведения мероприятий
- d) длительность этапа реализации и оценки событийного мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 7. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие показатели являются ключевыми для оценки эффективности проведения бизнес-конференций?

- a) Количество присутствующих и подключившихся участников, уровень удовлетворенности участников, достигнутые бизнес-результаты
- b) Количество зарегистрированных участников
- c) затраты на проведение конференции
- d) Количество опубликованных постов в соцсетях и откликов на них

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 8. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В условиях ограниченного бюджета на организацию крупного культурного фестиваля какой из подходов является наиболее эффективным?

- a) Приоритизация основных элементов мероприятия
- b) Попытка охватить все возможные направления
- c) Полное сокращение маркетинговых мероприятий
- d) Отказ от привлечения профессиональных подрядчиков

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 9. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие из следующих утверждений наиболее точно отражают роль аналитики данных в планировании событий?

- a) Помогает выбрать параметры мероприятия и отрегулировать сценарий его проведения.
- b) Не имеет значения при организации небольших локальных мероприятий.
- v) Используется для проведения последующих.
- г) Заменяет необходимость в маркетинговых исследованиях.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 10. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

В число основных аспектов развития событийной индустрии входит:

- a) Минимизация экологических воздействий за счет использования экологически чистых материалов и технологий переработки отходов;



- б) Максимальное увеличение количества участников;
- в) Игнорирование вопросов, связанных с радиальными экономическими выгодами;

Ответ:

Обоснование ответа:

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Раздел 1. Основы событийной индустрии

Тема 1.1. Введение в событийную индустрию: идея, история, развитие

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Понятие событийной индустрии, ее основные цели и задачи. Исторические этапы развития событийной индустрии: от древних времен до современности. Социальные, культурные и экономические факторы развития событийной индустрии в XX-XXI веках. Современные тенденции развития событийной индустрии. Изменение целей проведения массовых мероприятий (от развлечений к развитию туризма, имиджмейкингу, социальной ответственности). Событийный менеджмент

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний об истории развития событийной индустрии, целей, задач и трансформации

Практические навыки. Закрепление способности формировать продукт событийной индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме: Тематика докладов

1. Определение событийной индустрии. Значение и роль в современном обществе
2. Цели и задачи исследования
3. Основные функции событийного мероприятия: культурная, социальная, экономическая, имиджевая.
4. Современные направления: деловые, культурные, спортивные, развлекательные мероприятия.
5. Значение событийной индустрии для развития туризма, бизнеса и межкультурных связей
6. История развития событийной индустрии
7. Развитие театров, карнавалов, национальных праздников
8. Формирование профессиональной сферы «событийный менеджмент»
9. Массовые спортивные соревнования
10. Культурные фестивали
11. Глобализация и проведение мероприятий
12. Технологические инновации (цифровизация, виртуальные события)
13. Рост инвестиций в развитие и социальную ответственность
14. Перспективы развития событийной индустрии: новые формы, расширение рынка услуг
15. Статистические данные о мероприятиях по росту рынка.
16. Обзор известных международных мероприятий.

Задание 1: сделать презентацию по ассоциации (по выбору студента):

- Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ)
- Национальное конгресс-бюро (НКБ)
- Союз выставочных застройщиков (СВЗ)
- Национальная ассоциация организаторов мероприятий (НАОМ)
- Российская ассоциация событийного маркетинга (REMA)
- Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР)
- Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI)

Задание 2: изучить сайты Крокус Экспо и Экспоцентр и составить событийный календарь по тематике на выбор студента (туризм, гостиничный бизнес, ювелирное дело, ресторанный бизнес, дизайн, реклама и др.)

Задание 3: из открытых источников в Интернете, на сайтах консалтинговых агентств или сайтах ассоциациях найти статистическую информацию о результативности событийного рынка в регионе.

Тема 1.2. Экосистема событийной индустрии

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Основные элементы событийной индустрии, их характеристика и взаимосвязь.

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний об экосистеме событийной индустрии, формирование умений их взаимосвязи

Практические навыки. Закрепление способности формировать продукт событийной индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме: **Разбор конкретных ситуаций**

1. Олимпийские игры — интеграция международных и национальных участников.

Описание:

Олимпийские игры — крупнейшее международное спортивное мероприятие, требующее участия участников: международных организаций (Международный олимпийский комитет), национальных комитетов, правительств, спонсоров, СМИ, волонтеров, местных властей и бизнеса.

Ключевые аспекты экосистемы:

Организаторы: МОК, комитеты по оказанию помощи Афганистану, местные оргкомитеты.

Инфраструктура: стадионы, транспорт, гостиницы

Спонсоры и партнеры: крупные корпорации (Coca-Cola, Samsung)

Медиа и маркетинг: трансляция, реклама

Общественная поддержка и волонтеры

Городская среда и инфраструктура

Вывод:

Успех олимпийских игр зависит от слаженной работы всех элементов экосистемы — от занятости до маркетинга и социальной поддержки.

2. Венецианский карнавал — культурная экосистема



Описание:

Международный культурный фестиваль с богатой историей, объединяющий организаторов, художников, артистов, туристов и местные власти.

Ключевые участники:

Местные власти и муниципалитеты

Художественные коллективы и артисты

Туристические агентства и гостиницы

СМИ и промоутеры

Местное население и волонтеры

Особенности:

Использование исторических площадок и памятников в качестве площадок для мероприятий

Взаимокультурное воздействие учреждений с бизнесом (рестораны, магазины)

Продвижение через медиа и социальные сети

Вывод:

Экосистема обеспечивает сохранение культурного наследия при привлечении туристов и развитии местной экономики.

3. Фестиваль Таврида ART

Описание:

Самое масштабное культурно-просветительское событие России, посвященное молодому искусству

Ключевые компоненты:

Участники-художники и креативные коллективы

Волонтеры и участники сообщества

Спонсоры и партнеры (технологические компании)

Местные власти и службы безопасности

Особенности:

Самоорганизация сообщества без коммерческой рекламы

Экологическая ответственность (устойчивое развитие)

Взаимодействие технологий с искусством

Вывод:

Создание уникальных экосистем требует взаимодействия участников с общими ценностями.

4. Петербургский международный экономический форум

Описание:

ПМЭФ — одно из самых масштабных и значимых деловых событий в мире. ПМЭФ проходит ежегодно, начиная с 1997 года. С 2006 года Форум проводится под патронатом и при участии Президента Российской Федерации.

ПМЭФ — это пространство для диалога и развития деловых связей, не имеющее аналогов. Это возможность найти партнеров для развития бизнеса в России и за ее пределами, расширить круг заказчиков и поставщиков, выйти на контакт с лицами, напрямую принимающими решения, привлечь внимание потенциальных инвесторов и ведущих СМИ.

ПМЭФ зарекомендовал себя в качестве ключевого глобального мероприятия, на котором в прикладном ключе обсуждаются современные экономические проблемы, стоящие перед Россией, развивающимися рынками и миром в целом, принимаются практические решения, запускаются инновационные масштабные проекты и получают реальные очертания новые подходы к адаптации мировой экономики к современным условиям.

Ключевые участники:

Корпорации и стартапы (участники выставок)

Посетители — деловые делегации, СМИ, туристы

Инфраструктурные компании (строительство павильонов)

Особенности:

Интеграция государственных инициатив с бизнесом

Использование современных технологий для презентаций

Создание временной занятости для проведения мероприятий

Тема 1.3. Классификация и виды мероприятий

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Классификация событий. Виды событийных мероприятий

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний о видах событийных мероприятий и их классификации

Практические навыки. Закрепление способности формировать продукт событийной индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме: **Тематика докладов**

1. Общая характеристика и принципы организации мероприятий. Обзор основных подходов и подходов к систематизации событий.
2. Классификация мероприятий по видам. Разбор видов: образовательные, культурные, деловые, развлекательные, социальные.
3. Виды мероприятий по масштабу и охвату участников. Местные, международные, экологические и развивающие события.
4. Форматы проведения мероприятий: обычные, виртуальные и гибридные. Особенности организации и преимущества каждого типа.
5. Классификация мероприятий по продолжительности. Однодневные, многодневные, кратковременные и долгосрочные мероприятия.
6. Виды мероприятий в зависимости от уровня организации: локальные, региональные, экономические и охватывающие мероприятия: особенности и различия.
7. Обзор популярных видов деловых мероприятий. Конференции, форумы, выставки, бизнес-семинары.
8. Культурно-развлекательные мероприятия: виды и особенности. Фестивали, концерты, выставки искусств.
9. Спортивные мероприятия. Олимпийские игры, чемпионаты мира, локальные соревнования.

10. Благотворительные и общественные мероприятия: виды и роль в обществе. Акции помощи, марафоны, благотворительные концерты.
11. Особенности организации гибридных мероприятий в современном мире. Совмещение онлайн- и офлайн-форматов.
12. Мероприятия по развитию видов в условиях цифровизации. Тенденция к разработке технологий классификации и проведения мероприятий.
13. Практическое руководство по выбору вида мероприятия для национальных целей. Как определить формат мероприятия для достижения целей организатора.
14. Исторический обзор развития видов массовых мероприятий. Эволюция события от древних времен до наших дней.

Задание 1. Разработка кейса, разбор кейса

- Проанализировать факторы и предпосылки для выбора тематики событийного мероприятия (день памяти, круглая дата). Предоставить аргументацию и подтверждающие факторы.
- Выбрать площадку мероприятия и тип мероприятия. Предоставить аргументацию и подтверждающие факторы.
- Составить макет технического задания с описанием концепции событийного мероприятия.
- Под составленную концепцию мероприятия необходимо продумать техническое задание для партнёров и поставщиков.
- Определить этапы мероприятия, поставщиков и их функции на каждом этапе.
- Составить тайминг мероприятия, указывая перерывы на кофе-брейки.

Задание 2. Разработка кейса, разбор кейса

Сделать макет деловой программы разрабатываемого мероприятия и предоставлять смету мероприятия, экономические затраты подтвердить стоимостью от поставщиков, ссылаясь на официальные сайты компаний.

Раздел 2. Технологии проектирования и организации событийного мероприятия

Тема 2.1. Этапы организации событий: от идеи до реализации

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Этапы организации событий. Процесс разработки событийного мероприятия. Идея мероприятия. Концепция мероприятия. Бюджетирование и финансовое планирование. Выбор места проведения мероприятия. Контроль реализации мероприятия и оценка его эффективности

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний и умений разработки событийного мероприятия

Практические навыки. Закрепление способности формировать продукт событийной индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме: **Решение практических заданий**

Задание 1: Организация экономического тимбилдинга



Описание:

Компания решила провести корпоративный тимбилдинг для достижения командного духа.
Идея — активный отдых на природе с командными играми.

Этапы реализации:

Идея и концепция: Активный отдых, командные соревнования, развитие коммуникаций.

Планирование: Определение бюджета, выбор даты, выбор места (загородный клуб).

Подготовка: Заказ инвентаря, приглашение ведущего, разработка сценария.

Продвижение: Информирование сотрудников через клиентов.

Реализация: Проведение мероприятия, контроль за соблюдением плана.

Анализ: Опрос участников, эффективность.

Задание 2: Проведение международной конференции

Описание:

Международная научная конференция по инновационным технологиям.

Этапы реализации:

Идея и концепция: Обмен чертежами, установление контактов между специалистами.

Планирование: Бюджет, выбор площадки (отеля с конференц-залом), составление программы.

Подготовка: Приглашение спикеров, подготовка презентаций, техническое обеспечение.

Продвижение: Создание площадки для мероприятий, рассылки на открытом воздухе.

Реализация: Регистрация участников, проведение сессий, техническая поддержка.

Анализ и отчетность: Оценка отзывов участников, подготовка отчета для спонсоров.

Задание 3: Организация благотворительного концерта

Описание:

Местная организация решила провести благотворительный концерт для сбора средств на помощь детям.

Этапы реализации:

Идея и концепция: Вдохновляющая программа с участием известных артистов.

Планирование: Выбор площадки (театр или концертный зал), согласование даты.

Подготовка: Контракт с артистами, оформление сцен и зала, реклама мероприятия.

Продвижение: Объявления в СМИ, соцсети, привлечение спонсоров.

Реализация: Проведение концерта, сбор пожертвований.

Анализ: Подведение итогов по собранным средствам и отзывам участников.

Задание 4: Планирование и организация мини-события.

Задача:

Вы — организатор мероприятия, и вам необходимо спланировать и подготовить небольшое мероприятие (например, мастер-класс, презентацию, благотворительный сбор или корпоративное мероприятие) с учетом всех этапов организации.

Инструкция:

1. Выберите тип мероприятия:

2. Определите, какое мероприятие вы организуете (например, мастер-класс по кулинарии, презентация продуктов, благотворительный вечер).



3. Разработайте:

3.1. Цель мероприятия

3.2. Целевая аудитория

3.3. Основная идея или тема

3.4. Составьте план действий по этапам. Для каждого этапа (от идеи до реализации) опишите конкретные шаги:

- Идея и концепция
- Планирование (бюджет, дата, место)
- Подготовка (инвентарь, материалы, команда)
- Продвижение (реклама, приглашения)
- Реализация (проведение мероприятия)
- Анализ и отчетность
- Определите сложность и способы их решения: например: плохая погода, проверка участия участников, технические неполадки.

4. Создайте примерный тайминг: Распишите по дням или неделям предусмотренного периода.

5. Подготовьте короткую презентацию или отчет: Объясните свой подход к событиям организации и почему вы выбрали именно такие шаги.

Дополнительное задание (по желанию):

1. Разработайте список необходимых ресурсов (финансовых, человеческих, технических).
2. Предложите идеи по продвижению вашего мероприятия в социальных сетях или на других каналах.
3. Подумайте о критериях оценки успешности ваших событий.

Цель задания:

Закрепить на практике теоретические знания об элементах событий.

Развить навыки планирования и прогнозирования возможных проблем.

Научиться структурировать процесс подготовки мероприятий.

Тема 2.2. Технологии в событийной индустрии

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Современные технологии для организации и планирования мероприятий. Автоматизация процесса организации мероприятий. Системы онлайн-регистрации. Интерактивные технологии. Системы управления проектами в событийной индустрии. Event-технологии. Трансляция мероприятий. Современные средства визуализации.

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний в сфере технологий событийной индустрии

Практические навыки. Закрепление способности формировать продукт событийной индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме: **Решение практических заданий**



Задание 1: Анализ современных технологий для организации мероприятий.

Цель: Ознакомиться с современными технологиями и определить их применение.

Инструкция:

1. Выберите тип мероприятия (например, конференция, концерт, выставка).
2. Исследуйте и составьте список технологий, которые можно использовать для организации данного мероприятия (например, системы онлайн-регистрации, мобильные приложения, VR/AR, трансляция).
3. Обоснуйте выбор каждой технологии: как она помогает повысить эффективность или качество мероприятия.
4. Представьте результаты в виде презентации или отчета.

Задание 2: Разработка концепции виртуального или гибридного мероприятия.

Цель: На практике применить технологию для проведения онлайн или смешанных мероприятий.

Инструкция:

1. Спроектируйте мероприятие с использованием технологий (например, онлайн-трансляция, интерактивные платформы, чат-боты).
2. Определите платформу и инструменты, которые будете использовать.
3. Напишите сценарий проведения: как участники будут взаимодействовать с контентом и друг с другом.
4. Подготовьте схему технического обеспечения (оборудование, интернет-соединение, техническая поддержка).

Задание 3: Создание плана обеспечения event-технологий

Цель: Научиться планировать использование технологий на этапе подготовки.

Инструкция:

1. Выберите конкретное мероприятие (например, выставку).
2. Составьте план развития технологий:
Какие системы автоматизации регистрации участников?
Какие выделенные средства будут использованы?
Как организовать трансляцию или интерактивность?
Какие средства аналитики и обратной связи планируется использовать?
3. Укажите время и ответственность за внедрение каждой технологии.

Задание 4: Практическое использование онлайн-платформы

Цель: Освоить работу с платформами для организации мероприятий.

Инструкция:

1. Зарегистрируйтесь на одной из популярных платформ для проведения онлайн-событий.
2. Проведите тестовое мероприятие:
3. Настроить встречу участников.
4. Подготовьте презентацию или видео.
5. Проведите тестовую трансляцию.
6. Запишите свои впечатления и выявленные сложности.

Задание 5: Анализ эффективности использования технологий

Цель: Научиться оценивать результативность внедренных технологий.

Инструкция:

1. Проанализируйте показатели мероприятия (по выбору студента):
2. Количество зарегистрированных участников
3. Время участия
4. Обратная связь между участниками
5. Статистика просмотров трансляции
6. Проанализируйте эффективность технологий использования:
 - Что сработало хорошо?
 - Какие проблемы возникают?
 - Что можно улучшить в будущем?

Раздел 3. Событийный бренд территории (региона)

Тема 3.1. Брендинг территории. Имидж территории

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Брендинг туристских дестинаций: структура, индивидуальность, имя, визуализация. Брендинг и идентичность российских регионов: практики успешные и не очень. Имидж туристской территории: виды имиджа, факторы формирования, модели. Позиционирование туристских дестинаций: концепции, детерминанты, процесс.

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний и умений в процессе формирования бренда территории

Практические навыки. Закрепление способности концептуально проектировать событийный бренд территории (региона)

Задания по теме: разбор конкретных ситуаций

Кейс 1: Брендинг города Казань

Описание:

Казань — один из крупнейших городов России, активно развивающийся как культурный и туристический центр. В 2005 году город запустил программу по созданию уникального бренда, отражающего его историческое наследие и современность.

Ключевые шаги:

Разработка слогана «Казань — сердце Татарстана», подчеркивающего уникальность региона.

Создание логотипа, сочетающего элементы татарской культуры и современного дизайна.

Внедрение брендированных материалов (флаги, сувениры, реклама).

Проведение международных мероприятий (например, Универсиады 2013), укрепляющих имидж города.

Результат:

улучшение туристического имиджа, рост инвестиций и узнаваемости города на международной арене.



Кейс 2: Брендинг территории — остров Русский во Владивостоке

Описание:

Остров Русский стал стратегическим объектом развития Дальнего Востока. Для привлечения внимания и туристами был разработан бренд «Остров Русский» с целью формирования позитивного имиджа.

Ключевые шаги:

Создание визуальной идентичности (логотипа, слогана).

Продвижение через участие в международных выставках и конференциях.

Разработка туристических маршрутов и работодателей.

Использование современных технологий (виртуальные туры, соцсети) для популяризации.

Результат:

повысить узнаваемость островов как центра туризма и инвестиций, создать современный образ территории.

Кейс 3: Имидж региона — Кавказские Минеральные Воды (КМВ)

Описание:

Регион КМВ исторически славится своими лечебными источниками. Однако до недавнего времени его имидж был устаревшим и ассоциировался только с советским прошлым.

Ключевые шаги:

Разработка нового бренда «Кавказские Минеральные Воды — источник здоровья».

Рекламная кампания с акцентом на современные возможности отдыха и оздоровления.

Обновление занятости и создание новых туристических продуктов.

Внедрение цифровой платформы для продвижения региона.

Результат:

улучшение имиджа региона как современного курортного центра, привлечение новых туристов и его остановка.

Тема 3.2. Оценка событийного потенциала территории

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Событийный потенциал территории и его компоненты. Методы и инструменты анализа событийного потенциала территории. Туристический и инфраструктурный потенциал территории. Доступность и транспортная инфраструктура территории с точки зрения организации событий. SWOT-анализ (сильные, слабые стороны, возможности, угрозы) при оценке событийного потенциала

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний и умений в процессе оценки событийного потенциала региона

Практические навыки. Закрепление способности концептуально проектировать событийный бренд территории (региона)

Задания по теме: **разбор конкретных ситуаций**

Изучите рейтинг событийного потенциала регионов России за последние 3 года. Изучите методику проведения рейтинга. Опишите основные изменения за три года.

Ознакомьтесь с Рейтингом событийного потенциала регионов®© России за 2024 год можно по ссылке:



https://old.rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/Rejting_sobytijnogo_potenciala_regionov_Rossii_itogi_2024_goda.pdf

Задания по теме: решение практических заданий

Задание 1: Анализ инфраструктурных возможностей региона

Инструкция:

Выберите любой регион или город. Проведите анализ его инфраструктурных ресурсов для проведения крупных мероприятий (например, фестивалей, спортивных мероприятий, выставок). Ответьте на вопросы:

- Какие основные объекты применяются в сферах (транспорт, гостиницы, террасы)?
- Насколько они соответствуют крупному событию?
- Какие улучшения необходимы для настройки мощности?

Цель:

Развить навыки оценки инфраструктурных ресурсов и обнаружения слабых мест.

Задание 2: SWOT-анализ событийного потенциала региона

Инструкция:

На основе любого региона или города составьте SWOT-анализ его событийного потенциала:

Сильные стороны (Сильные стороны): Что обеспечивает проведение мероприятий?

Слабые стороны (Weaknesses): Какие недостатки мешают развитию событийной индустрии?

Возможности (Возможности): Какие внешние факторы можно использовать?

Угрозы (угрозы): Какие риски могут иметь негативные последствия?

Цель:

Научиться систематизировать информацию и выявить основные факторы.

Задание 3: Оценка туристического и культурного потенциала.

Инструкция:

- Выберите регион или город. Проведите анализ культурных и туристических ресурсов:
- Какие уникальные природные или культурные объекты существуют в странах?
- Как этот ресурс может привлечь участников и присутствовать на мероприятиях?
- Есть ли сезонные особенности, влияющие на проведение мероприятий?

Цель:

Развить умение оценить нематериальные ресурсы территории.

Задание 4: Разработка карты оценки событийного потенциала

Инструкция:

Создайте собственный набор для измерения событийного потенциала территории.

Включите показатели по следующим аспектам:

- Инфраструктура
- Транспортная доступность
- Поддержка власти и бизнеса
- Туристический поток
- Культурные ресурсы
- Безопасность и риски

Тема 3.3. Подходы к формированию событийного бренда территории. Продвижение событийного бренда территории

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Отличие событийного бренда территории от общего регионального бренда. Формирование событийного бренда. Подходы существуют к созданию событийного бренда на территории. Стратегический подход к развитию событийного бренда. Позиционирование событийного бренда территории.

Целью занятия является: формирование у обучающихся комплекса знаний и умений в процессе формирования событийного бренда территории

Практические навыки. Закрепление способности концептуально проектировать событийный бренд территории (региона)

Задания по теме: **разбор конкретных ситуаций**

Задание 1: Анализ успешных территориальных событийных брендов

Инструкция:

Выберите 2–3 известных зарубежных и российский региона или города, которые успешно продвигают свои мероприятия. Проведите анализ:

- Что входит в событийный бренд?
- Какие подходы использовались для его формирования?
- Какие коммуникационные стратегии были применены?
- Чем эти бренды отличаются друг от друга?

Цель:

изучить реальные примеры формирования событийных брендов и известных подходов.

Задание 2: Разработка концепции событийного бренда для локального региона

Инструкция:

Выберите свой город или регион. Разработайте его событийный бренд:

- Определите уникальные особенности территории (природные, культурные, исторические).
- Выберите целевую аудиторию.
- Опишите основные идеи и ценности, которые должен транслировать бренд.
- Предложите ключевое мероприятие или события, которые могут стать частью этого бренда.
- Разработайте краткую динамику продвижения (каналы связи).

Цель:

Практиковать навыки создания концепции и стратегии формирования событийного бренда.

Задание 3: Оценка подходов к формированию существующего события

Инструкция:

Выберите крупное событие (фестиваль, спортивное мероприятие или культурное мероприятие). Проанализируйте подходы, которые использовались при формировании бренда:

- Какие методы использовались?



- Какие элементы делают бренд узнаваемым?
- Как осуществлять коммуникацию с закрытой аудиторией?
- Какие есть возможности для улучшения?

Цель:

Развить аналитические навыки и умение оценивать текущие стратегии.

Задание 4: Разработка рекомендаций по поддержке событийного бренда

Инструкция:

На основе анализа выбранной территории или событий подготовьте рекомендации по усилению или развитию его событийного бренда. Включите дополнительные меры — например, новые мероприятия, изменение коммуникационной стратегии, использование новых направлений продвижения.

Цель:

Практиковать навыки стратегического мышления и разработки предложений.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

1. Ядерная, Д. В. Событийный менеджмент : учебное пособие / Д. В. Ядерная. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2023. - 257 с. - ISBN 978-5-7567-1299-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2155140>. – Режим доступа: по подписке.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2024. — 282 с. — (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0163-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2079503> – Режим доступа: по подписке.
3. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. — 316 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2008766> – Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

4. Макаров, А. Н. Брендинг территории как инструмент развития региона : монография / А. Н. Макаров, С. И. Жук, Д. А. Искандарова. - Ставрополь : Логос, 2020. - 234 с. - ISBN 978-5-907258-38-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1870647>. – Режим доступа: по подписке.
5. ГОСТ Р ИСО 20121-2018 «Услуги по организации мероприятий» — международный стандарт, регламентирующий требования к организации событийных услуг. <https://docs.cntd.ru/document/1200113801>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»



1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM. Режим доступа: <https://znanium.com/>. Доступ свободный
2. Электронно-библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа: <https://book.ru/>. Доступ свободный
3. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс. Режим доступа: <https://www.consultant.ru/>. Внутрисетевой доступ в читальном зале библиотеки и в компьютерных классах учебных корпусов.
4. Министерство экономического развития Российской Федерации. Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/>. Доступ свободный
5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Режим доступа: <http://www.nalog.ru>. Доступ свободный
6. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы. Режим доступа: <https://fas.gov.ru/pages/contacts/contact-info/>. Доступ свободный
13. Российский союз выставок и ярмарок. Режим доступа: <https://ruef.ru/>. Доступ свободный
14. Федерация креативных индустрий. Режим доступа: <https://www.creative-russia.ru>. Доступ свободный

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

7. Microsoft Windows
8. Microsoft Office
9. Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <https://bd.wciom.ru/>. Доступ свободный
10. База данных о субъектах малого и среднего предпринимательства. Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/>. Доступ свободный
11. База данных ИНИОН (профессиональная база данных). Режим доступа: <http://inion.ru/ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/>. Доступ свободный
12. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система). Режим доступа: <http://www.e-library.ru/>. Доступ свободный
13. Российская книжная палата и Российская государственная библиотека (РГБ) (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://www.rsl.ru/ru/rkp/>. Доступ свободный
14. Российская национальная библиотека (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://nlr.ru/>. Доступ свободный
15. Научная электронная библиотека. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>. Доступ свободный
16. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/>. Доступ свободный
17. Информационно-справочная система Федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/docs/27572260/>. Доступ свободный
18. Информационно-справочная система Университетской информационной системы «Россия» (УИС Россия): финансовая статистика». Режим доступа: https://fingramota.econ.msu.ru/documents/financial_statistics/. Доступ свободный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)



Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на лекциях и занятиях семинарского) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине в предлагаемой методике обучения выступают лекционные занятия и занятия семинарского типа (с использованием активных и интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Занятия лекционного типа.

Лекция-презентация - это традиционно вузовская учебная лекция, сопровождаемая демонстрационным материалом презентационного характера. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы.

Проблемная лекция характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний обучающийся получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности. Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Занятия семинарского типа.

Цель занятий семинарского типа заключается в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ дисциплины, приобретение навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Занятия семинарского типа включают в себя семинары в формах круглых столов, семинаров-собеседований, а также практических занятий в форме выполнения решения кейсов.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Самостоятельная работа обучающихся.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической и методической литературой, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Событийная индустрия», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:



- овладение методиками;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к занятиям лекционного и семинарского типа соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка к дискуссии,
- систематизация полученных сведений на практических занятиях,
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике.

Изучение дисциплины «Событийная индустрия» базируется на использовании материалов учебной, научной и практической литературы соответствующей направленности, научных публикаций, материалов периодической печати, практических данных о деятельности субъектов рынка гостиничных услуг. Прежде всего, студенту необходимо ознакомиться с тематикой и программой дисциплины и подобрать соответствующую учебную и специальную литературу.

Читать рекомендуемую литературу следует в спокойной обстановке, не отвлекаясь на посторонние дела и беседы. Вдумчивое чтение оградит от необходимости повторного изучения материала.

Если конспектировать усвоенный материал в процессе самостоятельной работы, то процесс запоминания будет эффективнее. Собственные конспекты позволят в любое время восстановить необходимые знания. Конспектирование прочитанного материала удобнее вести в тетради для конспектов лекций, посвящая ему отдельные разделы. Определения основных понятий лучше всего выделить другим цветом или пометить маркером. Для того, чтобы библиографический источник был узнаваем, нужно делать грамотные ссылки на него: ссылка размещается в конце страницы и содержит указание автора, наименование работы, город издания, издательство, год издания, страницу. Необходимо консультироваться с ведущим преподавателем, показывать ему зримые результаты самостоятельной работы в виде конспектов и выполненных индивидуальных заданий. Это позволит своевременно скорректировать процесс самостоятельного изучения проблем управления гостиничным бизнесом.

Если при чтении рекомендуемой литературы возникли вопросы или несогласия с авторами, необходимо отметить это в домашнем конспекте. Во время консультации непонятные моменты обсуждаются с ведущим преподавателем. Поскольку управление гостиничным бизнесом развивающаяся прикладная наука, в ней существует множество



неисследованных областей. Ознакомление с трудами ученых в этой области может способствовать активизации научной деятельности студента.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория Специализированная учебная мебель ТСО: Переносное видеопроjectionное оборудование Доска
Занятия семинарского типа	Учебная аудитория Специализированная учебная мебель ТСО: Переносное видеопроjectionное оборудование Доска
Самостоятельная работа обучающихся	Помещение для самостоятельной работы, Специализированная учебная мебель ТСО: Видеопроjectionное оборудование Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" Доска Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска