

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»

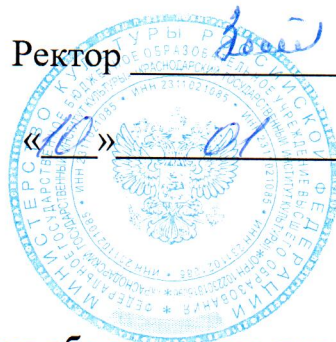
Центр непрерывного образования и повышения квалификации творческих и
управленческих кадров в сфере культуры

ПРИНЯТО

решением Ученого совета
от 26.12.2023.
(протокол № 14)

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор С.С. Зенгин
«10» 01 2023 года



**Дополнительная профессиональная образовательная программа
повышения квалификации**

«EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ»

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий

Краснодар
2023 г.

Разработчики программы:

Левитина Ирина Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и ИТ КГИК.

Попов Максим Николаевич, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой экономики и ИТ КГИК.

Зенгин Сергей Сергеевич, степень магистра Event-менеджмент (университет г.Честер, Англия), координатор проектов в странах СНГ Кинокомпании РАКУРС (Пекин).

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации направлена на получение новой компетенции в рамках имеющейся квалификации, необходимой для организационно-управленческой, проектной и творческо-производственной профессиональной деятельности в сфере организации и реализации событий в сфере культурно-досуговой деятельности.

Данная программа содержит учебный план, требования к минимуму содержания программы, рабочую программу модулей, требования к оценке качества освоения программы.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
2. ЦЕЛЬ ДПОП ПК.....	6
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ.....	6
4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН.....	6
5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК.....	8
6. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ.....	8
7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ.....	12
8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ.....	13
9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	14
10. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	20

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Актуальность дополнительной профессиональной программы повышения квалификации (далее – ДПОП ПК) «Event-менеджмент» обусловлена активным развитием деятельности по организации открытых деловых и культурных мероприятий и событий (event), потребностью в них со стороны разнообразных социальных кругов. Действительно, сегодня организуется множество концертов, конкурсов, фестивалей, курсов повышения квалификации, фандрайзинга, встреч, семинаров, форумов, заседаний, тренингов, спортивных событий, массовых праздников и гуляний, церемоний, торжеств и других мероприятий, которые носят исключительный характер и неотделимы от социокультурной жизни общества.

Образовательная программа направлена на приобретение слушателями новой профессиональной компетенции в рамках имеющейся квалификации, необходимой для организационно-управленческой, проектной и творческо-производственной профессиональной деятельности в сфере организации и реализации событий в сфере культурно-досуговой деятельности. В результате освоения ДПОП ПК, слушатели получают знания в области: основ управления процессами создания и реализации мероприятий (event); управления ресурсами, закупками, содержанием, сроками, стоимостью, качеством, рисками; управления коммуникациями.

Образовательная программа реализуется с привлечением ведущих специалистов отрасли, выдающихся деятелей культуры и искусства, нацелена на транслирование успешного опыта и результатов творческой деятельности, актуализацию этого опыта с учетом современных потребностей отрасли, общества и государства, эффективное его применение в современном социокультурном пространстве.

Дополнительная профессиональная образовательная программа повышения квалификации «Event-менеджмент» разработана в соответствии со следующими документами:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ;

- Указом Президента РФ от 24 декабря 2014 г. N 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики»;

- Указом Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»;

- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения,

дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

- Методическими рекомендациями по реализации дополнительных профессиональных программ с использованием дистанционных образовательных технологий, электронного обучения и в сетевой форме (письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2015 № ВК-1013/06);

- Национальным стандартом Великобритании BS 8901:2009 «Требования к системе менеджмента устойчивого развития применительно к событиям» (BS 8901:2009 “Specification for a sustainability management system for events”).

- ГОСТ Р ИСО 20121-2014 Национальный стандарт Российской Федерации «Системы менеджмента устойчивого развития.

- Международным стандартом ISO 21504: Project, program and portfolio management. Guidance on portfolio management”, 2015.

- Международной инициативы GAPPS Performance Based Competency Standards for Global Level 1 and 2 Project Managers (Global Level 1 (GL1) — «Руководитель проектов»; Global Level 2 (GL2) — «Руководитель проектов высокой сложности»); Международной ассоциации по управлению проектами IPMAICB 3.0; APM Competence Framework and edition 1.0 2015 г.; ISO 21500; P2M (A Guide book of Project and Program Management for Enterprise Innovation).

- ГОСТ Р 54870—2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов».

- ГОСТ Р 54871—2011 «Проектный менеджмент Требования к управлению программой» Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии РФ.

- Управление проектами: основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов, одобренные в качестве основ профессиональных знаний и национальных требований к компетентности специалистов по управлению проектами (National Competence Base line, NCB SOVNET Version 3.0) Сертификационной комиссией Российской Ассоциации Управления Проектами SOVNET (протокол № 1 от «20 января» 2010).

Категория слушателей (целевая аудитория): руководители, заместители руководителей, художественные руководители, режиссеры-постановщики, заведующие и специалисты отделов и секторов управлений культуры, руководители творческих и культурно–досуговых учреждений, руководители творческих коллективов и клубных формирований, руководители подразделений иных отраслей, занимающиеся вопросами подготовки и реализации праздников и мероприятий.

К освоению дополнительных профессиональных образовательных программ допускаются лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

Объем программы: 36 часов.

Освоение ДПОП ПК завершается итоговой аттестацией слушателей, которая проводится в форме зачета. Лицам, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. ЦЕЛЬ ДПОП ПК

Образовательная программа направлена на формирование компетенций, необходимых для организационно-управленческой, проектной и творческо-производственной профессиональной деятельности работников учреждений культуры в области организации и реализации событий в сфере культурно-досуговой деятельности.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения программы слушатель должен:

знать: теоретико-методологические аспекты создания и проведения event-проектов.

уметь: применять организационно-управленческий инструментарий в процессе создания и реализации event-проектов.

владеть: методами планирования, бюджетирования, логистики в процессе подготовки и реализации event-проектов.

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации

«Event-менеджмент»

Категория слушателей (целевая аудитория): руководители, заместители руководителей, художественные руководители, режиссеры-постановщики, заведующие и специалисты отделов и секторов управлений культуры, руководители творческих и культурно – досуговых учреждений, руководители творческих коллективов и клубных формирований, руководители подразделений иных отраслей, занимающиеся вопросами подготовки и реализации праздников и мероприятий.

Объем программы: 36 часов.

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 1. Event-менеджмент: основа и стратегия*		12	6	6
1.1.	Event: понятие, сущность, классификация	2	2	-
1.2.	Субъекты event-бизнеса, внешняя и внутренняя среда бизнеса	2	-	2
1.3.	Планирование, бюджетирование и логистика мероприятия: понятия и основные проблемы	2	-	2
1.4.	Концепция event-проекта	4	2	2
1.5.	Контроллинг	2	2	-
Модуль 2. Процессы создания и реализации event-проекта*		12	6	6
2.1.	Целевая аудитория event-проекта	2	2	-
2.2.	Бриф event-проекта: понятие и особенности	2	-	2
2.3.	Управление творческим процессом	2	-	2
2.4.	Фандрайзинг event-проекта: понятие, стратегии, методы	4	2	2
2.5.	Риск менеджмент при организации event-проектов	2	2	-
Модуль 3. Информационное сопровождение, продвижение event-проекта и бизнеса в СМИ и социальных сетях*		12	6	6
3.1.	Внешние коммуникации event-проекта и фидбэк: понятие и особенности работы с партнерами, спонсорами и иным внешним окружением	2	-	2
3.2.	Команда проекта, внутренние коммуникации в рамках event-проекта	2	2	-
3.3.	Event-маркетинг	2	2	-
3.4.	Продвижение event-проектов: каналы и инструменты	4	2	2
3.5.	Постпродакшн	2	-	2
Итоговая аттестация: зачет (компьютерное тестирование)				
ИТОГО:		36	18	18

*символ обозначает модуль, тему, форму контроля, который полностью или частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий

5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Очная с применением дистанционных образовательных технологий (без отрыва от работы)

Количество часов								
РД1	РД2	РД3	РД4	РД5	РД6	РД7	РД8	РД9
4	4	4	4	4	4	4	4	4

*РД - каждый рабочий день занятий.

6. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЕЙ

Учебный план модуля 1. Event-менеджмент: основа и стратегия

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 1. Event-менеджмент: основа и стратегия*		12	6	6
1.1.	Event: понятие, сущность, классификация	2	2	-
1.2.	Субъекты event-бизнеса, внешняя и внутренняя среда бизнеса	2	-	2
1.3.	Планирование, бюджетирование и логистика мероприятия: понятия и основные проблемы	2	-	2
1.4.	Концепция event-проекта	4	2	2
1.5.	Контроллинг	2	2	-

Содержание модуля 1. Event-менеджмент: основа и стратегия

Тема 1. Event: понятие, сущность, классификация

Понятие и сущность event-проекта и бизнеса по созданию открытых мероприятий и событий Классификация мероприятий.

Тема 2. Субъекты event-бизнеса, внешняя и внутренняя среда бизнеса

Понятие и классификация субъектов event-бизнеса. Понятие и особенности внутренней и внешней среды event-проекта. Партнеры и конкуренты, заказчики и клиенты, поставщики и исполнители, рекламные компании и ВТЛ-агентства.

Тема 3 Планирование, бюджетирование и логистика мероприятия: понятия и основные проблемы.

Понятие и особенности планирования event-проектов. Определение затрат проекта, структуры бюджета, календарный график бюджета, управление материальными потоками event-проекта.

Тема 4. Концепция event-проекта.

Тренды в социокультурной сфере. Разработка предварительного плана мероприятия. Основная идея, цели и планируемые результаты проекта. Определение запросов и ожиданий потребителей.

Тема 5. Контроллинг.

Система поддержки управления организацией, направленная на взаимодействия менеджмента и контроля эффективности управления.

Практические занятия

Тема 1.2. Субъекты event-бизнеса

Вопросы практического занятия:

1. Понятие и классификация субъектов event-бизнеса.
2. Партнеры и конкуренты, заказчики и клиенты, поставщики и исполнители.
3. Рекламные компании и VTL-агентства.

Тема 1.3. Планирование, бюджетирование и логистика мероприятия

Вопросы практического занятия:

1. Планирование event-проекта.
2. Бюджетирование event-проекта.
3. Логистика event-проекта.

Тема 1.4. Концепция event-проекта

Вопросы практического занятия:

1. Формирование концепции проекта.
2. Региональные тренды event-бизнеса.
3. Определение целей, задач, бюджета, локации.

Учебный план модуля 2. Процессы создания и реализации event-проекта

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 2. Процессы создания и реализации event-проекта*		12	6	6
2.1.	Целевая аудитория event-проекта	2	2	-
2.2.	Бриф event-проекта: понятие и особенности	2	-	2
2.3.	Управление творческим процессом	2	-	2
2.4.	Фандрайзинг event-проекта: понятие, стратегии, методы	4	2	2
2.5.	Риск менеджмент при организации event-проектов	2	2	-

Содержание модуля 2. Процессы создания и реализации event-проекта

Тема 2.1. Целевая аудитория event-проекта

Понятие и определение целевой аудитории event-проекта. Потенциальная и реальная целевая аудитория. Характеристика профиля целевой аудитории. Особенности различных целевых аудиторий (дети, пожилые и др. категории).

Тема 2.2. Бриф event-проекта: понятие и особенности.

Понятие, цели и задачи брифа. Бриф – основа успешного event-проекта.

Структура и особенности брифа. Практика создания брифов.

Тема 2.3. Управление творческим процессом.

Процессы продуцирования творческих идей и их источники. Методы организации коллективной творческой работы.

Тема 2.4. Фандрайзинг event-проекта: понятие, стратегии, методы.

1. Определить потенциальных партнеров проекта.
2. Определить направления социального партнерства в рамках event-проекта.

Тема 2.5. Риск менеджмент при организации event-проектов

Обстоятельства непреодолимой силы: понятие и виды. Разработка плана преодоления форс-мажоров. Страхование. Риски. Ответственность.

Практические занятия

Тема 2.2. Бриф event-проекта

Вопросы практического занятия:

1. Составление брифа.
2. Описание аудитории проекта.

Тема 2.3. Управление творческим процессом event-проекта.

Вопросы практического занятия:

Организовать и провести обсуждение идеи проекта в группе, создать презентацию проекта.

Тема 2.4. Фандрайзинг event-проекта: понятие, стратегии, методы.

Вопросы практического занятия:

1. Определить потенциальных партнеров проекта.
2. Определить направления социального партнерства в рамках event-проекта.

Учебный план модуля 3. Информационное сопровождение, продвижение event-проекта и бизнеса в СМИ и социальных сетях

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе:	
			Лекции	Практические занятия
Модуль 3. Информационное сопровождение, продвижение event-проекта и бизнеса в СМИ и социальных сетях*		12	6	6
3.1	Внешние коммуникации event-проекта и фидбэк: понятие и особенности работы с партнерами, спонсорами и иным внешним окружением.	2	-	2
3.2.	Команда проекта, внутренние коммуникации в рамках event-проекта	2	2	-
3.3.	Event-маркетинг	2	2	-
3.4.	Продвижение event-проектов: каналы и инструменты	4	2	2
3.5.	Постпродакшн	2	-	2

Содержание модуля 3. Информационное сопровождение, продвижение event-проекта и бизнеса в СМИ и социальных сетях

Тема 3.1. Внешние коммуникации event-проекта и фидбэк: понятие и особенности работы с партнерами, инвесторами, спонсорами и иным внешним окружением.

Формы и структура внешних коммуникаций проекта, контактные аудитории внешних коммуникаций. Понятие, технологии и инструменты формирования имиджа event-проекта. Общественное мнение и его формирование.

Тема 3.2. Команда проекта, внутренние коммуникации в рамках event-проекта.

Идентификация сотрудников с организацией, занимающейся проектом. Формирование благоприятного отношения и лояльности к организации. Организация коллективной творческой работы. Удовлетворенность трудом.

Тема 3.3. Event-маркетинг.

Понятие и особенности событийного маркетинга. Включение event-проектов в планы маркетинга компаний. Инструментарий и методы проведения событийного маркетинга.

Тема 3.4. Продвижение event -проектов: каналы и инструменты.

PR и реклама в event-проекте: понятие, цели, технологии, инструменты. Взаимодействие со СМИ региона (территории охвата проекта). Взаимодействие с социальными сетями. Продвижение и поддержка проекта. SMM-маркетинг.

Тема 3.5. Постпродакшн.

Процессы завершения event-проекта, подведение итогов. Анализ ошибок, допущенных в проекте, подведение итогов. Организация распространения итоговой информации о проекте.

Практические занятия

Тема 3.1. Внешние коммуникации event-проекта и фидбэк: понятие и особенности работы с партнерами, инвесторами, спонсорами и иным внешним окружением

Вопросы практического занятия:

1. Формы и структура внешних коммуникаций проекта.
2. Контактные аудитории внешних коммуникаций.
3. Понятие, технологии и инструменты формирования имиджа event-проекта.
4. Общественное мнение и его формирование.

Тема 3.4. Продвижение event -проектов: каналы и инструменты

Вопросы практического занятия:

1. PR и реклама в event-проекте: понятие, цели, технологии, инструменты.
2. Взаимодействие со СМИ региона (территории охвата проекта).
3. Взаимодействие с социальными сетями.
4. Продвижение и поддержка проекта. SMM-маркетинг

Тема 3.5. Постпродакшн.

Вопросы практического занятия:

1. Завершение проекта.
2. Благодарственная кампания.
3. Анализ ошибок, подведение итогов event-проекта и организация распространения итоговой информации о проекте.

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса: занятия проводят доценты, старшие преподаватели, имеющие высшее образование соответствующее профилю реализуемой программы; специалисты, владеющие практическими навыками и опытом по профилю программы

Требования к ресурсному обеспечению программы.

Здания и сооружения института соответствуют противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническая база КГИК обеспечивает: проведение всех видов учебных занятий и практических работ обучающихся, предусмотренных учебным планом; функционирование информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающую освоение обучающимися образовательной программы частично или полностью независимо от места нахождения обучающихся.

Занятия проводятся на базе современных образовательных и информационно-коммуникационных технологий с применением интерактивных методов обучения, направленных на активную работу с учебным материалом и формирование теоретических знаний и практических умений обучающихся. Дополнительная профессиональная программа оснащена следующими видами учебно-методических материалов в цифровом формате: конспектами и презентациями лекций, описаниями практических занятий, справочными материалами, компьютерными тестами, списками учебной литературы, дополнительными материалами, ссылками на электронные информационно-образовательные ресурсы.

Материально-техническая база КГИК отвечает требованиям к программно-техническим условиям реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий, это:

- среда дистанционного обучения «Moodle»;
- средства захвата, записи и трансляции в высоком качестве видеосигнала Eriphan Video;

- компьютеры, оснащенные операционной системой Windows 7 и более поздними версиями; Microsoft Office 2007 и более поздние версии; браузеры Internet Explorer версии 9 и выше, Google Chrome версии 50 и выше, Mozilla Firefox версии 45 и выше, Safari версии 10 и выше; программой для чтения pdf-файлов Adobe Acrobat Reader; плагином Adobe Flash Player;

- компьютерная сеть с выходом в Internet – со скоростью 1Мбит/с и более.

В течение всего периода обучения каждому слушателю представляется индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде (в сети Интернет), содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в содержании программы. Таким образом, во время обучения слушатели имеют доступ к конспектам лекций и презентациям в PowerPoint по материалам лекций, к дополнительным материалам и ссылкам на материалы в сети интернет, к практическим заданиям и компьютерным тестам.

Требования к учебно-методическому и информационному обеспечению программы.

Дополнительная профессиональная образовательная программа включает в себя 3 модуля и итоговое тестирование.

По образовательной программе сформированы все необходимые учебно-методические материалы.

Дополнительная профессиональная программа оснащена следующими видами учебно-методических материалов в печатном и цифровом формате: конспектами и презентациями лекций, описаниями практических занятий, компьютерными тестами, списками учебной и дополнительной литературы, дополнительными материалами, ссылками на Интернет ресурсы, актуальные для освоения программы.

Учебно-методические материалы размещены на сайте, представлены в Центре непрерывного образования и повышения квалификации творческих и управленческих кадров в сфере культуры КГИК.

Реализация ДПОП ПК обеспечивается доступом (удаленный доступ) всех обучающихся к электронной библиотечной системе «Университетская библиотека онлайн», в том числе одновременно из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ

В ходе освоения образовательной программы обучающиеся изучают теоретический материал и выполняют комплекс практических заданий в установленной последовательности. Основной формой контроля сформированных практических умений является проверка выполнения практических заданий.

Итоговая аттестация

К итоговой аттестации допускаются обучающиеся, успешно освоившие учебный план программы. Итоговая аттестация проводится в форме зачета по результатам тестирования /компьютерного тестирования слушателей по изучаемым вопросам программы.

Методические рекомендации по выполнению итоговой аттестации

Рекомендации, которые помогут успешно выполнить тест:

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытайтесь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если Вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

- Психологи также советуют думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность опечаток сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что вы забудете о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, надеясь на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценка освоения слушателем учебного материала осуществляется по результатам тестирования/компьютерного тестирования. Тестирование по материалам программы проводится на последнем занятии и включает в себя ответы на вопросы. К каждому из вопросов предлагаются варианты ответов. Слушатели должны выбрать один или несколько вариантов, которые являются правильными.

Оценка за тестирование:

«зачтено» выставляется в случае, если количество правильных ответов составляет 51% от общего количества ответов.

«не зачтено» - в случае, если количество правильных ответов менее 50%

Тестовые задания для итоговой аттестации.

1. Ивент- это:
 - Специально организуемое событие
 - Интеллектуальный вид игровых развлечений
 - Процесс подбора и найма персонала
2. Какие из перечисленных ивентов относят к торжественным:
 - Банкет, фуршет
 - Юбилей
 - Пресс-конференция
 - Презентация
 - Соревнование
 - Фестиваль
 - Прием
 - Выставка
3. Элементы внутренней среды Ивент-агентства:
 - Государство
 - Кадры
 - Аудитория
 - СМИ
 - Структура управления
 - Конкуренты
4. Какие из перечисленных субъектов относятся к рекреационной индустрии:
 - Рекламное агентство
 - Клуб
 - Ресторан
 - СМИ
 - Туристическое агентство
 - Ивент -компания
 - Органы муниципального управления
5. Отметьте основные функции планирования:
 - Руководство
 - Складирование
 - Координация и регулирование
 - Контроль и анализ
 - Транспортировка
 - Активизация и стимулирование сбыта
 - Обеспечение
6. По времени действия нормы и нормативы подразделяются на:
 - Перспективные и текущие
 - Годовые и оперативные
 - Сезонные и разовые
 - Временные и постоянные
 - Все вышеперечисленные
 - Правильного ответа нет

7. Логистика это:
- Наука о логике
 - Наука об управлении информационными и материальными потоками
 - Практическая наука о доставке грузов
8. Отметьте характерные черты Ивент -проектов за рубежом:
- Уникальность
 - Неосвязаемость
 - Рутинность
9. В чем заключается основная проблема Ивент -бизнеса за рубежом:
- Недостаток квалифицированных специалистов
 - Отсутствие сотрудничества внутри индустрии
 - Декоммерциализация популярных ивентов
10. Что из перечисленного не учитывается во внешнем анализе для организации международного мероприятия:
- Международные конфликты
 - Санкции
 - Международная экономическая ситуация и валютные риски
 - Культура организации
 - Человеческие ресурсы
11. Маркетинг начинается с:
- Изучения рыночной ситуации
 - Разработки и производства товара/услуги
 - Изучения запросов аудитории
 - Сегментирования рынка
 - Рекламной кампании
12. Комплекс маркетинга разрабатывается для каждого:
- Товара, работы, услуги
 - Рынка в целом
 - Сегмента рынка
 - Посредников
 - Конкурентов
13. Отметьте цели корпоративного событийного маркетинга:
- Повышение эффективности труда
 - Увеличение уровня лояльности потребителей
 - Улучшение имиджа компании
 - Празднование важных для компании дат
14. При организации мероприятия работа в команде делает мероприятие:
- Уникальным
 - Менее затратным
 - Менее результативным
15. Эффективным лидером или руководителем команды проекта считается тот, кто:
- Эффективно мобилен

- Умеет организовать исполнение принятых решений
 - Эффективно делегирует полномочия
 - Умеет выбрать стиль руководства
 - Не вмешивается в процесс
16. Основные цели мотивации персонала это:
- Удержание сотрудников в организации
 - Привлечение новых работников
 - Применение санкций за трудовые нарушения
 - Обеспечение преданности сотрудников
 - Повышение результативности труда
17. Что представляет собой концепция -проекта:
- Органичное соединение целей проекта и позиционирование компании
 - Следование интересам специальных сегментов
 - Определение сути события, тематики, оформления и т.д.
18. Отметьте наиболее эффективный инструмент для выработки концепции:
- Анализ литературы
 - Мозговой штурм
 - Опрос в социальных сетях
19. Что представляет собой внешняя целевая аудитория:
- Знакомые между собой люди
 - Незнакомые между собой люди
 - Знакомые и неизвестные собой люди
20. Какие характеристики целевой аудитории относятся к социальному признаку:
- Пол
 - Источник дохода
 - Климат
 - Образ жизни
 - Образование
 - Специальность
 - Национальность
21. Источниками финансирования некоммерческих организаций являются:
- средства государственного бюджета, членские взносы, спонсорская помощь
 - средства государственного бюджета, заемные средства
 - заемные средства, собственные средства
 - средства, мобилизуемые на финансовом рынке
 - инвестированные средства, средства от предпринимательской деятельности
22. Основными методами ведения хозяйственной деятельности некоммерческих предприятий являются:
- сметное финансирование, метод полного расчета
 - метод полного и частичного финансирования

- сметное финансирование, метод хозяйственного расчета
 - сметное финансирование, метод частичного расчета
 - сметное самофинансирование
23. Процесс управления рисками нацелен на выявление:
- Рисков
 - Величины риска
 - Эффективное использование бюджета
24. Сколько основных методов воздействия на риски в индустрии event:
- 2
 - 3
 - 4
 - 5
25. Обязательными условиями деловой коммуникации являются:
- Обязательность контактов всех участников (независимо от симпатий и антипатий)
 - Отсутствие предметно-целевого содержания коммуникации
 - Соблюдение формально-ролевых принципов коммуникации
 - Отсутствие взаимосвязи участников деловой коммуникации в достижении конечного результата
 - Коммуникативный контроль участников взаимодействия
26. Основные причины вступления работников в неформальные группы:
- Выполнение общего задания
 - Потребность людей в общении
 - Выработка управленческих решений
 - Потребность в принадлежности к группе
 - Взаимные симпатии
 - Решение конкретных деловых задач
27. Укажите первый этап включения внешних коммуникаций в подготовку event проекта:
- Выбор средств и планирования
 - Определение коммуникационных задач
 - Выбор целевых групп
28. Какие направления деятельности ивент-компании способствуют укреплению связей с местным населением:
- Распространение информации о новых event-проектах
 - Участие в городских проектах
 - Распространение годового отчета компании
 - Участие в природоохранных мероприятиях
29. Каким термином обозначается подход, подразумевающий гибкость управления персоналом, интенсификацию труда, участие работников в управлении, работу по бережному отношению к ресурсам компании:
- Технологический
 - Рационалистический

- Гуманистический
 - Демократический
30. Авторитарный стиль руководства предполагает:
- Дружественный настрой к подчиненным
 - Делегирование полномочий
 - Единоличное принятие решений
 - Развитие инициативы подчиненных
31. Отметьте основные задачи, которые не решает бриф event-проекта:
- Раскладывает задачу проекта на понятные элементы
 - Экономит время
 - Вводит в контекст всех участников проекта
 - Синхронизирует ожидания заказчика и исполнителя
 - Все ответы верны
32. Что является основанием подготовки брифа проекта
- Краткая информация от заказчика
 - Подробная информация от заказчика
 - Анализ профессиональной литературы
 - Анализ деятельности конкурентов
33. Отметьте независимые каналы распространения информации о проекте:
- Официальные сайты партнеров проекта
 - Социальные сети
 - СМИ
 - Личные знакомства
 - «Сарафанное» радио
34. Что представляет собой SMM:
- Оптимизация контента сайта
 - Таргетированная реклама в социальных сетях
 - Привлечение аудитории на сайт посредством социальных сетей
35. Отметьте метод контроля фактически выполненных работ по реализации event-проекта, позволяющий провести учет некоторых промежуточных итогов:
- 10 на 90
 - 20 на 80
 - 50 на 50
 - О к 100
36. Какие действия необходимо совершить после мероприятия:
- Раздать участникам их вещи и проконтролировать, чтобы они все забрали
 - Собрать отзывы
 - Поблагодарить партнеров, спикеров, команду
 - Закрывать все документы контрагентам
 - Подготовить и разослать фото, видео и записи
 - Сделать пострассылку по договоренностям с партнерами
 - Сформировать и разослать отчеты для партнеров
 - Все варианты верны

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие и сущность event-проекта.
2. Классификация мероприятий.
3. Планирование event-проекта: понятие и этапы.
4. Целевая аудитория event-проекта: понятие и классификация.
5. Внешняя среда event-проекта.
6. Внутренняя среда event-проекта.
7. Комплекс основных нормативно-правовых актов event-бизнеса.
8. Команда event-проекта: понятие и особенности формирования.
9. Управление командой event-проекта.
10. Форс-мажорные обстоятельства event-проекта: понятие и классификация.
11. Риски event-проекта.
12. Оценка качества event-проекта.
13. Фидбэк event-проекта: понятие и классификация.
14. Бриф event-проекта: понятие и содержание.
15. Реклама event-проекта: понятие и направления.
16. Классификация каналов продвижения event-проекта.
17. Международное сотрудничество в рамках event-проекта: возможности и виды международных мероприятий.
18. Особенности регионального рынка event-проектов.
19. Логистика event-проекта: понятие и классификация.
20. Инфраструктура event-проекта: безопасность, трансферы, кадры и др.
21. Экологические требования и правила event-проекта.
22. Ответственность в рамках event-проекта.
23. Страхование в рамках event-проекта.
24. Конфликты и пути их разрешения.
25. Мотивация сотрудников event-проекта.
26. Информационные технологии event-проекта.
27. Особенности продвижения event-проекта в социальных сетях.

10. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Зенгин, С.С. Проекты и проектная деятельность в социокультурной сфере [Текст] : учеб. пособие / С.С. Зенгин. – Краснодар: КГИК, 2016. – 171 с.
2. Балдин, К.В. Управленческие решения: учебник / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. - 8-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 495 с.: табл., схем., граф. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02269-2; То же [Электронный ресурс].- URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452520>
3. Инновационный менеджмент : учебник / ред. В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 392 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02359-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119436>

4. Кадырова, С.В. Self-management в сфере культуры и искусства [Текст] : учеб. пособие / С. В. Кадырова, Е. А. Немцева, Г. Л. Тульчинский. - СПб.; М.; Краснодар : Лань: Планета музыки, 2013. - 224 с.

5. Мартиросян, К.М. Основы социокультурного менеджмента [Текст] : учеб. пособие / К. М. Мартиросян, Л. В. Янковская. - Краснодар, 2016. - 154 с.

6. Предпринимательство : учебник / А.Н. Романов, В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк и др. ; ред. В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 687 с. - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01545-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116987>

7. Рудич, Л.И. Предпринимательская и инновационная деятельность в сфере культуры и искусства : учебное пособие / Л.И. Рудич. - Кемерово: КемГУКИ, 2013. - 209 с. - ISBN 978-5-8154-0260-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227897>

8. Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование [Текст] : для бакалавров и специалистов: теория и практика: учеб. пособие / Н. Д. Стрекалова. - Стандарт третьего поколения. - СПб. : Питер, 2013. - 352 с.: ил. + CD с учеб. материалами. - (Учебное пособие).

9. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры [Текст] : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - СПб.: Лань: Планета музыки, 2009. - 495 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная лит.).

Дополнительная литература

1. Борисов, Е.Ф. Экономика [Текст]: учебник и практикум для бакалавров: [гриф МО] / Е. Ф. Борисов. - М.: Юрайт, 2013. - 596 с. - (Бакалавр. Базовый курс).

2. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум [Текст] : учеб. пособие / Е. Л. Шекова [и др.]; под ред. Е.Л. Шековой. - СПб. ; М. ; Краснодар : Лань: Планета музыки, 2012. - 159 с. - (Учеб. для вузов. Специальная лит.).

3. Салазкина, Л.П. Теоретические основы управления социально-культурной сферой : учебное пособие / Л.П. Салазкина. - Кемерово : КемГУКИ, 2008. - 196 с. - ISBN 978-5-8154-0155-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227898>

4. Экономика и управление социальной сферой: учебник / Е.Н. Жильцов, Т.В. Науменко, Е.В. Егоров и др. ; под ред. Е.Н. Жильцова, Е.В. Егорова; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Экономический факультет и др. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 496 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02423-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375813>

5. Сергеев, И.В. Экономика организаций (предприятий) [Электронный ресурс]: электронный учеб. / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. - М. : Кнорус, 2010. - 1 электрон. опт. диск: зв.,цв.

Периодические издания

1. Культура: управление, экономика, право
2. Проблемы теории и практики управления

Интернет-ресурсы

1. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : интернет-проект. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. – Загл. с экрана
2. Русский Менеджмент [Электронный ресурс] : сайт . – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.iteam.ru>. – Загл. с экрана
3. Executive.ru [Электронный ресурс] : интернет-проект. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.e-executive.ru>. – Загл. с экрана
4. Project Management Institute [Электронный ресурс]. - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.pmi.org>. – Загл. с экрана
5. Арт-менеджер [Электронный ресурс] : журнал. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.artmanager.ru>. – Загл. с экрана
6. Artmanagement [Электронный ресурс] : культурный PR. – Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.artmanagement.ru>. – Загл. с экрана
7. Наше наследие [Электронный ресурс] : историко-культурный журнал. – Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <http://www.nasledie-rus.ru>. – Загл. с экрана
8. Управление риском [Электронный ресурс] : журнал. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ankil.info/lib/3>. - Загл. с экрана
9. Портал Российского научного общества анализа риска [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: www.sra-russia.ru. – Загл. с экрана
10. Международное общество анализа риска [Электронный ресурс] : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.sra.org>. – Загл. с экрана
11. RiskWorld [Электронный ресурс] : сайт. - Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.riskworld.com>. – Загл. с экрана

Дополнения и изменения
дополнительной профессиональной образовательной программе
повышения квалификации
«Event-менеджмент»
на 2023 уч. год

В образовательную программу повышения квалификации вносятся следующие изменения:

- в учебном плане модуля № 1. «Event-менеджмент: основа и стратегия» убрали тему 1.4 «Юридические вопросы цифровой среды». 2 часа практических занятий добавили в модуль № 2 «Процессы создания и реализации event-проекта» тема 2.4 Фандрайзинг event-проекта: понятие, стратегии, методы.

Дополнения и изменения к образовательной программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры Арт-бизнеса и рекламы

Протокол № 7 от «01» 12 2022 г.

Заведующий кафедрой

Арт-бизнеса и рекламы /

Сид / Руденцова АВ