

СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Ивент-менеджмент в сфере культуры» является работа над темами для самостоятельного изучения и подготовка докладов к практическим занятиям, а также написание курсовой работы.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к дифференцированному зачету и защите курсовой работы.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий. Глобальные возможности для проведения мероприятий.

1. Историческое развитие индустрии развлечений.
2. Международные массовые мероприятия.

Термины: event-management, развлечение, собрание, специальное мероприятие.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Изучить исторические корни индустрии развлечений.
3. Опишите особенности различных регионов планеты при организации развлечений и мероприятий.
4. Укажите возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах.
5. Выбрать недавно проведенное городское массовое мероприятие, определить его характерные особенности, выявить недостатки и преимущества и публично представить. Выполненное задание представить в форме презентации в программном продукте Power Point с кратким докладом (время доклада не более 5 минут).

Литература: [2, С. 10-19; 7, С. 7-57].

Тема 2. Типология и классификация мероприятий.

1. Виды классификаций мероприятий.
2. Основные типы мероприятий.

Термины: частные, корпоративные, массовые мероприятия, монопроект, мультипроект, мегапроект, постояннодействующее, периодическое, событийное, развлечения - парады, ярмарки, фестивали, смотры, конкурсы, вечеринки.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Представить виды классификаций мероприятий.
3. Выделить мероприятия по значимости, по составу участников, по структуре, по продолжительности, по характеру мероприятий.

Литература: [2, С. 11-19, 42-138; 8, С. 27-37].

Тема 3. Компетенции и обязанности ивент-менеджера

1. Компетенции ивент-менеджера
2. Обязанности ивент-менеджера

Термины: творческий процесс, спонсорский пакет, план-график работ, подрядчики, договор, контроллинг.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Перечислить важнейшие компетенции ивент-менеджера.
3. Укажите обязанности ивент-менеджера.
4. Дайте определение видов ответственности ивент-менеджера.

Литература: [2, С. 206-209; 5, С. 73-79, 160-163; 7, С. 399-481].

Тема 4. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий.

1. Внешние и внутренние исследования при планировании мероприятий.
2. Необходимые и дополнительные данные при планировании мероприятий.
3. Основные методы определения бюджета мероприятия.
4. Первичная и вторичная аудитория.

Термины: SWOT-анализ, интервьюирование, ресурсы, форс-мажор, бюджет мероприятия, идея, концепция, первичная и вторичная аудитория, правило пяти чувств.

Выполнить:

1. Указать необходимые и дополнительные данные для проведения SWOT-анализа.
2. Привести основные методы определения бюджета мероприятия.
3. Раскрыть сущность правила пяти чувств.
4. Дать характеристику сводному плану мероприятия и функциональным планам по направлениям

Литература: [7, С. 232-277; 8, С. 51-58].

Тема 5. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними.

1. Виды услуг, в которых возникает необходимость при проведении мероприятий: услуги по организации мероприятия.
2. Этапы взаимодействия с поставщиками
3. Общие принципы заключения юридически обязывающих документов (договоров).

Термины: реклама, PR-поддержка, вертикальный и горизонтальный рынок услуг, спонсорство (техническое, информационное, финансовое), спонсорский пакет и

спонсорские привилегии, договор, агентство, штрафные санкции, дополнительные условия договора, дополняющие основные, форс-мажорные обстоятельства. трудовой договор, о возмездном предоставлении услуг, авторский договор, договор о поставках, арендный договор.

Выполнить:

1. Перечислить виды услуг, необходимые при проведении мероприятий.
2. Перечислить этапы взаимодействия с поставщиками.
3. Дать определения вертикального и горизонтального рынка услуг.
4. Указать специфику работ с агентствами.
5. Привести общие принципы заключения договоров.

Литература: [7, С.173-215; 8, С. 79-81, 87-97].

Тема 6. Продвижение: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR и другие инструменты маркетинга.

1. Комплекс продвижения мероприятия
2. Реклама как механизм убеждения и побуждения, средство формирования и стимулирования «спроса» на мероприятие.
3. «Стимулирование продаж» в отношении мероприятий.

Термины: коммуникации, PR, реклама, стимулирование продаж, целевые группы воздействия (ЦГВ), имидж, промо-сайт мероприятия.

Выполнить:

1. Опишите в общем виде комплекс продвижения мероприятия.
2. Роль рекламы в комплексе продвижения мероприятия.
3. Привести основные подходы при создании промо-сайта мероприятия.

Литература: [2, С. 300-308; 8, С. 111-113].

Тема 7. Оценка результатов мероприятия.

1. Критерии эффективности мероприятия.
2. Эффективность некоммерческих мероприятий.
3. Средства определения эффективности некоммерческого мероприятия.

Термины: Корпоративное мероприятие, эффективность мероприятий, финансовая эффективность, опрос публики.

Выполнить:

1. Сформулировать основные критерии эффективности корпоративных мероприятий.
2. В чем состоит эффективность некоммерческих мероприятий?
3. Привести основные способы оценки PR-эффекта от проведения мероприятия.

Литература: [2, С. 309-320; 7, С.482-520; 8, С. 113-117].

Тема 8. Лучшие практики проведения мероприятий. Будущее индустрии развлечений.

1. Основные тенденции развития индустрии развлечений и организации мероприятий.
2. Примеры проведения образцовых мероприятий разного масштаба и направленности.

Термины: тенденция, лучшие практики, интернационализация и глобализация, ивент-маркетинг.

Выполнить:

1. Отследить основные тенденции развития индустрии развлечений и организации мероприятий.
2. Привести самые яркие примеры лучших практик проведения мероприятий.
3. В чем Вы видите будущее индустрии развлечений? Выполненное задание представить в форме презентации в программном продукте Power Point с кратким докладом (время доклада не более 5 минут).

Литература: [7, С. 368-385, [111](#)].