

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 25.09.2023 17:01:43  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП

*(Смирнов С.Н.)*  
«29» 08 2022г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

### Событийный менеджмент

Направление подготовки

43.03.01. Сервис

Направленность (профиль)

Социально-культурный сервис

Для студентов 3 курса,

очная форма обучения

Составитель: Цыганова А.В.

Тверь, 2022

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся системы знаний, умений и навыков в области организации событийных мероприятий.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучение истории развития и современного состояния событийного туризма в России;
- рассмотрение специфики менеджмента событийных мероприятий;
- выявление особенностей организации событийных мероприятий различной направленности;
- изучение особенностей профессиональной деятельности менеджера событийного мероприятия;
- изучение методик создания и проведения событийных мероприятий.
- освоение методов и инструментов управления событиями.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Сервис» учебная дисциплина «Событийный менеджмент» входит в часть программы ООП, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина неразрывно связана с дисциплинами ООП: «Организация и проведение выставок».

**3. Объем дисциплины:** 3 зачетных единиц, 108 академических часа, в том числе:

**контактная аудиторная работа:** лекции 16 часов, практические занятия 32 часа.

**самостоятельная работа:** 60 часов.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК – 8 Способен осуществлять проектную деятельность в сфере торгово-промышленной выставки	8.1 Разрабатывает календарный план реализации проекта торгово-промышленной выставки

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения зачет, 6 семестр**

**6. Язык преподавания русский.**

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

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Семинарские/ Практические занятия	Контроль самостоятельной работы	
Содержание событийного менеджмента	12	2	4		6
Теоретические основы концепции событийного менеджмента	8	2	4		2
Содержание событийного маркетинга	4	2	-		2
Классификация событий	12	2	4		6
Организация проведения событийного мероприятия	14	2	4		8

Планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии	10	2	4		4
Инструменты продвижения события	12	-	4		8
Управление событийным мероприятием	14	2	4		8
Оценка эффективности события	14	2	4		8
ИТОГО	108	16	32	0	60

### III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Содержание событийного менеджмента	Лекция, семинар	Лекция-визуализация, метод развернутой беседы, метод обсуждения докладов
Теоретические основы концепции событийного менеджмента	Лекция, семинар	Лекция-визуализация, метод малых групп, метод развернутой беседы
Содержание событийного маркетинга	Лекция	Лекция-визуализация, активное слушание
Классификация событий	Лекция, семинар	Лекция-визуализация, метод малых групп
Организация проведения событийного мероприятия	Лекция, семинар	Лекция-визуализация, методы группового решения творческих задач, метод развернутой беседы
Планирование и организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии	Лекция, семинар	Традиционная лекция, метод обсуждения докладов, метод развернутой беседы

Инструменты продвижения события	Семинар	Метод малых групп, мозговой штурм
Управление событийным мероприятием	Лекция, семинар	Лекция-визуализация, моделирование ситуации, метод малых групп
Оценка эффективности события	Лекция, семинар	Лекция-визуализация, метод малых групп

#### **IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации**

##### **4.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации**

###### **Вопросы к зачету:**

1. Сущность событийного менеджмента.
2. Понятие «событийный менеджмент», его содержание.
3. Цель и задачи событийного менеджмента.
4. Принципы событийного менеджмента.
5. Методы событийного менеджмента.
6. Инструменты событийного менеджмента.
7. Специальные события как инструмент связей с общественностью.
8. Классификация событийных мероприятий.
9. Сущность событийного маркетинга.
10. Сущность и особенности специальных событий.
11. Классификация специальных событий.
12. Признаки событийного мероприятия.
13. Этапы планирования событийного мероприятия: общая характеристика.
14. Алгоритм создания событий: этап исследования.
15. Алгоритм создания событий: этап планирования.
16. Алгоритм создания событий: этап реализации.
17. Алгоритм создания событий: оценка результатов.
18. Оценка эффективности событийного мероприятия.

19. Концепция событийного мероприятия.
20. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия.
21. Изучение рынка событийных мероприятий.
22. Планирование маркетинга событийных мероприятий.
23. Сущность контроллинга в событийном менеджменте
24. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП в событийном менеджменте.
25. Работа с информацией при разработке событийного мероприятия.
26. Подбор персонала для событийного мероприятия.
27. Выбор партнеров при разработке событийного мероприятия.
28. Инфраструктура событийного мероприятия.
29. Торгово-промышленные выставки как событийное мероприятие.
30. Проект-менеджмент: треугольник проекта - результат, ресурсы, сроки.
31. Структурный план проекта в сфере торгово-промышленной выставки.
32. Планирование проекта в сфере торгово-промышленной выставки: планирование времени, ресурсов, затрат и персонала.
33. Руководство рабочей группой: работа в команде, мотивация, коммуникации.
34. Освещение событийного мероприятия в СМИ.
35. Оценка мероприятия и риски в событийном менеджменте.

### **Вопросы для контроля и самоконтроля:**

1. Генерирование идей, определение темы, сюжета событийного мероприятия.
2. В чем заключается важность формулирования целей и задач мероприятия для его участников?
3. Как происходит планирование ресурсов событийного мероприятия?.

4. Распределение работ для участников мероприятия.
5. Планирование хода мероприятия и оперативного управления.
6. Классификация событийных мероприятий.
7. Нестандартные формы событийных мероприятий.
8. Назовите задачи событийного менеджмента.
9. Что такое концепция мероприятия?
10. Какова сущность презентации?
11. Охарактеризуйте событийный маркетинг как инструмент событийного менеджмента.
12. Какие существуют требования к документальному оформлению сценария события?
13. Какие существуют группы методов оценки эффективности событийного мероприятия?
14. Каковы параметры эффективного спонсорства по Д.Аакеру?
15. Каковы сущность, значение и особенности организации выставки как событийного мероприятия?

### **Варианты заданий закрытого типа**

1. По периодичности специальные мероприятия бывают:
  - а. Циклическими;
  - б. Регулярными
  - в. Масштабными.
2. По преследуемым конечным целям событийные мероприятия направлены на:
  - а. Продвижение товара или услуги;
  - б. Маркетинговые коммуникации;
  - в. Получение прибыли.
3. Угощение, сувениры на событийных мероприятиях это:
  - а) Регулируется ГОСТ.
  - б) Средства налаживания межличностных контактов.
  - в) Обязательные требования этикета.

4. Фандрайзинг — это направление менеджмента, нацеленное на:
  - а) Привлечение различных источников финансирования и ресурсов.
  - б) Сокращение расходов учреждения.
  - в) Привлечение дополнительного персонала.
  - г) Оптимизацию бюджета учреждения.
  
5. Мероприятие считается событийным если:
  - а. Является информационным поводом для СМИ.
  - б. Обслуживается официантами;
  - в. Требуется господдержка.
  
6. Выставки как тип мероприятия относится к группе:
  - а. Культурно-общественные праздники;
  - б. Деловые и торговые мероприятия;
  - в. Рекреационные мероприятия.
  
7. На этапе планирования мероприятия происходит:
  - а. Формирование концепции проекта;
  - б. Брендирование проекта;
  - в. Исследование целевой аудитории.

### **Варианты заданий открытого типа**

#### *1. Укажите пропущенный термин*

\_\_\_\_\_ — это особый вид коммуникаций, которые представляют собой комплекс мероприятий, направленных на продвижение бренда путем организации специальных событий, а также сфера услуг по организации этих специальных мероприятий.

#### *2. Заполните пропуск в предложении*

«Треугольник проекта» по Хальцбауэру состоит из трех составляющих: результат/цель; \_\_\_\_\_; время/сроки.

#### **3. Кто из ведущих зарубежных специалистов является автором первого учебного курса и тренинговой программы в сфере событийной индустрии?**

4. *Укажите термин*

\_\_\_\_\_ – это любое специально организованное действие, которое создается для удовлетворения духовных, политических, физических и других потребностей людей.

5. Как называют человека, имеющего лояльную аудиторию, которая поверит его рекомендациям и придет на мероприятие?

## **Темы практических занятий**

### **Тема 1. Событийный менеджмент: основные понятия**

*Вопросы для обсуждения:*

1. Определение понятия «событийный менеджмент», «событийный маркетинг» в отечественной и зарубежной литературе.
2. Событийный туризм: определение, содержание, классификация.
3. Событийный туризм в Тверской области: календарь туристских событий (общая характеристика и сравнительный анализ).

### **Тема 2. Концепции событийного менеджмента**

*Занятие проводится в форме коллоквиума:*

1. Теоретические и методологические основы событийного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.

### **Тема 3. Классификация событий и мероприятий в событийном менеджменте**

*Вопросы для обсуждения:*

1. Подходы к вопросу о классификации событий в отечественной и зарубежной литературе.
2. Признаки классификации.
3. Виды классификации (характеристика+примеры).
4. Формы мероприятий.

#### **Тема 4. Структура рынка услуг событийного менеджмента**

*Вопросы для обсуждения:*

1. Современные тенденции российского рынка услуг событийных мероприятий (*доклад с презентацией*).
2. Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL-агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы.
3. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации.
4. Компании – субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.

#### **Тема 5. Инструменты событийного маркетинга**

*Доклады с презентацией:*

1. Презентация.
2. Фестивали, церемонии, праздники
3. Выставки.
4. Конференции.
5. Конкурсы и шоу-мероприятия.

#### **Тема 6. Планирование, управление и контроль событийных мероприятий**

*Вопросы для обсуждения:*

1. Жизненный цикл мероприятия.
2. Этапы процесса планирования события: разработка стратегии, определение целевой аудитории, разработка концепции, реализация, оценка результатов.
3. Разработка сценария события.
4. Решение ситуационных заданий.

## Тема 7. Реклама и PR в событийном менеджменте

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности рекламного продвижения.
2. Инструменты PR технологии.
3. Взаимодействие со СМИ.
4. Решение ситуационных заданий.

## Тема 8. Оценка эффективности события

Вопросы для обсуждения:

1. Расчет бюджета мероприятия.
2. Методы оценки эффективности событийных мероприятий.
3. Факторы эффективности событийных мероприятий.

### Критерии оценивания для различных типов заданий

<i>Компетенция</i>	<i>Типы контрольных заданий</i>	<i>Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания</i>
ПК – 8 Способен осуществлять проектную деятельность в сфере торгово-промышленной выставки.  8.1 Разрабатывает календарный план реализации проекта торгово-промышленной выставки.	Устный ответ на зачете	<b>Оценка «Зачтено»</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Дан полный развернутый ответ на поставленный вопрос;</li><li>• Ответ на основной вопрос излагается последовательно и систематизировано;</li><li>• Ответ характеризуется знаниями учебного материала, полученного на лекциях;</li><li>• Даны ответы на дополнительные вопросы.</li><li>• Допущены отдельные погрешности и неточности при ответе.</li></ul>

		<p style="text-align: center;"><b>ИЛИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Дан неполный и недостаточно развернутый ответ на поставленный вопрос;</li> <li>• Не даны примеры для раскрытия теоретического материала;</li> <li>• В ответе на основной вопрос использован материал лекционных занятий;</li> <li>• Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов;</li> <li>• Частично даны ответы на дополнительные вопросы.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Оценка «Незачтено»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками;</li> <li>• Присутствует нелогичность изложения;</li> <li>• Ответ на основной вопрос носит поверхностный характер; Не получены ответы на дополнительные вопросы.</li> </ul>
	Создание электронной презентации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Лаконичность названия презентации и отдельных слайдов</li> <li>• Соответствие заголовка содержанию</li> <li>• Приоритет визуальных средств (фото, графики, схемы, диаграммы)</li> <li>• Кегль не менее 24</li> <li>• Фон, не мешающий восприятию текста</li> <li>• Использование не более 3-х дизайнерских средств</li> </ul>
	Письменная работа	<p style="text-align: center;"><b>Оценка «Зачтено»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Содержание письменной (контрольной) работы соответствует поставленным вопросам, отличается глубиной раскрытия.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• При написании работы использовано значительное число информационных материалов, включая основные учебники и учебные пособия.</li> <li>• При освещении содержания письменной работы обучающийся показывает систематическое знание предмета, последовательно, четко и логически излагает материал.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Оценка «Незачтено»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Содержание письменной (контрольной) работы не соответствует поставленным вопросам.</li> <li>• При написании работы не использованы информационные материалы, в том числе основная учебная литература.</li> <li>• При освещении содержания письменной работы обучающийся показывает слабое знание предмета, не владеет представленным материалом, допускает существенные ошибки.</li> </ul>
	Тесты закрытого типа (множественного выбора, альтернативного выбора, исключения лишнего, восстановления последовательности)	Правильно выбран вариант ответа – 1 балл
	Решение ситуационных задач	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Имеется полное верное доказательство, включающее правильный ответ – 3 балла ИЛИ решение недостаточно обосновано ИЛИ В решении имеются лишние или неверные записи, не отделенные от решения – 2 балла</li> <li>• Имеется верное решение части задачи из-за логической ошибки</li> </ul>

		– 1 балл • Решение не дано ИЛИ дано неверное решение – 0 баллов
--	--	--

## V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### *а) Основная литература*

1. Кондратенко Е.А. Событийный менеджмент: учебное пособие. Барнаул. 2011.
2. Красовская Н.В. Событийный маркетинг. Учебное пособие для вузов. М., 2022.

### *б) Дополнительная литература*

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. М.: РИА «Проекспо», 2001.
2. Булатова М.Н. Event-marketing-управление событиями. Бизнес и профессия. Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2009.
3. Герасименко В.В. и др. Маркетинг: учебник. М., 2020.
4. Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л., Лохина Т.Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие. СПб.: Лань, Планета музыки, 2009.
5. Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л. Менеджмент специальных событий. Учебное пособие. СПб.: Лань, 2009.
6. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2004.
7. Каверина Е.А. Праздник как социальный и эстетический феномен // Вестник Томского государственного университета. 2009 (июль). № 324. С. 110-116.
8. Каверина Е.А. Событийные коммуникации в культуре: философская пропедевтика и маркетинговая практика. СПб: Изд-во РГПУ, 2011.

9. Каверина Е.А. Создание специальных событий как креативная технология продвижения вуза // Высшее образование в России. 2009. № 6. С. 110-116.
10. Кулибанова В.В. Маркетинг в сервисе: учебник и практикум. М., 2019.
11. Лемер С. Искусство организации мероприятий. Стоит только начать! М., 2006.
12. Мальшина Н. А. Менеджмент в сервисе: учебное пособие для бакалавров. М., 2017.
13. Назимко А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. М., СПб.: Вершина, 2007.
14. Пасмуров А.Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. Event-менеджмент. СПб.: Питер, 2006.
15. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: учеб. пособие. М., 2016.
16. Романцов А. Н. EVENT-маркетинг. Сущность и особенности организации: практ. пособие. М. : Дашков и К, 2009.
17. Симановская О. М. Организация HR-событий – успешная российская практика. М., 2007.
18. Фестивальный менеджмент. Российский и зарубежный опыт: сб. ст. / под ред. В. Бобкова. М.: Арт-менеджер, 2007.
19. Хальцбаур У. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий. М.: Эксмо, 2007. 384 с.; То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://reslib.com/book/Event\\_menedzhment](http://reslib.com/book/Event_menedzhment).
20. Шагайда П. А. Международный опыт оценки эффективности событийного маркетинга // Экономические науки. 2010. № 68. С. 249-251.
21. Шапиро В.Д. Управление проектами: учебное пособие. М.: Омега-Л, 2013.
22. Шубина И. Б. Организация досуга и шоу-программ. Творческая лаборатория сценариста, Изд. 2-е. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.

23. Шумович А. В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика Event management. 3-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.

24. Шумович А., Берлов А. Смешать, но не взбалтывать: Рецепты организации мероприятий. М.: Альпина Паблишерз, 2009.

## **VI. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (или модуля)**

- ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);
- ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.landbook.com/>);
- ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);
- ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);
- ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);
- электронная библиотека eLIBRARY.RU;
- электронная библиотека диссертаций РГБ;
- база данных ПОЛПРЕД;
- АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).

## **VII. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (или модуля)**

### ***Подготовка к практическим (семинарским) занятиям***

Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Практические занятия посвящены детальному изучению отдельной темы. Этапы подготовки к семинару:

- проанализируйте тему занятия, подумайте о цели и основных проблемах, вынесенных на обсуждение;

- изучите рекомендованную литературу, делая при этом конспекты прочитанного или выписки, которые понадобятся при обсуждении на занятии;
- постарайтесь сформулировать свое мнение по каждому вопросу и аргументировано его обосновать;
- запишите возникшие во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературой вопросы, чтобы затем на семинаре получить на них ответы.

Практические занятия могут включать задания различных видов, а именно:

- вопросы для дискуссий (обсуждения);
- решение ситуационных задач;
- деловые игры;
- темы для подготовки докладов;
- тестовые задания;
- подготовка индивидуальных или групповых проектов по заданной теме;
- коллоквиумы по прочитанной литературе.

После лекции студент должен познакомиться с планом практических занятий и списком обязательной и дополнительной литературы, которую необходимо прочитать, изучить и законспектировать. Разъяснение по вопросам новой темы студенты получают у преподавателя в конце предыдущего практического занятия. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю.

На семинаре каждый студент должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Не допускается простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он

говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций.

### **Подготовка электронных презентаций**

Одним из распространенных направлений внедрения использования информационных технологий в образовательный процесс учебного заведения являются мультимедийные презентационные технологии.

У термина презентация (от лат. *praesento* — передаю, вручаю или англ. *present* — представлять) два значения — широкое и узкое. В широком смысле слова презентация — это выступление, доклад, защита законченного или перспективного проекта, представление на обсуждение рабочего проекта, результатов внедрения и т.п. В узком смысле слова презентации — это электронные документы особого рода. Они отличаются комплексным мультимедийным содержанием и особыми возможностями управления воспроизведением (может быть автоматическим или интерактивным).

Мультимедийные презентации - это сочетание самых разнообразных средств представления информации, объединенных в единую структуру. Чередование или комбинирование текста, графики, видео и звукового ряда позволяют донести информацию в максимально наглядной и легко воспринимаемой форме, акцентировать внимание на значимых моментах излагаемой информации, создавать наглядные эффектные образы в виде схем, диаграмм, графических композиций и т. п.

Мультимедийные презентации обеспечивают наглядность, способствующую комплексному восприятию материала, изменяют скорость подачи материала, облегчают показ фотографий, рисунков, графиков, географических карт, исторических или труднодоступных материалов. Кроме того, при использовании анимации и вставок видефрагментов возможно продемонстрировать динамичные процессы. Преимущество мультимедийных презентаций - проигрывание аудиофайлов, что

обеспечивает эффективность восприятия информации: излагаемый материал подкрепляется зрительными образами и воспринимается на уровне ощущений.

Для создания компьютерных презентаций предназначены специальные программы. Одна из самых популярных программ – PowerPoint («пауэр поинт»), которая входит в состав пакета Microsoft Office.

Использование электронных презентаций в учебном процессе позволяет значительно повысить информативность и эффективность дисциплины при объяснении учебного материала, способствует увеличению динамизма и выразительности излагаемого материала. Перед созданием презентации на компьютере важно определить:

- назначение презентации, ее тему – следует самому понять то, о чем вы собираетесь рассказывать;

- примерное количество слайдов - слайдов не должно быть много, иначе они будут слишком быстро меняться, и времени для осмысления у слушателей не останется;

- как представить информацию наиболее удачным образом;

- содержание слайдов.

#### Этапы создания презентации:

1. Выбор темы презентации;
2. Составление плана работы;
3. Сбор информации и материалов;
4. Анализ, классификация и обобщение собранной информации;
5. Оформление результатов презентации;
6. Презентация.

#### Правила и требования к оформлению презентаций:

- Аккуратно используйте цвета. Предпочтительнее использовать светлый фон и темный шрифт (а не наоборот).
- Если презентация предназначена для показа в небольшой аудитории, то размер шрифта основного текста должен быть не меньше 18 пт,

заголовки – 20 пт и больше. Если презентация предназначена для показа в большом зале – размер шрифта основного текста 28-32 пт, заголовки – 36 пт и более.

- Если текст не помещается на одном слайде, разбейте его на фрагменты и разместите на нескольких слайдах.
- Презентация не должна состоять из слайдов, целиком заполненных текстом.
- Не перегружайте презентацию анимацией, не используйте слишком много разных эффектов.
- Каждый слайд должен иметь заголовок.
- Используйте краткие предложения или фразы.

### **Организация самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов должна составлять не менее 50% от общей трудоемкости дисциплины и является важным компонентом образовательного процесса, формирующим личность студента, его мировоззрение и культуру профессиональной деятельности, способствует развитию способности к самообучению и постоянному повышению своего профессионального уровня. Цель самостоятельной работы - формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их анализу, умению принять решение, аргументированному обсуждению предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссии. Самостоятельная работа заключается в изучении тем программы дисциплины по рекомендуемой основной учебной и дополнительной литературе, в подготовке к практическим занятиям, подготовка презентаций, подготовка к коллоквиуму, решение ситуационных задач, к текущему модульному контролю, промежуточной аттестации – рубежному контролю – зачету.

Успешное овладение содержанием дисциплины «Событийный менеджмент» предполагает интенсивную работу на аудиторных занятиях и систематическую самостоятельную работу. Для наиболее эффективного усвоения материала, с литературой, рекомендуемой преподавателем (согласно приведенному порядку тем), необходимо ознакомиться до занятия. К каждому занятию студент должен выполнить соответствующее домашнее задание (тестовый материал и/или практические задания, конкретные ситуации, задачи) и подготовиться к контрольному тестированию. Материалы домашних заданий должны быть сданы в указанные преподавателем сроки. При подготовке к зачету повторять пройденный материал в соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на зачет и содержащихся в данной программе, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

### **Требования к рейтинг-контролю**

Контроль за работой студентов делится на: текущий (в ходе аудиторных занятий), модульный (в ходе рейтинга) и итоговый (зачет).

Основными формами текущего контроля успеваемости являются наблюдение, проверка письменных и практических заданий с использованием балльных оценок.

На занятиях преподаватель оценивает и комментирует качество выполненных студентами домашних заданий, а также учебную работу студентов непосредственно в ходе занятий. Учитываются посещаемость студентами лекционных и практических занятий, уровень подготовленности студента к занятию, степень его активности в ходе занятия, качество выполнения заданий.

Рейтинговый контроль связан с проведением письменной контрольной работы в конце каждого из модулей и подразумевает суммирование баллов, набранных каждым студентом в процессе изучения модуля.

Дисциплина «Событийный менеджмент» заканчивается зачетом. Зачет может приниматься как в устной форме, так и письменно.

Общая сумма рейтинговых баллов – 100.

## VII. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Корпус № 1 (г.Тверь, ул. Трехсвятская, 16,31), ауд. 202 (кафедра социально-культурного сервиса);</p> <p>ауд. 113 (Информационно-образовательный центр «Русский музей: виртуальный филиал»: Лаборатория по музейно-экскурсионному проектированию)</p>	<p>Парты, стулья, доска (переносная), экран, компьютер и проектор</p>	
<p>Корпус №1 (г. Тверь, ул. Трехсвятская, 16/31), Ауд. 210 (компьютерный класс: лаборатория по бронированию и резервированию, Аудитория для самостоятельной работы, Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного</p>	<p>Портативные компьютеры, клавиатуры, компьютерные мыши, ноутбук и проектор (переносной), стулья, компьютерные столы, доска</p>	<p>Adobe Reader XI (11.0.13) - Russian 6            Google Chrome 6            Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows антивирус            Microsoft Office профессиональный – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017; плюс 2013            – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017            Microsoft Windows 10 Enterprise</p>

оборудования)		
---------------	--	--

### **VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.	Раздел III. Образовательные технологии	Возможность освоение дисциплины с применением ЭО и ДОТ	Протокол №1 заседания кафедры от 31.08.2020 г.
2.	Раздел V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Обновление основной и дополнительной литературы	Протокол №1 заседания кафедры от 29.08.2022 г.
3.	Раздел IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации	Обновление вопросов к зачету; обновление фсов	Протокол №1 заседания кафедры от 29.08.2022 г