

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»  
Гуманитарный институт  
Кафедра философии, культурологии и социологии

УТВЕРЖДАЮ:  
И.о. директора ИГУМ  
  
« 03 » 03 20 22 г.  


**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
учебной дисциплины

**ЭВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ И СОПРОВОЖДЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ**

по направлению подготовки  
42.03.02 Журналистика  
направленности (профилю)  
Продюсирование в медиа

СОГЛАСОВАНО:  
Начальник отдела обеспечения  
деятельности ИГУМ  
  
« 05 » 03 20 22 г. Т.В.Евлаш

РАЗРАБОТАЛ:  
Доцент кафедры ФКС  
  
« 24 » 03 20 22 г. Т.А.Афанасьева  
Принято на заседании кафедры  
Протокол № 1 от « 24 » 03 20 22 г.  
Заведующий кафедрой ФКС  
  
« 24 » 03 20 22 г. С.А. Маленко

## **1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины Эвент-менеджмент и сопровождение культурных проектов**

Цель освоения учебной дисциплины: развитие компетентности студентов в области эвент-менеджмента, а также формирование у студента способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (прежде всего при организации мероприятий) и воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Задачи:

- а) раскрыть специфику объекта и предмета event-менеджмента, его места и роли в современном мире
- б) сформировать у студента представления о культурном разнообразии общества в социально-историческом контексте
- в) развить способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (прежде всего при организации мероприятий)
- г) сформировать у обучающихся готовность к практическому применению результатов исследования целевой аудитории при организации и проведении мероприятий в рамках осуществления профессиональной деятельности
- д) сформировать готовность к проектной деятельности и работе в команде в сфере эвент-менеджмента;
- е) сформировать представления об основных этапах организации event, начиная с момента подготовки, включая проведение самого мероприятия и завершая этапом подведения итогов
- ж) сориентировать обучающихся на бережное отношение к историческому и культурному наследию, толерантному отношению к этнонациональным, религиозным, культурным различиям в рамках осуществления ими профессиональной деятельности
- з) стимулировать обучающихся к самостоятельной деятельности по освоению данной дисциплины и формированию необходимых компетенций.

## **2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП**

Учебная дисциплина относится к обязательной части учебного плана основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 42.03.02 Журналистика и направленности (профилю) Продюсирование в медиа (далее – ОПОП). В качестве входных требований выступают сформированные ранее в рамках курсов: «История», «Философия», «Мировая культура: введение в культурологию, этику и эстетику», «История медиакультуры и продюсирования», «Теория и практика пропаганды», «Продюсирование в культуре», «Зарубежные СМИ и документалистика», «Массовая культура и межкультурная коммуникация», «Практика профессионально-творческая». Освоение учебной дисциплины является компетентностным ресурсом для дальнейшего изучения следующих дисциплин: «Менеджмент в медиакультуре», «Практика преддипломная», «Выполнение и защита и защита выпускной квалификационной работы».

## **3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины**

Перечень компетенций, которые формируются в процессе освоения учебной дисциплины:

*Универсальные компетенции:*

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

*Общепрофессиональные компетенции:*

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

**Результаты освоения учебной дисциплины:**

| <i>Код и наименование компетенции</i>  | <i>Результаты освоения учебной дисциплины (индикаторы достижения компетенций)</i>                                       |  |   |
|--|---|--|---|
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | УК-5.1 Знать основные философские учения; базовые подходы к изучению и осмыслению межкультурного разнообразия общества; | УК-5.2 Уметь интерпретировать историю России в контексте мирового развития;  | УК-5.3 Владеть навыками осуществления профессиональной деятельности с учетом социальных, этических, исторических условий взаимодействия |
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.                      | ОПК-4.1 Знать основные принципы мониторинга и измерения основных параметров аудитории СМИ;                              | ОПК-4.2 Уметь соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; | ОПК-4.3 Владеть навыками использования итогов мониторинга целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов        |

#### **4 Структура и содержание учебной дисциплины**

##### **4.1 Трудоемкость учебной дисциплины**

###### **4.1.1 Трудоемкость учебной дисциплины для очной формы обучения:**

| <i>Части учебной дисциплины (модуля)</i>                              | <i>Всего</i> | <i>Распределение по семестрам</i> |
|---|--------------|-----------------------------------|
|   |              | <i>6 семестр</i>                  |
| 1. Трудоемкость учебной дисциплины (модуля) в зачетных единицах (ЗЕТ) | 4            | 4                                 |
| 2. Контактная аудиторная работа в академических часах (АЧ)            | 42           | 42                                |
| 3. Курсовая работа/курсовой проект (АЧ) <i>(при наличии)</i>          | -            | -                                 |
| 4. Внеаудиторная СРС в академических часах (АЧ)                       | 102          | 102                               |
| 5. Промежуточная аттестация <i>экзамен (АЧ)</i>                       | <b>36</b>    | <b>36</b>                         |

##### **4.2 Содержание учебной дисциплины**

###### **Тема 1. Понятие event. Event-менеджмент как техника профессиональной организации мероприятий.**

Определение понятия event. Эвент или ивент в системе современного русского языка. Попытка разграничения понятий event и мероприятие. Event как элемент социокультурного пространства в России 21 века. Понятие event-менеджмента, как прикладная область изучения и пространство профессиональной практики охватывающее, как и любая форма организации, оценку, определение, сбор данных, локализацию, управление, контроль и анализ времени, финансов, персонала, услуги других ресурсов и объектов относительно планирования, проведения и управления специальными мероприятиями. Место event в современной культуре: событийном туризме, маркетинге компаний. Мероприятия как элемент обучающего маркетинга, мероприятия как инструмент воздействия на сотрудника, мероприятие как бренд. Цели и задачи event: формирование общества, возрождение городов, культурное развитие, поощрение национальных особенностей. Типология event. Дифференцированная многомерная система классификации event. Понятие event-деятельности и основные характеристики event-менеджеров. Постановка целей, определение аудитории, приглашение гостей, создание

интриги, логистика площадки, работа с транспортом, организация выездного кейтеринга как элементы event-менеджмента.

Самое важное в управлении и планировании event – определить цель, осознать ее и не упускать из виду. Чтобы добиться цели, event должен учитывать интересы клиентов, а потому нужно помнить, что: 1. Мероприятие – это сказка, уход от реальности. 2. Мероприятие – это действие, а не слова. 3. Мероприятие – это история и концепция, а не просто развлечение гостей. 4. Мероприятие – это нарастание эмоций. Участники мероприятия. Основные принципы работы с участниками мероприятия.

Четыре скорости удачного мероприятия. «Первая скорость» - интрига (создаваемая через креативное приглашение, слухи, посредством PR и СМИ, проведение каких-либо ритуалов или действий); «вторая скорость» - «включить гостя» (среди основных способов «включения»: прямой контакт или обращение, общий ритуал в начале, общий декоративный элемент для всех гостей, интерактивная зона); «третья скорость» - эмоции (8 универсальных способов вызвать эмоции: юмор, шок, провокация, сюрприз или неожиданность, анонс предстоящего, азарт, захватывающая история, призыв к общечеловеческим ценностям; источники приятных эмоций: женщины и мужчины (промо, аниматоры, использование образов); несложные конкурсы, задания с призами, соревнования; простые индивидуальные занятия (фотографии, карикатура); воздействие на все возможные органы чувств (массаж для рук, нанесение грима, приятные запахи); использование ощущений и эмоций, связанных с детством; использование выразительных средств искусства; «четвертая скорость» - коммуникация.

Игровое пространство мероприятия. Игра в концепции Й.Хёйзенга. Игровое пространство мероприятия формируется в том числе за счет: распределения ролей, визуализации предлагаемого варианта поведения и ритуальности самого мероприятия.

### **Тема 2. Event-менеджмент как проектная деятельность.**

Подготовка и проведение мероприятия планируется как проект. Представление о вехах и фазах подготовки и реализации мероприятия. Вехи: 0 - идея, 1 – да/нет, 2 – вперед/стоп, 3 – точка невозвращения, 4 – открытая дверь, 5 – окончание, 6 – завершение, 7 – окончание проекта; последовательные фазы: инициирование, старт, подготовка, пуск, действие, последствие, подведение итогов. Управление мероприятием. Проект-менеджмент. Планирование проекта. Контроллинг проекта. Техники менеджмента.

Креативность в event-индустрии. Понятие творческой личности и ее основных черт: понимание проблемы, гибкое мышление, оригинальность, умение работать с удовольствием, знания в своей сфере, выносливость, уверенность в своих суждениях. «Киллеры» креативности: давление конкуренции, шаблонное мышление, цейтнот, плохие условия, самодовольство, равнодушие, неуверенность в себе, любые формы страха. Четыре правила креативности: 1. Критика запрещена. 2. Безрассудные идеи поощряются. 3. Придумывайте как можно больше – упрощать легче. 4. Используйте идеи других.

Способы и методы креативности: Мозговой штурм, метод 636, Метод коллективных записей, Контрольная таблица Осборна, Метод хомяков.

### **Тема 3. Подготовка мероприятия.**

Структура мероприятия. Необходимые элементы мероприятия: Welcome-зона, яркое начало программы, основная часть, центральный элемент, завершение мероприятия. Возможности вовлечения человека в мероприятие и место слов со сцены в общей структуре мероприятия.

Оговаривается алгоритм необходимых действий, то есть определяется задача, решение и приблизительный бюджет, принимается решение о создании рабочей группы, оговариваются концепция и сценарий. Определение аудитории, маркетинга мероприятия, места проведения, бюджет. После того как работа над проектом завершена, запуск процедуры утверждения у руководства. План-график подготовки. Старт проекта.

Концепция. Место и роль концепции на мероприятии, ее функции (1. Концепция – это правила игры. 2. Концепция – это территория мероприятия. 3. Концепция – это подогревание

эмоций). Разработку лучше всего начинать с создания основного сообщения. Оно должно быть лаконичным, понятным и доступным для всех участников мероприятия (участники должны с первого раза понять, что вы хотите им сказать), сквозным. Требования к концепции: «Это знают все», «Пощупать, понюхать, попробовать на вкус...», «Никакой обыденности», «Гармония концепции и центрального сообщения». На мероприятии должен быть безусловный «диктат концепции». Концепцию необходимо тестировать.

Сценарий. Этические проблемы: воровство, тиражирование сценариев. Характеристики качественного сценария: оригинальность в части концепции и отдельных элементов, он должен держать в напряжении и вызывать эмоции, сообщать и отражать ценности компании, задачи, которые перед ней стоят. Универсальные правила для подготовки удачного сценария: трехступенчатая схема развития сюжета: завязка, развитие и кульминация, развязка. К ним можно добавить еще два дополнительных блока, которые будут актуальны для организатора мероприятий: во-первых, предисловие – работа с гостем до мероприятия (создание интриги, PR, креативное приглашение, работа с форумами); во-вторых, послесловие (комплекс работ с гостем после мероприятия: обзвон, рассылка, пост-PR). Правила режиссеров: 1. один из способов мотивировать человека сосредоточиться на одном объекте – заставить сам объект внимания постоянно меняться, повышая градус интереса. 2. мероприятие должно быть живым, как организм. 3. единственная возможность привлечь внимание человека надолго – вызвать эмоции. 4. объект внимания можно разделить на маленькие блоки и для каждого из них продумать, как мотивировать и вовлечь человека. 5. выдавать информацию нужно маленькими порциями, то есть каждый раз сообщать меньше, чем хочет узнать аудитория; самую интересную информацию утаивать нужно до конца; ничего не сообщать просто так, заставить зрителей бороться за информацию. Два важных понятия, используемых сценаристами: драматическая ситуация (правильное соотношение в драматическом произведении – 75 % действия и 25 % слов) и прогрессия усложнений. Способы привлечения внимания исходя из опыта шоу и киноиндустрии: любопытство, сопереживание, саспенс (напряженное невыносимое ожидание) или удивление (неожиданный поворот). Значение порядка блоков, роль кульминации в каждом из них и центральной на мероприятии.

Основные характеристики сценария. Он должен быть гармонично связан с корпоративной культурой и целью мероприятия. Он обязан удивлять, быть оригинальным. В нем должно быть четко определено время на все активные действия, включая свободное общение (чем меньше временной шаг, тем лучше). В сценарии должны быть прописаны музыкальные вставки и паузы. Логика мероприятия, прописанная в сценарии, должна быть очевидна. Каждый блок обязан поднимать планку настроения все выше.

Бюджетирование в сфере event-индустрии.

Бюджет мероприятия. Статьи расходов. Часто забываемые расходы. Примерный бюджет: способы оптимизации бюджета и статьи, которые не подлежат экономии. Правила и советы профессионалов event-индустрии по работе с бюджетом.

Тендеры. Тендер рассматривается как формализованная процедура по выбору подрядчика, предполагающая наличие конкретно сформулированного задания, четких условий выбора и соревнования между участниками. Тендеры могут быть закрытыми и открытыми. Риски, связанные с тендерами: тендеры реальные и формальные; ошибки тендеров.

Бизнес-планирование в event-индустрии. Бизнес-план как инструмент разработки стратегии и тактики. Общая структура бизнес-плана, в соответствии со стандартами UNIDO, должна придерживаться следующих основных параметров: 1. Резюме 2. Описание предприятия и отрасли 3. Описание продукции (услуг) 4. Маркетинг и сбыт продукции (услуг) 5. Производственный план 6. Организаторский план 7. Финансовый план 8. Направленность и эффективность проекта 9. Риски и гарантии 10. Приложения

Event-маркетинг. Изучение целевой аудитории. Вывод товара на рынок и способы продвижения товара (мероприятия) на рынке. Брендинг, PR-деятельность, реклама. Управление качеством.

Внутренняя и внешняя коммуникация. Возможность и правила взаимодействия event-агентства и заказчиков мероприятия. Место и роль экаунта (менеджер по работе с клиентами). Роль сотрудника event-агентства (специфика работы, специализация).

Фандрайзинг в event-индустрии. Типы финансирования event-индустрии: романский, германский, британский и американский. Причины невысокой спонсорской и благотворительной активности в России. Формы внебюджетной поддержки: пожертвования частных лиц, гранты благотворительных фондов, специальные программы софинансирования, инициированные государством, корпоративный сектор как источник дополнительных средств в культуре. Значение профессионального спонсорства как формы сотрудничества российского бизнеса с культурой.

Спонсоры. Самые распространенные причины для спонсорства: массовый охват аудитории; широкое освещение в целевых, профессиональных СМИ; попадание в целевую аудиторию Клиентов; наличие среди участников ключевых персон для бизнеса компании. Критерии отбора мероприятий для спонсорской поддержки. Четыре основных подхода к формированию спонсорских пакетов: иерархический, нишевый, либеральный, клубный. Правила проведения переговоров со спонсорами. Определяется список данных, которые нужны потенциальному спонсору для принятия решения: 1. Необходимая техническая информация о мероприятии: дата, время, место. 2. Планируемый состав аудитории (желательно, подкрепленный опытом предыдущих лет или других проектов для похожей аудитории). 3. Информация об организаторах, поддерживающих компаниях. 4. Информация о выступающих, особых приглашенных гостях. 5. Описание маркетингового плана мероприятия, на чем основана уверенность, что все получится так, как планируется. 6. Информация о СМИ на мероприятии и работе с ними. 7. Четкий и короткий список аргументов (например, пять), почему нужно спонсировать именно это мероприятие. 8. Список возможных спонсорских привилегий (желательно визуализированный). Демонстрация преимуществ финансовой поддержки для организаций: высокая степень узнаваемости и позитивный имидж компании на рынке; дополнительная, в том числе скрытая реклама; узнаваемость спонсора в СМИ; привлечение участников спонсируемых акций к другим собственным проектам; успешный спонсорский проект является предметом гордости в конкурентной среде; лоббирование собственных интересов в политических кругах. Правила подготовки визуальной составляющей презентации проекта – собственно презентации как форме подачи материала.

Правила организации встреч со спонсорами и презентации проекта будущего мероприятия. Параметры предложения для потенциальных спонсоров: Реклама во время мероприятия. Рассылка информационных материалов перед мероприятием. Реклама на сайте мероприятия, в том числе баннерная. Размещение логотипа на продукции для мероприятия (майки, портфели, ручки и прочее). База данных участников для работы после мероприятия. Стенд на мероприятии. Значение отчета по спонсорству.

Риски и способы работы с ними. Общие условия организации мероприятия. Право и ответственность. Окружающая среда, здоровье, техника безопасности.

#### **Тема 4. Реализация мероприятия.**

Пространство event. Вход на мероприятие как начало event, как место «включения» гостей, как особое пространство (оформление, использование) перехода от обыденного в иной мир. Правила создания Welcome-зоны, оформления основного помещения (декор, освещение, инфографика, сцена, фуршетные столы и т.д.). Офис организаторов на мероприятии. Понятие «тирании площадок», проблемы и их решения при поиске площадки для event (персонал, электричество, въезд и выезд с площадки, природные явления, ремонты, действия государственных органов). Традиционные и нетрадиционные площадки. Проблемы парковки, логистики. Плюсы и минусы различных типов площадок: бизнес-центры и гостиницы,

рестораны и клубы, выставочные павильоны, openAir и тенты, государственные и культурные учреждения, спортивные комплексы и стадионы и ипподромы, развлекательные центры и частные объекты, закрытые непрофильные объекты, объекты в движении, места для отдыха (пансионаты, санатории, курорты, турбазы). Главное правило организатора: используйте площадку максимально. Площадка как декорации, как источник для концепции или сценария, история площадки, площадка как часть коммуникации.

Техническая часть. Звук, свет, проекционное оборудование (проектор, экраны, интерактивная доска, видеоз экраны), технические характеристики сцены и задника, генераторы, декорирование и правило «красного пятна», три правила декорирования, материалы для декорирования. Понятие цветового шока. Основные ошибки оформления. Элементы декорирования, атрибуты. Продакшен и «вежливое брендинг». Приглашение как элемент продакшена.

Система идентификации на мероприятии. Бейджи, пины, цветовое кодирование, карточки, радиочастотная идентификация. Кейтеринг. Основные форматы обслуживания: «Русский стол»; Банкет с классическим (полным) обслуживанием; Фуршет и шведский стол; Коктейль; Барбекю; Бар. Правила организации переговоров с поставщиками. Зависимость формата мероприятия от площади помещения. Бюджет кейтеринга. Порядок работы с подрядчиками и правила расчета продуктов. Способы сэкономить.

Подарки. Правильные подарки, по мнению специалистов event-индустрии, требуют выполнения следующих правил при их выборе: «дарите подарки не компаниям, а людям»; «в идеале подарок должен соответствовать контексту мероприятия, быть связан с деятельностью дарителя (например, компании-организатора) и учитывать интересы получателей». Главное правило выбора подарка – у него должно быть какое-то информационное сообщение. То есть при его выборе нужно помнить, желательно чтобы гость использовал его, чтобы подарок напоминал об организаторе или организаторе мероприятия, чтобы гости рассказывали о нем, мероприятии и организаторах другим людям.

Свойства подарка: 1) практичность (тогда человек сможет использовать его сам либо с чистой совестью подарить друзьям); 2) статусность; 3) напоминать о мероприятии; 4) красивое оформление; 5) оригинальность, неожиданность; 6) легкость транспортировки; 7) быть связанным с концепцией мероприятия, деятельностью компании-организатора.

Перечень неправильных, с точки зрения профессионалов event-индустрии, подарков. Подарки и бюджет мероприятия. Время и место вручения подарков.

Место руководителя, методы управления командой, мотивация команды, распределение обязанностей в команде («логистика» или «техника» и «креатив») на последнем этапе мероприятия. Завершение мероприятия: риски и ошибки.

Способы реагирования на фактапы (случившиеся неприятности, провалы) и нештатные ситуации. Алкоголь на мероприятии: работа с ним, возможные риски и способы избежать неприятностей.

Оценка эффективности мероприятия. Способы оценки мероприятия. Работа с рекомендациями. Оценка эффективности мероприятия. Эффективность организационная и маркетинговая.

Разведение понятий event-менеджмента и event-маркетинга. Критерии качества проведения мероприятия. И способы определения маркетинговой эффективности заказчиком мероприятия.

Финансовые, административные, технологические, юридические аспекты организации мероприятий в рамках реализации культурного проекта. Работа в рамках репертуарной политики при выполнении какого-либо проекта в области культуры. Особенности организации фестивалей, конкурсов, шоу-программ, телевизионных программ, концертов и массовых культурно-досуговых мероприятий. Организация рекламных мероприятий для продвижения проекта: медиаакций, подобных благотворительным концертам в рекламных целях, рекламным кампаниям и т.д. Создание команды продюсера для организации мероприятий. Роль продюсера при организации и руководстве командной работой.

### 4.3 Трудоемкость разделов учебной дисциплины и контактной работы

| №  | Наименование разделов (тем) учебной дисциплины (модуля), УЭМ, наличие КП/КР           | Контактная работа (в АЧ) |    |    | Внеауд. СРС (в АЧ) | В т.ч. СРС | Формы текущего контроля                                  |
|----|---|--------------------------|----|----|--------------------|------------|--|
|    |   | Аудиторная               |    |    |                    |            |  |
|    |   | ЛЕК                      | ПЗ | ЛР |                    |            |  |
| 1. | Понятие event. Event-менеджмент как техника профессиональной организации мероприятий. | 1                        | 8  |    | 2                  | 15         | Проект. Задание 1. Проект. Задание 2. Тест 1             |
| 2. | Event-менеджмент как проектная деятельность.  | 2                        | 9  |    | 2                  | 17         | Проект. Задание 3. Проект. Задание 4. Тест 2             |
| 3. | Подготовка мероприятия.   | 2                        | 9  |    | 2                  | 17         | Проект. Задание 5. Тест 3                                |
| 4. | Реализация мероприятия.   | 2                        | 9  |    | 2                  | 17         | Процессуальное портфолио проекта. Защита проекта. Тест 4 |
|    | Промежуточная аттестация - экзамен  |                          |    |    |                    | 36         | 50   |
|    | <b>ИТОГО</b>  | 7                        | 35 |    | 8                  | 102        | 200  |

### 4.4 Лабораторные работы и курсовые работы/курсовые проекты

4.4.1 Перечень тем лабораторных работ: не предусмотрены

4.4.2 Примерные темы курсовых работ/курсовых проектов: не предусмотрены

### 5 Методические рекомендации по организации освоения учебной дисциплины

| №  | Темы лекционных занятий (форма проведения)   | Трудоемкость в АЧ |
|----|--|-------------------|
| 1. | Понятие event. Event-менеджмент как техника профессиональной организации мероприятий (проблемная лекция) | 1                 |
| 2. | Event-менеджмент как проектная деятельность (информационная лекция)                                      | 2                 |
| 3. | Подготовка мероприятия (лекция-презентация)  | 2                 |
| 4. | Реализация мероприятия (информационная лекция)   | 2                 |
|    | <b>ИТОГО</b>   | 7                 |

| №  | Темы практических занятий (форма проведения)                 | Трудоемкость в АЧ |
|----|--|-------------------|
| 1. | Основные понятия Event-индустрии (проблемный семинар)        | 4                 |
| 2. | Презентация как форма подачи материала (семинар-презентация) | 4                 |
| 3. | Методы изучения целевой аудитории (работа в группах)         | 4                 |
| 4. | Способы креативности (работа в группах)                      | 5                 |
| 5. | Концепция мероприятия (работа в группах)                     | 4                 |
| 6. | Фазы и вехи мероприятия (проблемный семинар)                 | 5                 |

|    |   |    |
|----|---|----|
| 7. | CustDev как способ проверки идеи или апробации продукта (проблемный семинар)                        | 4  |
| 8. | Сравнение эффективности мероприятия и рекламы как элементов маркетинга проекта (проблемный семинар) | 5  |
|    | ИТОГО   | 35 |

### **Проблемный семинар**

Проведение семинаров с использованием проблемной ситуации ставит целью увеличить способы активного постижения учебного материала, что позволяет в итоге повысить мотивацию обучения студентов.

Проблемный семинар рекомендуется при освоении следующих тем курса.

а) Тема: Понятие event. Event-менеджмент как техника профессиональной организации мероприятий

Тема семинара: Основные понятия Event-индустрии.

Возможные вопросы для обсуждения проблемы:

- Понятие event.
- Разграничение таких понятий как мероприятие/event
- Мероприятие как форма организации
- Event-индустрия.
- Понятие event-менеджмента и event-маркетинга.

б) Тема: Подготовка мероприятия

Тема семинара: Фазы и вехи мероприятия

Возможные вопросы для обсуждения проблемы:

1. Особенности планирования и реализации семинара в фирме.
2. Особенности планирования и реализации Дня открытых дверей.
3. Особенности планирования и реализации мероприятия «Участие в ярмарке».
4. Особенности планирования и организации Информационного тура.
5. Особенности планирования и организации Загородной экскурсии для работников.
6. Особенности планирования и организации Конференции.
7. Особенности планирования и реализации Юбилея.
8. Особенности планирования и реализации Вечеринки.
9. Особенности планирования и организации Палаточного лагеря.
10. Особенности планирования и организации Турне.
11. Особенности планирования и реализации Заседания/съезда.
12. Особенности планирования и подготовки Доклада.

в) Тема: Реализация мероприятия.

Тема семинара: Сравнение эффективности мероприятия и рекламы как элементов маркетинга проекта.

Возможные вопросы для обсуждения проблемы:

- Эффективность Рекламы на ТВ
- Эффективность Рекламы на радио
- Эффективность Рекламы в газете (печатных, специализированных и интернет-СМИ)
- Эффективность проведения мероприятия. Плюсы и минусы.

г) Тема: Реализация мероприятия.

Тема семинара: CustDev как способ проверки идеи или апробации продукта.

Возможные вопросы для обсуждения проблемы:

- Понятие CustDev
- Основные принципы CustDev
- Как и когда проводить CustDev
- Основные этапы проведения CustDev
- Правила проведения интервью

- Составление вопросов для интервьюирования
- Основные правила обработки полученных результатов.

### **Работа в группах**

Проведение семинаров с использованием работы в малых группах рекомендуется использовать при освоении таких тем курса, которые требуют активизации вовлечения студентов в процесс освоения материала. Малые группы формируются по 4-6 человек. Студенты получают задание и по предварительно сформированной теме и формулируют ответы при совместном участии.

Подобную образовательную технологию рекомендуется использовать при проведении следующих семинарских занятий.

а) Тема: Event-менеджмент как проектная деятельность.

Тема семинара: Методы изучения целевой аудитории

Задания для малых групп:

- Обозначить специфику количественных и качественных методов изучения целевой аудитории
- Метод: 5W Шеррингтона: его плюсы и минусы
- Специфика использования PAPI (Paper And Pen Personal Interview) (бумажного интервью с ответами на вопросы).
- Специфика использования CLT (Central Location Test) (исследование, направленное на проведение испытаний запахов, ароматов совместно с клиентом).
- Специфика использования CAPI (Computer Assisted Personal Interview) (личного интервью с респондентом с использованием компьютера).
- Специфика использования CATI (Computer Assisted Telephone Interview) (интервью, проводимые по телефону с поддержкой компьютера, с охватом широкой и разнообразной группы респондентов).
- Специфика использования CAWI (Computer Assisted Web Interviews) (веб-исследование, через интернет например, с помощью анкетирования на сайте).
- Специфика использования Фокус-группового интервью (FGI) (обсуждения с небольшой группой респондентов во главе с модератором)
- Специфика использования индивидуального углубленного интервью (IDI) (организация беседы между модератором и проверяемым человеком с помощью открытых вопросов).
- Когда удобнее использовать метод Наблюдения за участниками — наблюдение за людьми в природной среде (Исследователь вступает в контакт с наблюдаемым и активно участвует в различных ситуациях).
- Особенности применения метода Диада (интервью, проводимого одновременно с двумя людьми).
- Плюсы и минусы метода Домашние визиты (HV) (углубленного интервью, проводимого в доме потребителя, включая презентацию о том, как использовать тот или иной продукт, который он использует каждый день).
- Обоснование необходимости проведения Специальных этнографических исследований (наблюдения в сочетании с беседой, проводимой этнографом).
- Основные принципы и возможности использования метода Customer Development (CustDev)

б) Тема: Event-менеджмент как проектная деятельность.

Тема семинара: Способы креативности.

Задания для малых групп:

- Сформулировать и показать на примере такую форму работы над проектом как Мозговой штурм,

- Сформулировать и показать на примере такую форму работы над проектом как метод 636,
- Сформулировать и показать на примере такую форму работы над проектом как Метод коллективных записей,
- Сформулировать и показать на примере такую форму работы над проектом как Контрольная таблица Осборна,
- Сформулировать и показать на примере такую форму работы над проектом как Метод хомяков.

в) Тема: Подготовка мероприятия.

Тема семинара: Концепция мероприятия

Задания для малых групп: сформулировать концепцию мероприятия, исходя из заданных параметров, используя один/или несколько методов генерирования идей или методов креативности:

- Рекламное мероприятие для продвижения литературного конкурса «Новгород глазами новгородцев»
- Мероприятие в рамках проекта «Классическая литература в XXI веке. Великий Новгород»
- Мероприятие для продвижения на рынок культурных услуг нового туристического маршрута «Русская литература и Новгородская земля»
- Мероприятие в рамках проекта «Страна див. Читаем Бианки»
- Мемориальное мероприятие «Велимир Хлебников и Новгородская земля»
- Проект «Великий Новгород в поэзии и прозе». Мероприятие-открытие проекта.

### 3) Семинар-презентация

При проведении ряда семинаров рекомендуется использовать итоги углубленной работы студентов над отдельными темами, в общем виде освещенными на лекциях. При организации учебного процесса для освоения учебной дисциплины «Event-менеджмент» этот тип образовательной технологии рекомендуется использовать для преподавания тем, имеющих важное значение для понимания современной социокультурной ситуации и современных проблем культуры. Доклады рекомендуется представлять в виде презентации, сделанной с помощью программы POWER POINT. Семинар такого рода состоит из двух основных этапов: доклад с презентацией и затем последующее обсуждение докладов с преподавателем и студенческой аудиторией. В процессе обсуждения выявляются наиболее сильные и слабые стороны подготовленных докладов, общим мнением выбираются самые результативные из представленных презентаций.

Оценочное средство в виде подготовки доклада с последующей презентацией используется при проведении практического занятия по следующим темам:

а) Тема: Понятие event. Event-менеджмент как техника профессиональной организации мероприятий/

Тема семинара: Презентация как форма подачи материала.

Темы для докладов:

- Доклад-презентация как форма построения материала
- Плюсы и минусы презентаций
- Типология презентаций
- Технология создания презентации
- Основные правила создания презентаций
- Алгоритм работы над докладом-презентацией
- Презентация в event-индустрии
- Маркетинг и презентации

### 6 Фонд оценочных средств учебной дисциплины

Фонд оценочных средств представлен в Приложении А.

## 7 Условия освоения учебной дисциплины

### 7.1 Учебно-методическое обеспечение

Учебно-методического обеспечения учебной дисциплины представлено в Приложении

Б.

### 7.2 Материально-техническое обеспечение

| Наименование программного продукта  | Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное) | Дата выдачи |
|---|---|-------------|
| Zbrush Academic Volume License  | Договор №209/ЕП(У)20-ВБ   | 30.11.2020  |
| Academic VMware Workstation 16 Pro for Linux and Windows, ESD   | Договор №211/ЕП(У)20-ВБ, 25140763                                     | 03.11.2020  |
| Acronis Защита Данных для рабочей станции, Acronis Защита Данных. Расширенная для физического сервера | Договор №210/ЕП (У)20-ВБ, Ах000369127                                 | 03.11.2020  |
| Антиплагиат. Вуз.*  | Договор №3341/12/ЕП(У)21-ВБ   | 29.01.2021  |
| Adobe Acrobat   | свободно распространяемое   | -           |
| Teams   | свободно распространяемое   | -           |
| Skype   | свободно распространяемое   | -           |
| Zoom  | свободно распространяемое   | -           |

Приложение А  
(обязательное)

**Фонд оценочных средств**  
**учебной дисциплины Эвент-менеджмент и сопровождение культурных проектов**

**1 Структура фонда оценочных средств**

Фонд оценочных средств состоит из двух частей:

а) открытая часть - общая информация об оценочных средствах (название оценочных средств, проверяемые компетенции, баллы, количество вариантов заданий, методические рекомендации для применения оценочных средств и пр.), которая представлена в данном документе, а также те вопросы и задания, которые могут быть доступны для обучающегося;

б) закрытая часть - фонд вопросов и заданий, которая не может быть заранее доступна для обучающихся (экзаменационные билеты, вопросы к контрольной работе и пр.) и которая хранится на кафедре.

**2 Перечень оценочных средств текущего контроля и форм промежуточной аттестации**

| №                               | Оценочные средства для текущего контроля              | Разделы (темы) учебной дисциплины  | Баллы                              | Проверяемые компетенции |
|---------------------------------|---|--|------------------------------------|-------------------------|
| 1.                              | Проект. Задание 1                                     | 1. Понятие event. Event-менеджмент как техника профессиональной организации мероприятий. | 12+3 <sup>1</sup> /15 <sup>2</sup> | УК-5<br>ОПК-4           |
| 2.                              | Проект. Задание 2                                     |  | 12+3/15                            |                         |
| 3.                              | Проект. Задание 3                                     | 2. Event-менеджмент как проектная деятельность.  | 12+3/15                            |                         |
| 4.                              | Проект. Задание 4                                     |  | 12+3/15                            |                         |
| 5.                              | Проект. Задание 5                                     | 3. Подготовка мероприятия.   | 13+3/16                            |                         |
| 6.                              | Процессуальное портфолио проекта                      | 4. Реализация мероприятия.   | 10                                 |                         |
| 7.                              | Защита проекта  |  | 20                                 |                         |
| 8.                              | Тест  |  | 4*10                               |                         |
| 9.                              | Лекция (работа с лекционным материалом <sup>3</sup> ) |  | 4*1                                |                         |
| <i>Промежуточная аттестация</i> |   |  |                                    |                         |
|                                 | Экзамен   |  | 50                                 |                         |
|                                 | <b>ИТОГО</b>  |  | <b>200</b>                         |                         |

**3 Рекомендации к использованию оценочных средств**  
**Проект. Задание.**

| Критерии оценки   | Количество вариантов заданий |
|---|------------------------------|
| Проявил самостоятельность и оригинальность при реализации этой части проекта;   | По количеству студентов      |
| Показал отличное знание теоретических основ подготовки мероприятия;   |                              |
| При оформлении результатов выполнения задания применил ссылки на научную и учебную литературу;                                |                              |
| Проявил навыки работы с источниками, учебной и научной литературой по тематике мероприятия; навыки проведения контент-анализа |                              |

<sup>1</sup> При очной форме обучения. Семинарские занятия предполагают активную работу студентов. Поэтому максимально за семинарское занятие студент может получить – баллы за выполнение и представление Задания, которые суммируются с баллами за работу во время занятия (максимально 3 балла).

<sup>2</sup> В ДО курсе возможно получение общей суммы указанных баллов за качественное выполнение в срок Задания.

<sup>3</sup> При очном формате работы оценивается присутствие на лекции и составление конспекта. В ДО курсе оценивается работа студента с лекционным материалом и ответ на вопрос по лекции.

|  |  |
|--|--|
| Показал знание методов обработки и анализа информации;                               |  |
| Проявил самостоятельность при разработке проекта;                                    |  |
| Реализовал все необходимые формальные требования к осуществлению этой части проекта; |  |
| Проявил самостоятельность и оригинальность при представлении задания;                |  |
| Сумел подробно и вдумчиво ответить на все вопросы и рекомендации слушателей          |  |

Разработка и реализация Проекта «Сценарий мероприятия в рамках продвижения культурного проекта» является способом приобретения практических знаний и умений в деле подготовки мероприятия, тем самым оно позволяет применить полученные знания и умения на практике. Проектное задание выполняется в течение всего срока обучения и состоит из 7 отдельных заданий.

*Цель Проекта:* Данное задание ориентировано на выявление знаний и навыков студентов в сфере организации мероприятия, закрепление знаний и умений, полученных студентами во время соответствующих лекционных и практических занятий, развитие творческой активности студентов, а также на создание условий приближенных к реалиям профессиональной деятельности. Сформировать навыки работы со всем необходимым для организации подобной категории мероприятий материалами и проведения необходимых исследований, как-то: исследование целевой аудитории, CustDev, работа с источниками и литературой по тематике мероприятия, проведение контент-анализа.

В ходе подготовки мероприятия студентам предстоит:

- Определить культурный проект, для продвижения которого будет проводится планируемое мероприятие
- Провести исследование целевой аудитории (разработать необходимый материал для проведения исследования: обосновать выбор методики, кратко описать ее, подготовить необходимые материалы)
  - Разработать концепцию мероприятия
  - Подготовить материалы для проведения CustDev
  - Написать сценарий мероприятия

К промежуточной аттестации необходимо предоставить весь пакет документов (письменно представленные результаты выполнения каждого из предложенных заданий) – процессуальное портфолио.

Для этого необходимо выполнить все 5 заданий проекта.

#### **Проект. Задание 1. Разработка культурного проекта.**

Определиться с сущностью культурного проекта, его названием, основной идеей, площадкой, временем проведения, командой проекта, целевой аудиторией. Все основные идеи проекта оформить с помощью презентации, сделанной с помощью программы POWER POINT.

#### **Проект. Задание 2. Целевая аудитория проекта.**

Предполагается проведение исследования целевой аудитории, что предполагает

1. Определить и обосновать выбор методики исследования целевой аудитории,
2. Кратко описать методику проведения исследования целевой аудитории
3. Подготовить все необходимые материалы для проведения исследования

Все материалы должны быть представлены письменно преподавателю.

#### **Проект. Задание 3. Концепция мероприятия.**

Продумать концепцию мероприятия и представить ее письменно преподавателю:

Миссия, цели, задачи, программа, продолжительность, участники.

**Проект. Задание 4. Игровые элементы в структуре мероприятия (по выбранной теме).**

Подготовить материалы для проведения CustDev, то есть

- Составить список вопросов для проведения собеседования
  - Определить основные принципы и формы проведения собеседования
  - Обозначить принципы отбора респондентов и их предполагаемое количество
- Все материалы должны быть представлены преподавателю письменно.

### Проект. Задание 5. Сценарий мероприятия.

Необходимо составить сценарий занятия, обязательно включающий: тему мероприятия, форму проведения, место и время проведения, состав участников (отдельно организаторов – их число и роли в проекте и в мероприятии; отдельно – участников и гостей мероприятия), список персонажей, участвующих в мероприятии, список используемых атрибутов и описание декораций.

#### Процессуальное портфолио

| <i>Критерии оценки</i>   | <i>Количество вариантов заданий</i> |
|--|-------------------------------------|
| Проявил самостоятельность и оригинальность;  | По количеству студентов             |
| Применил ссылки на научную и учебную литературу;   |                                     |
| Сформулировал и обосновал собственную позицию;   |                                     |
| Обобщил информацию организационно-управленческого, культурологического, методического, психолого-педагогического характера;                        |                                     |
| Продемонстрировал умение оперировать знанием об особенностях подготовки и реализации мероприятий;  |                                     |
| Показал знание теоретических основ подготовки и реализации мероприятия;  |                                     |
| Смог, проведя рефлексию уже проделанной работы после предоставления ее на семинарском занятии, исправить неточности и огрехи при создании проекта; |                                     |
| Продемонстрировал навыки работы в event-индустрии;   |                                     |
| Выполнил все необходимые формальные требования к составлению процессуального портфолио   |                                     |

К защите проекта необходимо подготовить процессуальное портфолио, куда войдут результаты всех пяти заданий проекта, каждое из которых может быть доработано студентом за счет исправления тех недочетов, которые были выявлены во время представления задания на практическом занятии, а также с возможным привлечением тех пожеланий, которые были высказаны на практических занятиях при представлении этой части проекта. Процессуальное портфолио обязательно включает следующие элементы:

1. Титульный лист
2. Сценарий мероприятия
3. Проект культурного проекта
4. Результаты исследования целевой аудитории
5. Концепция мероприятия
6. Материалы для проведения CustDev

Все необходимые материалы предоставить в письменном виде (с соблюдением правил оформления документов НовГУ) и где необходимо в форме презентации на проверку преподавателю не позднее, чем за 10 дней до даты проведения экзамена.

Текст должен быть оформлен согласно с требованиями СТО 1.701-2010.

#### Защита проекта

| <i>Критерии оценки</i>   | <i>Количество вариантов заданий</i> |
|--|-------------------------------------|
| Подготовил полное и развернутое представление проекта;                               | По количеству студентов             |
| Активно представлял проект и обосновывал свою позицию;                               |                                     |
| Владеет необходимой терминологией, концепциями и теориями в рамках эвент-менеджмента |                                     |
| Проявил умение обобщать и анализировать информацию культурологического характера;    |                                     |
| Реализовал все необходимые формальные требования к осуществлению проекта;            |                                     |
| Проявил самостоятельность и оригинальность при представлении проекта;                |                                     |
| Сумел подробно и вдумчиво ответить на все вопросы и рекомендации слушателей          |                                     |

К защите проекта необходимо подготовить процессуальное портфолио, где будут отражены результаты выполнения всех пяти заданий проекта. Во время защиты необходимо

кратко представить свой проект и ответить на вопросы по проекту. 15 минут - защита проекта и 10 минут - ответы на вопросы по проекту для каждого студента.

### Тест

| <i>Критерии оценки</i>   | <i>Количество вопросов</i> |
|--|----------------------------|
| Правильность ответа на большее количество вопросов: правильный ответ на один вопрос (некоторые вопросы предполагают множественный выбор или задание на соответствие) | 10 по каждому разделу      |

Тест является оценочным средством итогового контроля и оценки знаний, умений и навыков студентов.

Количество вопросов 10 по каждому разделу, за правильный ответ на один вопрос (множественный выбор, вопрос на соответствие и др.) можно максимально получить 1 балл. Последовательность выборки вопросов случайная.

Все материалы для проведения промежуточного контроля хранятся на кафедре.

### Экзамен

| <i>Критерии оценки</i>  | <i>Количество вариантов заданий</i> | <i>Количество вопросов</i> |
|---|-------------------------------------|----------------------------|
| Количество правильных ответов   | 13                                  | 26                         |
| Использование культурологической терминологии   |                                     |                            |
| Наличие собственной точки зрения  |                                     |                            |
| Демонстрация знания об особенностях управления социально-культурной деятельностью и основах эвент-менеджмента |                                     |                            |

Пример экзаменационного билета:

**Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого**  
**Кафедра философии, культурологии и социологии**  
**Экзаменационный билет № 1**  
**Учебная дисциплина «Эвент-менеджмент и сопровождение культурных проектов»**  
**Для направления подготовки 42.03.02 Журналистика**  
**По направленности (профилю) Продюсирование в медиа**

1. Научные основы социально-культурной деятельности.
2. Место event в современной культуре: мероприятие как элемент событийного туризма, обучающего маркетинга, мероприятие как инструмент воздействия на сотрудника, мероприятие как бренд.

Принято на заседании кафедры «24» 03 2022 г. Протокол № 8

Заведующий кафедрой ФКС



С.А.Маленко

Все материалы для проведения промежуточного контроля хранятся на кафедре.

Приложение Б  
(обязательное)

Карта учебно-методического обеспечения  
Учебной дисциплины Эвент-менеджмент и сопровождение культурных проектов

## 1. Основная литература\*

| Библиографическое описание издания<br>(автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)   | Кол. экз. в<br>библ. НовГУ | Наличие в<br>ЭБС  |
|--|----------------------------|---|
| Печатные источники   |                            |   |
| Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для студентов вузов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Академия, 2005. - 234,[1]с.  | 3                          |   |
| Колтынюк Б.А. Инвестиционное проектирование объектов социально-культурной сферы : учебник. - СПб. : Издательство Михайлова В. А., 2000. - 430,[1]с.  | 1                          |   |
| Саак А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов. - СПб. : Питер, 2008. - 512с.   | 2                          |   |
| Гущина И. А. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие для вузов / И. А. Гущина, Н. А. Зайцева. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2010. - 239, [1] с.   | 2                          |   |
| Исаева И. Ю. Досуговая педагогика : учеб. пособие для вузов / И. Ю. Исаева ; Рос. акад. образования, Моск. психолого-соц. ин-т. - М. : Флинта : Московский психолого-социальный ин-т, 2010. - 193, [3] с.  | 2                          |   |
| Экономика и управление на предприятии социально-культурной сферы: Введение в специальность : учеб. пособие для вузов / отв. ред. Е. Я. Морозова. - СПб. : Издательство СПбГУП, 2004. - 117 с.  | 1                          |   |
| Сборник бизнес-планов с рекомендациями и комментариями : учеб.-метод. пособие / Под ред.:В.М.Попова,С.И.Ляпунова. - 7-е изд., стер. - М. : Кнорус, 2008. - 335,[1]с  | 4                          |   |
| Творогова Н. Д. Психология управления. Практикум : учеб. пособие для вузов / Н. Д. Творогова. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2008. - 488, [1] с.   | 17                         |   |
| Романцов А. Н. Event-маркетинг: Сущность и особенности организации : практ. пособие / А. Н. Романцов. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2010. - 114, [2] с.   | 1                          |   |
| Электронные ресурсы  |                            |   |
| Коленько С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства. – Текст : электронный : учебник и практикум. – Москва : Юрайт, 2020. – 370 с. – URL: <a href="https://urait.ru/viewer/menedzhment-v-sfere-kulturny-i-iskusstva-450584#page/1">https://urait.ru/viewer/menedzhment-v-sfere-kulturny-i-iskusstva-450584#page/1</a>   |                            | <a href="https://urait.ru/viewer/menedzhment-v-sfere-kulturny-i-iskusstva-450584#page/1">https://urait.ru/viewer/menedzhment-v-sfere-kulturny-i-iskusstva-450584#page/1</a>   |
| Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – Текст : электронный : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Юрайт, 2020. – 205 с. – URL: <a href="https://urait.ru/book/menedzhment-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-452688">https://urait.ru/book/menedzhment-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-452688</a> |                            | <a href="https://urait.ru/book/menedzhment-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-452688">https://urait.ru/book/menedzhment-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-452688</a> |
| Баканов, Е. А. Управление услугами сферы культуры. – Текст : электронный : учебное пособие для вузов / Е. А. Баканов, А. С. Тельманова, Н. М. Трусова. — 2-е изд. – Москва : Юрайт, 2021 ; Кемерово : КемГИК. – 202 с.— URL: <a href="https://urait.ru/bcode/477591">https://urait.ru/bcode/477591</a>   |                            | <a href="https://urait.ru/bcode/477591">https://urait.ru/bcode/477591</a>   |

|  |  |   |
|--|--|---|
| Организация, экономика и управление туризма. – Текст : электронный : метод. указания к изучению курса / сост. А. А. Степанова ; НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2014. – 60 с. – URL: <a href="https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-1740">https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-1740</a>   |  | <a href="https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-1740">https://novsu.bibliotech.ru/Reader/BookPreview/-1740</a> |
| Андрущенко, Е. Ю. Менеджмент в сфере академической музыкальной культуры и современные event-технологии : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Андрущенко. — 6-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. — 84 с. — ISBN 978-5-8114-8592-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/177809">https://e.lanbook.com/book/177809</a> |  | ЭБС «Лань»  |

## 2. Дополнительная литература

| Библиографическое описание издания<br>(автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)  | Кол. экз. в<br>библ. НовГУ | Наличие в<br>ЭБС |
|---|----------------------------|------------------|
| Печатные источники  |                            |                  |
| Кэтмелл Эд. Креативная компания. Как управлять командой творческих людей = Creativity, Inc. Overcoming the Unseen Forces That Stand in the Way of True Inspiration : пер. с англ. / Эд Кэтмелл при участии Эми Уоллес ; Сбербанк. - М. : Альпина Паблишер, 2015. - 340, [3] с.  | 1                          |                  |
| Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: Российский и зарубежный опыт / С.-Петерб.ун-т истории и искусств. - СПб. : Алетейя, 2006. - 185,[1]с.  | 1                          |                  |
| Большаков А. С. Экспресс-курс по созданию и организации деятельности фирмы. - СПб. : Питер, 2000. - 487с.   | 3                          |                  |
| Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России. - СПб. : Питер, 2002. – 348 с.  | 2                          |                  |
| Электронные ресурсы   |                            |                  |
| Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/496285">https://urait.ru/bcode/496285</a>   |                            | ЭБС «Юрайт»      |
| Вайндорф-Сысоева, М. Е. Организация летнего отдыха детей и подростков : учебное пособие для вузов / М. Е. Вайндорф-Сысоева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 166 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06307-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/491004">https://urait.ru/bcode/491004</a>  |                            | ЭБС «Юрайт»      |
| Бурмистрова, Е. В. Методика организации досуговых мероприятий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Бурмистрова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 150 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06645-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/493833">https://urait.ru/bcode/493833</a>  |                            | ЭБС «Юрайт»      |
| Бочарова, Н. И. Методика организации досуговых мероприятий. Организация досуга детей в семье : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. И. Бочарова, О. Г. Тихонова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05479-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/493307">https://urait.ru/bcode/493307</a>  |                            | ЭБС «Юрайт»      |
| Куприянов, Б. В. Методика организации досуговых мероприятий. Ролевая игра : практическое пособие для среднего профессионального образования / Б. В. Куприянов, О. В. Миновская, Л. С. Ручко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07178-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/491402">https://urait.ru/bcode/491402</a> |                            | ЭБС «Юрайт»      |

|   |  |             |
|---|--|-------------|
| Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/491577">https://urait.ru/bcode/491577</a> |  | ЭБС «Юрайт» |
| Событийное волонтерство : учебник для вузов / М. А. Мазниченко [и др.] ; под общей редакцией М. А. Мазниченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14091-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/496868">https://urait.ru/bcode/496868</a>  |  | ЭБС «Юрайт» |

### 3. Информационные источники

| Наименование ресурса  | Договор  | Срок договора                    |
|---|--|----------------------------------|
| Профессиональные базы данных  |  |                                  |
| База данных электронной библиотечной системы вуза «Электронный читальный зал-БиблиоТех» <a href="https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/">https://www.novsu.ru/dept/1114/bibliotech/</a> | Договор № БТ-46/11 от 17.12.2014   | бессрочный                       |
| Электронный каталог научной библиотеки <a href="http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/">http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/</a>  | База собственной генерации   | бессрочный                       |
| База данных «Аналитика» (картотека статей) <a href="http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/">http://mars.novsu.ac.ru/MarcWeb/</a>  | База собственной генерации   | бессрочный                       |
| ЭБС «ЛАНЬ»<br>«Журналистика и медиа-бизнес - Издательство Аспект Пресс»<br><a href="https://e.lanbook.com/books/27836">https://e.lanbook.com/books/27836</a>                                | Договор № 57/ЕП(У)21 с ООО «ЭБС ЛАНЬ» от 17 декабря 2021г.   | с 01.01.2022 г. по 31.12.2022 г. |
| ЭБС «ЛАНЬ»<br><a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>   | Договор № СЭБ НВ-283 с ООО «ЭБС ЛАНЬ» от 09 ноября 2020г.  | с 09.11.2020 г. по 31.12.2023 г. |
| База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» <a href="https://www.biblio-online.ru">https://www.biblio-online.ru</a>  | Договор № 56/ЕП(У)21 от 17.12.2021г. с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»                              | с 01.01.2022 по 31.12.2022г.     |
| «Национальная электронная библиотека»<br><a href="https://rusneb.ru/">https://rusneb.ru/</a>  | Договор №101/НЭБ/2338П от 14.03.2022 с ФБГУ «Российская Государственная библиотека», срок действия 5 лет | с 14.03.2022г. по 13.03.2027г.   |
| Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина<br><a href="https://www.prlib.ru/">https://www.prlib.ru/</a>   | в открытом доступе   | -                                |
| База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>  | в открытом доступе   | -                                |



2022/2023

Действительно для  
учебного года  
Зав. кафедрой ФКС

С.А. Маленко

