

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

 В.Н.Шимов

“ 3 ” 2015 г.

Регистрационный № УД 1429-15 /баз.

## **МЕНЕДЖМЕНТ СОБЫТИЙНОСТИ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для магистрантов по специальности 1-26 81 05 «Маркетинг»

## **СОСТАВИТЕЛЬ:**

*Могиленских Н.П.*, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент.

## **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Пинчук О.В.*, заведующий кафедрой иностранных языков № 2 учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат филологических наук, доцент;

*Новик Н.А.*, заведующий кафедрой профессионально-ориентированной английской речи учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент.

## **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 16 декабря 2014 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № от 2015 г.)

Ответственный за редакцию: Могиленских Н.П.

Ответственный за выпуск: Могиленских Н.П.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Основой менеджмента событийности является мероприятие в различных сферах человеческой деятельности. Мероприятие – это то, что отличается от обычной жизни (Роберт Ф.Джани). Таким образом, мероприятие – это то, что происходит вокруг нас (театр, кино, фестиваль, пром. акции, деловые мероприятия – конференции, встречи, переговоры, а также организация игр, шоу и т.д.). Менеджмент событийности относится к продажам этих мероприятий; для компаний-участников – продажам при помощи организуемых мероприятий. В современной бизнес среде менеджер событийности приобретает особый статус и повсеместно востребован на рынке труда.

**Цель дисциплины** – развитие системного подхода к организации мероприятий в различных сферах человеческой деятельности: спортивной, культурной, массовой, деловой, благотворительной; формирование умения принимать управленческие решения на базе методологии менеджмента событийности.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- развить навыки анализа в терминах менеджмента событийности;
- сформировать систему знаний, которая позволит анализировать условия проведения мероприятия с целью разработки оптимального использования доступных ресурсов;
- выработать умение творчески применять теоретические знания в процессе работы над проведением мероприятия.

### **В результате изучения дисциплины студент должен**

#### **знать:**

- обязанности менеджера событийности,
- типовые «базовые» методологии менеджмента событийности при организации и проведении мероприятий,
- базовые законы организации и проведения мероприятий.

#### **уметь:**

- классифицировать мероприятия в зависимости от сферы воплощения мероприятия и определять подходящий подход для их эффективной реализации;
- отбирать мероприятия для портфеля проектов компании в зависимости от сферы их воплощения;
- определять этапы организации мероприятия и уметь выстраивать последовательность их выполнения.

#### **иметь навыки:**

- документирования целей организуемого мероприятия, планирования работ, которые необходимо выполнить для проведения мероприятия;
- определения потребности в исполнителях, выполнения назначений поэтапных исполнителей, оптимизации загрузки трудовых ресурсов в ходе работы над мероприятием;

- разработки и оптимизации расписания и бюджета организации и воплощения мероприятия, отслеживания и контроля сроков готовности и стоимости проведения мероприятия;
- управления ходом запланированных работ, координации работ членов команды и внешних исполнителей;
- выполнения анализа и документирования опыта накопленного в процессе организации и проведения мероприятия.

В числе эффективных педагогических **методик и технологий** преподавания дисциплины, способствующих вовлечению слушателей в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения разнообразных практических задач в рамках дисциплины, следует выделить:

- технологию «кейс-обучения»,
- коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, «мозговой штурм», учебные дебаты и другие активные формы и методы).

Изучение дисциплины «Менеджмент событийности» будет содействовать формированию следующих **академических компетенций**:

- владеть базовыми знаниями и применять их в конкретных ситуациях менеджмента событийности;
- уметь работать самостоятельно;
- быть способным выдвигать новые идеи;
- владеть междисциплинарным подходом при решении проблем, возникающих в контексте менеджмента событийности.

Изучение дисциплины «Менеджмент событийности» будет содействовать формированию следующих **социально-личностных компетенций**:

- обладать качествами гражданственности;
- быть способным к социальному взаимодействию;
- обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- понимать и воспринимать критические замечания и соответствующим образом корректировать свою позицию в случае их обоснованности;
- ясно формулировать собственную позицию, находить и четко обосновывать аргументы в ее защиту.

Изучение дисциплины «Менеджмент событийности» будет содействовать формированию следующих **профессиональных компетенций**:

- пользоваться глобальными информационными ресурсами;
- владеть современными средствами телекоммуникаций;

– разрабатывать рабочие планы и программы организации и проведения мероприятия, готовить задания для групп и отдельных исполнителей;

– разрабатывать стратегии поведения при воплощении мероприятий в различных сферах;

- составлять промежуточную и итоговую документацию.

Всего часов по дисциплине – 66, из них всего часов аудиторных – 16, в том числе лекции — 6 часов, семинарские занятия – 10 часов. Рекомендуемая форма контроля – зачет.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

	Объем часов	В том числе	
		лекции	Семинарские занятия
Тема 1. Сущность менеджмента событийности. Мероприятие и этапы его проведения.	3	1	2
Тема 2. Виды аудиторий и мероприятий. Последовательность этапов разработки мероприятия.	3	1	2
Тема 3. Мероприятие как маркетинговый инструмент. Координация и логистика мероприятия.	4	2	2
Тема 4. Стратегии подготовки мероприятий.	3	1	2
Тема 5. Определение эффективности проведенного мероприятия.	3	1	2
<b>Всего:</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### Тема 1. Сущность менеджмента событийности. Мероприятие и этапы его проведения.

Определение понятия менеджмент событийности. Концепция и базовые понятия менеджмента событийности. Определение понятия мероприятие. Классификация мероприятий. День проведения мероприятия – действия до начала мероприятия, в ходе мероприятия, в заключительной части мероприятия, после мероприятия – фактор рабочего «похмелья».

### Тема 2. Виды аудиторий и мероприятий. Последовательность этапов разработки мероприятия.

Выбор концепции мероприятия. Определение аудитории (первичная, вторичная аудитории). Выбор лиц готовящегося мероприятия. Определение темы и идеи, сюжета мероприятия. Основные сюжеты для проведения тематических корпоративных праздников. Основные аспекты создания атмосферы. Учет ожиданий аудитории. Способы формирования впечатлений от мероприятий. Учет спроса на мероприятие.

### **Тема 3. Мероприятие как маркетинговый инструмент.**

#### **Координация и логистика мероприятия.**

Рекламные идеи, PR. Идеи для размещения логотипа вашей компании, слогана мероприятия и пр. Мероприятия в мероприятиях. Правила пяти чувств (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус). Планируемое время. Работа с прессой. Необходимые качества организатора мероприятия: особый фокус – «паранойя». Компьютерные риски проведения мероприятия. Ошибки мероприятия. Запас прочности мероприятия. Этика. Риски, связанные с подрядчиками. Работа модератора. Работа координатора.

#### **Тема 4. Стратегии подготовки мероприятий.**

Распределение времени на реализацию мероприятия: рациональное распределение времени/нерациональное распределение, времени/крайне нерациональное распределение времени. Создание «путевого листа» мероприятия. Формулирование целей и задач мероприятия для его участников. Создание концепции мероприятия. Время и темп исполнения. Правила составления плана мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ (распределение работ по проектам, распределение работ по функциям). Дизайн мероприятия как маркетинговая цель.

#### **Тема 5. Определение эффективности проведенного мероприятия.**

Факторы определения эффективности проведенного мероприятия: эффективность рекламных каналов, удовлетворенность участников, финансовые показатели, фактор неопределенности и сложности прогнозов. Определение эффективности обмена информацией.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная:

1. *P.Lewis, James. Fundamentals of Project Management/James P.Lewis, - AMACOM, American Management Association, 2007.*
2. *Verzuh, Eric. The Portable MBA in Project Management/Eric Verzuh, - Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2003.*
3. *Ter-Gabrielyan, Gevorg. 10 Minute Guide to Project Management/Gevorg Ter-Gabrielyan, -AMACOM Books, ISBN 0-473-10445-8, 2005.*
4. *Kerzner, Harold. Strategic Planning for Project Management Using a Project Management Maturity Model/Harold Kerzner, - Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New York, 2007.*
5. *C.Tomsett, Michael. Little Black Book of Project Management/Michael C.Tomsett, - AMACOM Books, ISBN: 0814477321, 2000.*

#### Дополнительная:

6. *Архангельский, Г.А. Тайм-драйв: как успевать жить и работать/Г.А.Архангельский. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2005.*
7. *Гроув, Э. Выживают только параноики. Как использовать кризисные периоды, с которыми сталкивается любая компания/Э.Гроув. – М.: Альпина-Паблишер. 2003.*
8. *Коллинз, Дж. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет/Дж.Коллинз. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.*
9. *Скотт, Марк К. Фирма профессиональных услуг. Руководство для менеджера по максимизации прибыли и стоимости : пер. с англ./Марк К.Скотт. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004.*
10. *Шумович, А. Великолепные мероприятия. Технологии и практика event-management./А.Шумович. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2008.*