

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Финансовый университет)

Краснодарский филиал Финуниверситета

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского филиала
Финуниверситета, к.э.н.

 Э.В. Соболев

« 31 » августа 2021 г.



Мазунина М.В.

СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»
очно-заочная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Краснодарского филиала Финуниверситета
(протокол № 42 от 31.08.2021)*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и маркетинг»
(протокол № 7 от 26.08.2021)*

Краснодар 2021

УДК 336.6
ББК 65.26
М 12

Рецензенты: кандидат исторических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Грибок Н.Н.

Мазунина М.В.

Событийный менеджмент в туризме. Программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства». – Краснодар: Краснодарский филиал Финуниверситета, кафедра «Менеджмент и маркетинг», 2021. – 40 с.

Дисциплина «Событийный менеджмент в туризме» является дисциплиной модуля профиля части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1. Дисциплины (модули) образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма», очно-заочная форма обучения.

Рабочая программа дисциплины содержит перечень результатов освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ОП, объем дисциплины в зачетных и академических часах, содержание дисциплины и форм текущего контроля успеваемости, перечень учебно-методического обеспечения, основной и дополнительной учебной литературы, программного обеспечения и информационных справочных систем, фонд оценочных средств, методические указания, описание материально-технической базы.

Учебное издание

Мазунина Мария Владимировна

Рабочая программа дисциплины

Формат 60×90/16. Гарнитура TimesNewRoman

Усл. п.л. 3,03 Изд. № _____ от _____. Тираж 100 экз.
Заказ № _____

Отпечатано в Краснодарском филиале Финуниверситета

©Мазунина М.В. 2021

© Краснодарский филиал Финуниверситета, 2021

Содержание

1	Наименование дисциплины.....	4
2	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
3	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
4	Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	6
5	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	7
5.1	Содержание дисциплины.....	7
5.2	Учебно-тематический план.....	10
5.3	Содержание семинаров, практических занятий.....	11
6	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	14
6.1	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	14
6.2	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.....	17
7	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	20
8	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	27
9	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	30
10	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	31
11	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	38
11.1	Комплект лицензионного программного обеспечения.....	38
11.2	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	38
11.3	Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.....	38
12	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	40

1 Наименование дисциплины

Дисциплина Б1.В.02.10 «Событийный менеджмент в туризме»

2 Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина Б1.В.02.10 «Событийный менеджмент в туризме» обеспечивает формирования следующих компетенций направления 38.03.02 «Менеджмент»:

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Событийный менеджмент в туризме» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКП-2	Способность планировать, разрабатывать и реализовывать программы и проекты по продвижению туристского продукта, организовывать работу со средствами массовой информации, владеть технологиями нерекламных методов продвижения туристского продукта	1. Применяет знание технологий продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.	- <i>знать</i> современные технологии и программные продукты, используемые для реализации проектов в индустрии туризма - <i>уметь</i> предлагать использование наиболее релевантных технологий разработки туристских и гостиничных продуктов
		2. Обосновывает выбор рекламных и нерекламных методов при продвижении туристского продукта.	- <i>знать</i> методы разработки управленческих решений при реализации направления ведения бизнеса - <i>уметь</i> проводить оптимизацию способов ведения бизнеса в регулируемой правовой среде ; определять направления развития бизнеса исходя из имеющихся ресурсов

3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.02.10 «Событийный менеджмент в туризме» является дисциплиной модуля профиля части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1. Дисциплины (модули) образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма», очно-заочная форма обучения.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Бизнес-планирование в туризме», «Управление маркетинговой деятельностью в туристической отрасли», «Управление персоналом в туризме и гостиничном бизнесе».

Дисциплина является предшествующей для «Управление инновационными и предпринимательскими проектами», «Управление проектами государственно-частного партнерства в туризме», «Логистика», ознакомительной практики.

Знания и навыки, полученные в процессе изучения дисциплины «Событийный менеджмент в туризме» будут использованы студентами при выпускной квалификационной (бакалаврской) работы, в процессе решения круга задач профессиональной деятельности в дальнейшем.

Таблица 2 – Междисциплинарные связи тем дисциплины с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами направления 38.03.02 «Менеджмент»

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Номера разделов (тем) данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин						
		1	2	3	4	5	6	7
1.	Управление инновационными и предпринимательскими проектами	*			*	*	*	
2.	Управление проектами государственно-частного партнерства в туризме		*			*		*
3.	Логистика			*		*	*	*

4 Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства», по очно-заочной (7 семестр) формы обучения общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зач. ед., 252 часа (таблица 3).

Таблица 3 – Трудоемкость дисциплины «Событийный менеджмент в туризме»

Вид учебной работы	всего (в з.е и часах)	Сем 7
Общая трудоемкость дисциплины	252/7	252
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	28	28
<i>Лекции</i>	12	12
<i>Практические и семинарские занятия, т.ч.</i>	16	16
<i>занятия в интерактивных формах</i>	14	14
<i>Самостоятельная работа</i>	224	224
<i>В семестре</i>	188	188
<i>В сессию</i>	36	36
Вид текущего контроля	курсовая работа.	курсовая работа.
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Базовые понятия и стратегические основы событийного менеджмента

Основы событийного менеджмента. Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия. Понятия «специальное событие», «event-менеджмент», «event», «событийный менеджмент». Объект и предмет дисциплины. Признаки специального события. «Естественные» и «Искусственные» события. Исключительность события. Классификация мероприятий и специальных событий. Роль стратегии в событийном менеджменте. Цели и задачи мероприятия. Стратегия. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда.

Тема 2. Подготовка, планирование мероприятия

Подготовка мероприятия: этап исследования в событийном менеджменте. Первичные и вторичные исследования. Опросы. Параметр времени в опросах. Маркетинговые исследования. Использование результатов анализа. Составление плана. Работа с персоналом. Дизайн места проведения мероприятия. Дизайн сервиса. Гастрономический дизайн. Музыка. Свет. Планирование мероприятия: спонсирование мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ. Работа с подрядчиками. Бронирование зала. Заполняемость и способы рассадки. Определение идеи, сюжета мероприятия. Программа по проведению мероприятия. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия. Планирование времени и его распределение. Расписание. Тематический и сценарный план.

Тема 3. Управление мероприятием

Управление мероприятием. Организационный аспект. Типовая структура оперативного штаба управления. Работа с подрядчиками. Работа с персоналом агентства. Виды распределения работ (по проектам, по функциям). Временный персонал. Новостной менеджмент как часть процесса управления событием. Определение новости. Типы, критерии и структура новости. Структура новости. Этапы новостного менеджмента. Фрейминг. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий.

Тема 4. Кейтеринг, логистика и правовые аспекты

Логистика. Кейтеринг. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия. Оценка и план логистики. Этика и правовые аспекты организации мероприятия. Страхование и юридические вопросы. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии событий (НАОМ, АЕО, АФО, NOEA). Информационный менеджмент мероприятия. Современные информационные технологии в событийном менеджменте (профессиональные интернет-каталоги, сервисы тайм-трекинга, групповой работы, управления электронной почтой, проведения вебинаров и видеоконференций, Интернет-трансляции, QR-коды, рассылки приглашений и продажи билетов, продвижения онлайн события, создания мультимедийных презентаций, онлайн-планировщики, мобильные приложения (Eventum), event-виджеты к блогам).

Тема 5. Техническое обеспечение мероприятия и приглашение артистов

Техническое обеспечение мероприятия. Свет и звук. Проекционная техника, аудио и видеосъемка. Неэлектрические устройства. Как работать с техническими подрядчиками. Приглашение артистов и VIP-гостей, обеспе-

чение безопасности. Правила составления шоу программы. Как работать с VIP гостем. Букинговые и концертные агентства. Райдеры и гонорары артистов. Обеспечение безопасности. Четыре скорости удачного мероприятия (А. Шумович, А. Берлов): интрига, «включение», эмоции, коммуникация.

Тема 6. Финансовое управление мероприятием и будущее событийного менеджмента

Финансовое управление мероприятием. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты). Техника безопасности. Охрана. Элементы и категории контроля. Тренды в событийном менеджменте. Социальные тренды и влияние на событие. Признание событийного менеджмента как профессии. Рост «событийной» отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента. Адаптация событийным менеджментом опыта менеджмента окружающей среды. Увеличение вовлеченности государства в практику организации событий. Сценарий, оформление пространства, подарки. Зоны пространства мероприятия, шестиступенчатая структура мероприятия, подарки на мероприятии, VIP-подарки. Материальные и нематериальные подарки.

Тема 7. Оценка мероприятия и риски в событийном менеджменте

Оценка влиятельности события. Анализ результатов события. Типы исследований по результатам проведения события. Оценка символического влияния события (Graham Berridge). Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события). Составление отчета о проведенном мероприятии. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия. Зарубежные методики оценки эффективности

мероприятий. Риски в событийном менеджменте. Основные риски и ошибки мероприятий. Финансовые риски и способы их нейтрализации. Запас прочности мероприятия. Риски, связанные с персоналом и партнерами.

5.2 Учебно-тематический план

Темы дисциплины и виды занятий для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Распределение бюджета времени при изучении дисциплины «Событийный менеджмент в туризме» для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профили «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства» (в часах) (очно-заочная форма обучения)

№ п/ п	Наименование темы (раз- дела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Все- го	Аудиторная работа				Самос- стоя- тель- ная работа	
			Об- щая	Лекции	Прак- тич. исем. занятия	Заня- тия в инте- рактив		
1	Базовые понятия и страте- гические основы событий- ного менеджмента.	36	4	2	2	2	32	опрос
2	Подготовка, планирование мероприятия	36	4	2	2	2	32	тестиро- вание
3	Управление мероприятием	36	4	2	2	2	32	опрос
4	Кейтеринг, логистика и правовые аспекты	36	4	2	2	2	32	тестиро- вание
5	Техническое обеспечение мероприятия и пригла- шение артистов	36	4	2	2	2	32	опрос
6	Финансовое управление мероприятием и будущее событийного менеджмента	36	4	1	3	3	32	тестиро- вание
7	Оценка мероприятия и риски в событийном ме- неджменте.	36	4	1	3	3	32	опрос
	Итого	252	28	12	16	16	224	экзамен

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Цель практических занятий по дисциплине «Событийный менеджмент в туризме» –закрепление теоретических знаний, освоение методов антикризисного управления, формирование навыков проведения расчетов, контроль выполнения заданий для самостоятельной работы. Занятия проводятся в активной и интерактивной формах с привлечением всех студентов к обсуждаемым вопросам, выбору оптимальных способов решения практических задач, что способствует профессиональному развитию личности будущего бакалавра. Содержание практических занятий представлено в таблице 5.

Таблица 5 – Содержание семинаров, практических занятий по дисциплине «Событийный менеджмент в туризме» для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Базовые понятия и стратегические основы событийного менеджмента.	Основы событийного менеджмента. Роль стратегии в событийном менеджменте. Цели и задачи мероприятия. Стратегия. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда. Рекомендуемые источники: раздел 8 (6,13,15,18), раздел 9 (1–10).	Устный опрос. (30% занятия проводится в интерактивной форме)
Тема 2. Подготовка, планирование мероприятия	Подготовка мероприятия. Первичные и вторичные исследования. Планирование мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ. Работа с подрядчиками. Бронирование зала. Заполняемость и способы рассадки. Определение идеи, сюжета мероприятия. Программа по проведению мероприятия. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия. Планирование времени и его распределение. Расписание. Тематический и сценарный план. Рекомендуемые источники: раздел 8 (2,4,5,6,7,9,10,13,17), раздел 9 (1–10).	Устный опрос. (20% занятия проводится в интерактивной форме) Дискуссия по актуальным вопросам темы

Тема 3. Управление мероприятием	<p>Управление мероприятием. Организационный аспект. Типовая структура оперативного штаба управления. Работа с подрядчиками. Работа с персоналом агентства. Этапы новостного менеджмента. Фрейминг. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 (15,18), раздел 9 (1–10).</p>	<p>Решение ситуационных задач . (20% занятия проводится в интерактивной форме) Обсуждение актуальных проблем</p>
Тема 4. Кейтеринг, логистика и правовые аспекты	<p>Логистика. Кейтеринг. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия. Оценка и план логистики. Информационный менеджмент мероприятия. Современные информационные технологии в событийном менеджменте (профессиональные интернет- каталоги, сервисы тайм- трекинга, групповой работы, управления электронной почтой, проведения вебинаров и видеоконференций, Интернет-трансляции, QR- коды, рассылки приглашений и продажи билетов, продвижения онлайн события, создания мультимедийных презентаций, онлайн-планировщики, мобильные приложения (Eventum), event-виджеты к блогам).и мероприятия.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 (9,12,13,17), раздел 9 (1–10).</p>	<p>Устный опрос Дискуссия по актуальным вопросам темы (20% занятия проводится в интерактивной форме)</p>
Тема 5. Техническое обеспечение мероприятия и приглашение артистов	<p>Техническое обеспечение мероприятия. Свет и звук. Проекционная техника, аудио и видеосъемка. Неэлектрические устройства. Как работать с техническими подрядчиками.</p> <p>Правила составления шоу программы. Как работать с VIP гостем. Букинговые и концертные агентства. Райдеры и гонорары артистов.</p> <p>Обеспечение безопасности.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 (6,9, 13, 18), раздел 9 (1–10).</p>	<p>Разработка и решение кейсов (20% занятия проводится в интерактивной форме)</p>
Тема 6. Финансовое управление мероприятием и будущее событийного менеджмента	<p>Финансовое управление мероприятием. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства.</p> <p>Расходы и доходы. Пути снижения расходов. Тренды в событийном менеджменте. Социальные тренды и влияние на событие. Сценарий, оформление пространства, подарки. Зоны пространства мероприятия, шестиступенчатая структура мероприятия, подарки на мероприятии, VIP-подарки. Материальные и нематериальные подарки.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 (2,7,16), раздел 9 (1–10).</p>	<p>Разработка и решение кейсов. Дискуссия по актуальным вопросам темы. Решение тестовых заданий. (30% занятия проводится в интерактивной форме)</p>

Тема 7. Оценка мероприятия и риски в событийном менеджменте.	<p>Оценка влиятельности события. Анализ результатов события. Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события). Составление отчета о проведенном мероприятии. Риски в событийном менеджменте. Основные риски и ошибки мероприятий.</p> <p>Рекомендуемые источники: раздел 8 (2,5,14,16), раздел 9 (1–10).</p>	Разработка и решение кейсов (20% занятия проводится в интерактивной форме)
--	--	--

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Событийный менеджмент в туризме» — закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, глубоко изучить, используя рекомендованную литературу, а также лекции по курсу, основные теоретические аспекты дисциплины, связанные с методами ценообразования.

Самостоятельная работа студента в процессе изучения дисциплины включает:

- освоение рекомендованной преподавателем по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;
- изучение корпоративных образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач;
- самостоятельный поиск информации в Интернете;
- выполнение контрольной работы;
- консультации по наиболее сложным вопросам;
- участие в работе ежегодных студенческих научных конференциях;
- подготовку к зачету.

На самостоятельную работу студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства», отводится 224 часа (очно-заочная форма), (таблица 6).

Таблица 7 – Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися дисциплины «Событийный менеджмент в туризме »направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Базовые понятия и стратегические основы событийного менеджмента.	1. Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия. «Естественные» и «Искусственные» события. Исключительность события.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка докладов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии по актуальным вопросам
Тема 2. Подготовка, планирование мероприятия	2. Дизайн места проведения мероприятия. Дизайн сервиса. Гастрономический дизайн. Музыка. Свет. Виды распределения работ (по проектам, по функциям). Временный персонал.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка докладов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии по актуальным вопросам
Тема 3. Управление мероприятием	3. Новостной менеджмент как часть процесса управления событием. Типы, критерии и структура новости.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу

		по темам лекции; - подготовка докладов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии по актуальным вопросам
Тема 4. Кейтеринг, логистика и правовые аспекты	4. Этика и правовые аспекты организации события. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии событий (НАОМ, АЕО, АФО, NOEA).	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции; - подготовка докладов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии по актуальным вопросам
Тема 5. Техническое обеспечение мероприятия и приглашение артистов	5. Приглашение артистов и VIP- гостей, обеспечение безопасности. Четыре скорости удачного мероприятия (А. Шумович, А. Берлов): интрига, «включение», эмоции, коммуникация.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к опросу по темам лекции.
Тема 6. Финансовое управление мероприятием и будущее событийного менеджмента	6. Признание событийного менеджмента как профессии. Событийный франчайзинг. Адаптация событийным менеджментом опыта менеджмента окружающей среды. Увеличение вовлеченности государства в практику организации событий.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательными ресурсами Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса

Тема 7. Оценка мероприятия и риски в событийном менеджменте.	7. Типы исследований по результатам проведения события. Оценка символического влияния события (Graham Berridge). Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия. Зарубежные методики оценки эффективности мероприятий.	работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательными ресурсами Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса
--	---	---

6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- 1) обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий тем по определенным проблемам развития организации;
- 2) решение задач, тестов, разбор деловых ситуаций, сюжетов и кейс – стадии и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные организационные решения;
- 3) выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;
- 4) участи в дискуссии по проблемным темам дисциплины;
- 5) обсуждение законодательных, правовых и нормативных актов.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

Перечень контрольных вопросов по дисциплине

1. Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия.
2. «Естественные» и «Искусственные» события.
3. Исключительность события.
4. Дизайн места проведения мероприятия. Дизайн сервиса. Гастрономический дизайн. Музыка. Свет.
5. Виды распределения работ (по проектам, по функциям).
6. Временный персонал.
7. Новостной менеджмент как часть процесса управления событием.
8. Типы, критерии и структура новости.
9. Этика и правовые аспекты организации события.
10. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии событий (НАОМ, АЕО, АФО, NOEA).
11. Приглашение артистов и VIP-гостей, обеспечение безопасности.
12. Четыре скорости удачного мероприятия (А. Шумович, А. Берлов): интрига, «включение», эмоции, коммуникация.
13. Признание событийного менеджмента как профессии.
14. Событийный франчайзинг.
15. Адаптация событийным менеджментом опыта менеджмента окружающей среды.
16. Увеличение вовлеченности государства в практику организации событий.
17. Типы исследований по результатам проведения события.
18. Оценка символического влияния события (Graham Berridge).
19. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия.
20. Зарубежные методики оценки эффективности мероприятий.
21. Интеграция различных видов маркетинговых коммуникаций.
22. Виды и формы событий. Критерии классификации событий.
23. Краткая история российского event-бизнеса.

24. Виды event-компаний.

25. Нестандартный объект в привычном пространстве. Прямая ассоциация. Выделение аспекта повседневности. Объединение культурных практик. Событийный потенциал бренда.

26. Отличия спонсорства, благотворительности, меценатства.

27. Спонсорство как инструмент бизнеса.

28. Повышение эффективности спонсорства.

29. Повышение узнаваемости – статистика.

30. Паблисити – количество и качество.

31. Эмоциональная реакция участников – анализ отзывов, наблюдения в течение события.

32. Обучение, командообразование – навыки и знания, новые ролевые позиции.

33. Индустрия деловых встреч (meetings).

34. Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).

О подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском (практическом) занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре. Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий. Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

Промежуточный контроль по учебной дисциплине «Событийный менеджмент в туризме» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства» проводится в форме экзамена в устной или письменной форме в виде ответов на вопросы.

Критерии балльно-рейтинговой оценки текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры «Менеджмент и маркетинг».

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений содержатся в разделе 2 рабочей программы «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Сущность event- мероприятия, его характеристики.
2. Сферы планирования мероприятий – служебная, общественная, частная.
3. Этапы планирования event- мероприятия
4. Области использования event- менеджмента
5. Понятие «event- менеджмент» (ЕМ), его основное содержание.
6. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.
7. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия.
8. Маркетинг в event-менеджменте: маркетинг-микс, т.е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
9. Изучение рынка event-мероприятий.
10. Планирование маркетинга
11. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП

12. Работа с информацией при разработке event-мероприятия
13. Подбор персонала для event-мероприятия
14. Выбор партнеров при разработке event-мероприятия
15. Организация общественного питания и логистика товаров
16. Виды кейтеринга
17. Организация обслуживания своими силами и с привлечением сторонних организаций, составление договора
18. Ассортимент продуктов и напитков, используемых при проведении ЕМ
19. Инфраструктура обеспечения питанием (оснащение, центральный склад, сервис).
20. Хранение продуктов питания.
21. Кейтеринг и формирование цен.
22. Расчет величины залога.
23. Использование на мероприятии наличных денег или талонов.
24. Организация приезда, ночевки, отъезда
25. Контроллинг во время проведения мероприятия
26. Обеспечение экологичности event-мероприятия.
27. Правовые отношения в event- менеджменте.
28. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски. Страхование.
29. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия,предварительной продажи билетов.
30. Проект-менеджмент: треугольник проекта — результат, ресурсы, сроки.
31. Структурный план проекта.
32. Планирование проекта: планирование времени, ресурсов, затрат и персонала.
33. Руководство сотрудниками: работа в команде, мотивация, коммуни-

кация.

34. Техники принятия решений: метод практической ценности и таблица решений.

35. Креативные техники – мозговой штурм и морфологический метод.

36. Вспомогательные средства event-менеджмента: регистратор проекта, протоколы

37. Назовите российских и зарубежных теоретиков событийного менеджмента.

38. В чем отличие мероприятия и события.

39. Как соотносятся друг с другом событийный менеджмент и событийный маркетинг.

40. Приведите примеры российских и зарубежных профессиональных ассоциаций индустрии событий.

41. Назовите текущие тренды в событийном менеджменте.

42. Сколько квадратных метров в среднем должно приходиться на одного человека при выборе площадки.

43. Назовите основные зоны пространства мероприятия.

44. Какие виды организации управления мероприятием вы знаете.

45. Назовите основные элементы сценария мероприятия.

46. Опишите процесс выбора даты мероприятия.

Пример экзаменационного билета

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал	Кафедра «Менеджмент и маркетинг»
Дисциплина «Событийный менеджмент в туризме»	Форма обучения очно-заочная
Курс 4	Семестр 7
Направление 38.03.02 «Менеджмент»	Профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

	Задания экзаменационного билета	Баллы БРС
	Вопросы:	
1	Модели инновационного поведения	18
2	Динамика развития технологий. Работы Р. Курцвейла (R. Kurzweil), закон Мура (G. Moore)	18
	Практическое задание:	
3	Основная продукция предприятия выпускается уже 10 лет, но спрос остается стабильным и оснований тревожиться на ближайшие 1-2 года нет. Следует ли переходить к выпуску новой модели продукции, которая уже прошла испытания и готова к запуску? Обоснуйте ответ.	18
	Тестовые задания	
4	Стратегия маркетинга по отдельному виду деятельности компании называется А. Деловой. В. Функциональной. С. Корпоративной. D. Операционной.	3
5	4. Влияющими на выбор стратегии компании внешними факторами являются А. Привлекательность отрасли и уровень конкуренции. В. Сила и слабость компании. С. Корпоративная культура. D. Общие ценности.	3
	ИТОГО	60

Подготовил: Мазунина М.В.

На основе перечня теоретических вопросов и практико-ориентированных заданий, утвержденного на заседании кафедры (протокол № 1 от 28 августа 2021 г.).

Утверждаю:

Заведующий кафедрой _____ Х.А.Константиныди
« ____ » _____ 202_г.

Примеры тестовых заданий

1. Основные отличия туриста от экскурсанта:
 - а) в организации посещения другой местности;б) в целях путешествия;
 - в) в длительности путешествия.

2. Выездной туризм – это выезд с постоянного места жительства:а) за пределы города;
 - б) за пределы страны на заработки;в) на экскурсию в соседний город.
3. Внутренний туризм - это путешествия:
 - а) иностранных граждан по России;б) граждан России по странам СНГ;
 - в) российских граждан по России.

4. Национальный туризм - это путешествия:
 - а) по России иностранных граждан;
 - б) по России иностранных граждан и иностранных туристов;
 - в) по России российских граждан и выезд российских граждан за пределы страны.

5. Из каких источников финансируется инсентив-тур?а) из бюджета семьи;
 - б) из бюджета государства;
 - в) из бюджета коммерческих структур.

6. Что считается началом туристского маршрута?
 - а) выезд за пределы места постоянного пребывания;
 - б) первая услуга, оказываемая на маршруте в соответствии с приобретенным турфирмы пакетом услуг;
 - в) дата полностью оплаченной покупки турпродукта.

7. Что считается окончанием туристского маршрута? а) возвращение на постоянное место пребывания;

б) время пересечения государственной границы;

в) последняя услуга, оказываемая на туристском маршруте турфирмой.

8. Международный туризм - это путешествия:

а) иностранных граждан по России;

б) граждан России по иностранным государствам;

в) иностранных граждан по России и российских граждан за рубежом.

9. Социальный туризм - это путешествия:

а) членов многодетных семей и инвалидов; б) лиц третьего возраста (пенсионеров);

в) субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды.

10. Самодеятельный туризм – это путешествия:

а) организованные по экстремальным маршрутам;

б) субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды;

в) самостоятельно организуемые туристами с использованием активных способов передвижения.

Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Таблица 8 – Типовые оценочные средства для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной «Событийный менеджмент в туризме» направления 38.03.02 «Менеджмент»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовые задания
ПКП-2	Способность планировать, разрабатывать и реализовывать программы и проекты по продвижению туристского продукта, организовывать работу со средствами массовой информации, владеть технологиями нерекламных методов продвижения туристского продукта	1. Применяет знание технологий продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.	<p align="center">Задание 1</p> <p>Подобрать необходимую информацию по методам планирования и выработке управленческих решений, а также использованию способов обеспечения координации и контроля деятельности организации на примере конкретных российских предприятий</p> <p align="center">Задание 2</p> <p>Составить документы по определению бизнес-задачи, бизнес-информации, бизнес-решения, сетевой поддержки в организации, информационные технологии.</p>
		2. Обосновывает выбор рекламных и нерекламных методов при продвижении туристского продукта.	<p align="center">Задание 1</p> <p>Произвести обзор научных публикаций по следующим журналам: «Человек и труд», «Проблемы теории и практики управления» «Управление персоналом» и др. - по вопросу – Российский опыт инвестирования в человеческий капитал организации, написать рецензию на анализируемую публикацию</p> <p align="center">Задание 2.</p> <p>Написать основные положения программы организации (по выбору) по выделению ключевых знаний, ключевых компетенций сотрудников организации, разработать стратегии управления знаниями, проанализировать инфраструктуру управления знаниями</p>

Процедуры оценивания знаний и умений регулируются соответствующими приказами, распоряжениями ректората Финуниверситета о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные акты

- 1 Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. 03.05.2012г. № 47 – ФЗ).
- 2 Федеральный закон от 05 февраля 2007 года № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ.
- 3 Федеральный закон от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями от 8 марта 2015 года N 50-ФЗ (Официальный интернет-портал правовой информации www.pravo.gov.ru, 09.03.2015, N 0001201503090031).
- 4 Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300-1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г., №2-ФЗ).
- 5 Федеральный закон Российской Федерации «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 06.05.98 №70-ФЗ.
- 6 Постановление Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 года № 452 «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта»
- 7 Правила оказания услуг по реализации туристского продукта в ред. Постановления Правительства РФ от 23.03.2013 N 254)
- 8 ГОСТ Р50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования».
- 9 ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»

Основная литература

10 . Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: практикум / Л.В. Баумгартен .— М.: Вузовский учебник : Инфра-М, 2017. – 216 с.

11 Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Азарова [и др.]; Финуниверситет; под ред. С.В. Карповой. – М.: Юрайт, 2017. – 458 с. – 2017.

12 Колодий Н.А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: учебное пособие для магистратуры [Электронный ресурс] / Н.А. Колодий. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 326 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/B043DFBD-A143-49A1-ACCE-A03C7A8B6D14>.

13 Маркетинг туризма: учебное пособие для обучения студ. вузов по напр. подгот. «Туризм», «Гостиничное дело» [Электронный ресурс] / И.В.Гончарова [и др.]. – Электронные текстовые данные (1 файл: 1 Мб) .— М. :Федеральное агентство по туризму, 2018 . – 224 с.

14 Шимова О.С. Основы устойчивого туризма: учебное пособие [Электронный ресурс] / О.С. Шимова. – М.: Новое знание: Инфра-М, 2018. – 190 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=406118>.

Дополнительная литература

15 Веснин В.Р. Стратегическое управление: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2018. – 328 с.

16 Грибов В.Д. Теория менеджмента: учебное пособие / В.Д. Грибов. – М.: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2017. – 320 с.

17 Экономика туризма: учебник для обучения студ. вузов по напр. подгот. «Туризм» [Электронный ресурс] / М.А. Морозов [и др.] – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 320 с.

18 Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебник /

Н.И. Кабушкин. – Минск, 2018. – 55 с.

19 Кусков А.С. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: Кнорус, 2020. – 400 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918076>.

20 Розанова Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: практикум [Электронный ресурс] / Т.П. Розанова, Т.В. Муртузалиева. – М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 132 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430296>.

Периодические издания

12Компания.

13Маркетинг в России и за рубежом.

14Маркетинг и маркетинговые исследования.

15Научные труды Вольного экономического общества России.

16Проблемы теории и практики управления.

17Реклама. Теория и практика.

18Секрет фирмы.

19Управленческие науки.

20Управление продажами.

21Эксперт.

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Интернет-ресурсы

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ). – <http://elib.fa.ru>.
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU. – <http://www.book.ru>.
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН». – <http://biblioclub.ru>.
4. Электронно-библиотечная система Znanium. – <http://www.znanium.com>.
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ». – <https://www.biblio-online.ru>.
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru. – <http://elibrary.ru>.
7. Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии. – <http://www.rosregistr.ru>.
8. Российский Союз Саморегулируемых Организаций Арбитражных Управляющих. – <http://www.rssou.ru>.
9. Интернет-портал Банкротство-RU. – <http://www.bankrotstvo.ru/main.htm>.
10. Единый Федеральный Реестр Сведений о Банкротстве. – <https://bankrot.fedresurs.ru/?attempt=1>.

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы

Общие положения по выполнению курсовой работы

Выполнение курсовой работы является одним из основных видов самостоятельной работы студентов в вузе, направленной на закрепление, углубление и обобщение знаний по учебной дисциплине, профессиональной подготовке, овладение методами научных исследований, формирование навыков решений творческих задач в ходе научного исследования. Самостоятельное выполнение курсовой работы способствует решению поставленных задач, развивает навыки аналитической работы и служит связью между теоретическим курсом и его применением на практике.

Цель курсовой работы – углубленное освоение теоретических знаний по дисциплине.

Основными задачами выполнения курсовой работы являются:

- систематизация, закрепление, углубление и расширение приобретенных студентом знаний, умений, навыков по учебной дисциплине;
- развитие самостоятельности при выборе методов исследования и творческой инициативы при решении конкретных задач; курсовой работы;
- овладение студентами навыками самостоятельной работы со специальной литературой;
- подготовка студентов к более сложной задаче заключительного этапа учебного процесса – выполнению и защите ВКР.

Требования, предъявляемые к курсовой работе

Структура курсовой работы должна способствовать раскрытию избранной темы. Структурными элементами курсовой работы являются:

Согласно требованиям ОП Финуниверситета по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», курсовая работа должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть курсовой работы, состоящая из двух разделов:

1) первый раздел: теоретические основы и решения проблемы исследования (теоретический раздел);

2) второй раздел: аналитико-эмпирические решения проблемы исследования, проектные и внедренческие решения проблемы исследования (практический раздел);

- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Раздел «ВВЕДЕНИЕ» должен содержать пункты, отражающие:

- обоснование *актуальности темы* ВКР с постановкой проблемы в области теории организации и организационного поведения;
- формулировку *целей и задач* работы,
- формулировку *объекта и предмета* исследования;
- определение *методов* исследования.

Общий объем раздела «ВВЕДЕНИЕ» составляет 2 страницы. Каждый из перечисленных пунктов описывается, начиная с нового абзаца, но не нумеруется и не оформляется в виде заглавия.

Не допускается ключевые слова выделять подчеркиванием или жирным шрифтом, или курсивом, или заключать в кавычки.

Содержание основной части носит теоретический характер (первая глава) и практический характер (вторая глава. Здесь излагается сущность иссле-

дуемой проблемы, рассматриваются различные подходы к решению, дается их оценка, обосновывается и излагается собственная точка зрения.

Целесообразно разделить материал по разделам и подразделам. Важны логическая последовательность изложения и отсутствие диспропорций между отдельными разделами.

Во второй главе необходимо на примере конкретной организации рассмотреть проблему, теоретический обзор которой был в первой главе.

После каждого раздела необходимо сделать выводы (обобщения). Выводы должны быть обоснованы и иметь практическую значимость.

В разделе «ЗАКЛЮЧЕНИЕ» последовательно излагаются выводы и предложения. Они должны быть краткими и четкими, дающими представление о содержании и значимости работы, и корреспондироваться с задачами, обозначенными во введении курсовой работы. Общий объем «ЗАКЛЮЧЕНИЯ» составляет 2 страницы

В тексте не принято делать ссылки на первое лицо, но если необходимо, следует употреблять выражение в третьем лице (например, автор полагает, по нашему мнению и т. п.). Цитаты должны иметь точные ссылки на источники.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ должен содержать не менее 15 источников. Рекомендуются использование источников изданных не более пяти лет назад. К источникам литературы относятся монографии, статьи, сборники трудов, периодическая литература, интернет - источники и т.п., для каждого из которых имеются свои правила оформления.

ПРИЛОЖЕНИЯ включают вспомогательный материал, необходимый для полноты отражения информации в работе:

- первичные статистические материалы, которые служили автору основой для собственных расчетов и заключений;
- схемы, графики, диаграммы, таблицы, которые не вошли в основной текст работы;

– другие вспомогательные материалы и поясняющие документы. Страницы ПРИЛОЖЕНИЯ не входят в общий объем работы.

Работу необходимо проверить в системе Антиплагиат.

Рекомендуемый процент авторского текста должен быть не менее 50%.

Объем работы 30–35 страниц. Готовую работу в электронном виде (документ WORD, название документа КР_УСФП_Фамилия И.О._ЗОФО) необходимо переслать по электронной почте преподавателю. После положительного ответа руководителя, студенты очной формы обучения размещают свою работу на образовательном портале Финуниверситета (инструкция по размещению есть на сайте Финуниверситета).

Распечатанная и сшитая в папку-скоросшиватель работа представляется научному руководителю в установленные сроки.

Правила оформления разделов курсовой работы должны соответствовать требованиям ГОСТ и правилам, принятыми на кафедре «Менеджмент и маркетинг» Финуниверситета Краснодарский филиал

Написание курсовой работы

Курсовая работа является одной из основных форм самостоятельной работы студентов, изучающих дисциплину «Операционный менеджмент» и состоит из отдельных этапов – выбора темы; составления изучения литературы и сбора информации; написания и оформления работы; представления работы на рецензирование; работы над замечаниями рецензента и подготовки к защите; защиты работы.

Написание курсовой работы осуществляется под руководством преподавателя – руководителя работы. Руководство начинается с выдачи задания и продолжается в форме консультаций.

Курсовая работа – сложная форма проверки знаний студентов, поэтому особое внимание следует обратить на то, чтобы ее содержание не носило отвлеченного характера.

Курсовую работу необходимо иллюстрировать таблицами, схемами, рисунками, диаграммами и другими наглядными материалами.

В конце курсовой работы необходимо привести список фактически использованной литературы, которая должна быть издана в последние 5 лет, указать дату и поставить подпись.

Для выполнения аналитической и презентационной работы студенты используют следующие программные продукты: POWER POINT, MICROSOFT EXCEL, WORD.

Выполненная студентом курсовая работа проверяется преподавателем - руководителем работы, который дает письменное заключение по работе – рецензию, которую тоже размещает на сайте.

При оценке работы учитываются: содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и экономический). Одновременно рецензент отмечает ее положительные стороны и недостатки, а в случае надобности указывает, что следует доработать. Рецензия заканчивается выводом, может ли работа быть допущена к защите.

Работа вместе с рецензией выдается студенту для ознакомления и возможного исправления. Курсовая работа, не отвечающая требованиям, содержащимся в настоящих методических указаниях, возвращается студенту вместе с рецензией и оценкой «не допускается к защите». В этом случае студенту необходимо выполнить работу вновь, полностью учитывая все замечания преподавателя. Повторно выполненную работу следует направить научному руководителю для проверки вместе с первой работой и рецензией на нее.

Окончательная оценка курсовой работы выставляется после ее защиты.

Примерные темы курсовых работ по дисциплине «Событийный менеджмент в туризме»

Выбор темы курсовой работы определяется интересами студента, его практической деятельностью и возможностью подбора и использования необходимых фактических материалов по предприятию.

Вместе с тем, тематика курсовых работ должна отвечать учебным задачам теоретического курса, быть увязана с практическими задачами народного хозяйства и науки, быть реальной.

Примерные темы курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент» приведены ниже:

1. Место Event marketing (событийного маркетинга) в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Специфика управления Event-проектами в России (инфраструктура, удаленность, профессионализм исполнителей).
3. Отличие в управлении Event-проектами от управления рекламными кампаниями.
4. Технология организации событий на общенациональном уровне.
5. Специфика работы в различных регионах России по организации событий (Events).
6. Принципы и правила разработки системы оценки события (Event).
7. Новые технологии в разработке PR-событий
8. Новые технологии в разработке HR-событий
9. Новые технологии в разработке спортивных событий
10. Новые технологии в разработке благотворительных и социальных событий
11. Новые технологии в разработке образовательных событий
12. Новые технологии в разработке развлекательных, культурных и массовых (Entertainment). Инфраструктура event-мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры
13. Концепция event: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.

14. Event- менеджмент как проект: фазы проекта, виды деятельности в event-менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.

15. Сущность контроллинга в event- менеджменте

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 7 Professional
2. Microsoft Office 2010 Pro
3. Антивирус ESET Endpoint Security
4. ProjectExpert 7

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Справочная правовая система «Консультант Плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

2 Информационно-правовой портал «Гарант.ру». URL: <http://www.garant.ru>.

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде Краснодарского филиала Финансового университета.

Электронная информационно-образовательная среда Финансового университета обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик, к указаниям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах. По дисциплине «Собы-

тийный менеджмент в туризме» представлены следующие виды информационных ресурсов:

- аннотации дисциплины;
- видеолекции;
- мультимедийные презентации по всем темам курса;
- методический материал:
- рабочие программы дисциплины;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых осуществляется с применением электронного обучения.

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база Краснодарского филиала Финансового университета соответствует действующим противопожарным правилам и нормам, обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде Финансового университета.