

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

Методические указания
к практическим занятиям
по дисциплине ОПЦ.В.16. «Event-маркетинг»
для обучающихся по специальности
42.02.01 Реклама

Ставрополь, 2025 г.

Методические указания составлены в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования 42.02.01 Реклама, утвержденным Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 и рабочей программой дисциплины «Event-маркетинг»

Составитель: Мохова Е.А., преподаватель

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры «Экономики и туризма», протокол № 8 от 20.05.2025 г.

Введение

Целью изучения дисциплины «Event-маркетинг» – является формирование у студентов системы методологических и организационных действий, направленных на создание событий.; получение представления о событийном маркетинге.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов как будущих пользователей результатов исследований (заказчиков) представления о правилах и приемах проведения ивентов;

- сформировать у студентов как будущих исполнителей исследований исходную теоретико-прикладную базу для дальнейшего развития управленческих навыков;

- сформировать у студентов практические навыки и подходы к применению Event маркетинга на практике.

Основная цель методических указаний по дисциплине «Event-маркетинг» – выработать умение применять теоретические знания на практике, способствовать формированию у студентов логического мышления, навыков самостоятельной работы с учебной и справочной литературой.

Выполнение практических работ по событийному маркетингу является важнейшей составляющей процесса освоения учетных дисциплин, формирования у студентов профессиональных компетенций и овладения навыками практической деятельности в сфере рекламы.

Методические рекомендации содержат практические задачи, предназначенные для закрепления теоретического материала и приобретения навыков самостоятельной работы по проведению мероприятий событийного маркетинга.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО по данной специальности:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации

межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практические занятия строятся из специфики темы и могут включать в себя несколько элементов:

- обсуждение темы: требует от студента повторения пройденного на лекции материала и его краткое изложение на практическом занятии;
- ряд занятий предусматривает дополнительную подготовку студентов по теме и углубленное обсуждение материала;
- презентация результатов индивидуальных и групповых работ по теме задания;
- проведение практических исследований, защита докладов.

Кроме этого, занятия могут проводиться в интерактивной форме: игровой технологии, дебатов и экскурсии.

Тема 1. Event-менеджеры как социальная общность

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование общности event-менеджеров.
2. Типы event-менеджеров.
3. Профессиональные компетенции и личные качества профессионалов.

Тема 2. Основные этапы становления и развития event-менеджмента в России и за рубежом

Вопросы для обсуждения:

1. Зарубежный опыт event-менеджмента.
2. Институционализация event-менеджмента в России.

Тема 3. Визуальные коммуникации событийных мероприятий

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция event. Планирование мероприятия. Цель и прибыль.
2. Концепция бренда. Маркетинг. Спонсирование.
3. Event-маркетинг.

Тема 4. Массовые праздники и их значение в культурно-идеологическом пространстве

Вопросы для обсуждения:

1. Социальная сущность массовых праздников.
2. Массовый праздник как воспитательная система.
3. Массовый праздник как художественное явление.
4. Коллективная организация участников массового праздника.

Тема 5. Ведущие методы организации массового праздника

Вопросы для обсуждения:

1. Театральные технологии.
2. Драматургическая обработка жизненного материала и игра.
3. Особенности драматургии и режиссуры массового праздника.

Тема 6. Креативные технологии

Вопросы для обсуждения:

1. Основные методики создания творческих идей.
2. Ограничения, возникающие при реализации креативного замысла проекта.

Тема 7. Интернет как PR-площадка

Вопросы для обсуждения:

1. Аудитория российской части Интернета.
2. Реклама и PR в интернете.

Тема 8. Управление мероприятием

Вопросы для обсуждения:

1. Проект-менеджмент.
2. Контроллинг проекта.
3. Техники менеджмента.
4. Вспомогательные средства менеджмента мероприятий.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

В ходе самостоятельной работы студентам предлагается более глубоко изучить отдельные разделы тем курса, для чего необходима дополнительная проработка лекционного материала, а также изучение дополнительной литературы. Так индивидуальные задания позволят студентам выбрать, и ближе познакомиться с конкретными формами event-менеджмента, практикой их деятельности, в том числе организацией массовых мероприятий, режиссурой праздника, театральными технологиями и т.д.

Работа в командах заключается в концептуальной и тактической разработке различных аспектов управления мероприятием (стратегической программы, маркетинговой стратегии, вопросов финансирования, информационной политики, фандрайзинговой стратегии, стратегии управления человеческими ресурсами и т.д.). Результаты самостоятельных изысканий студентов будут систематически презентоваться на практических занятиях, где комментарии и подсказки одногруппников и преподавателя позволят скорректировать данные программы, сделав их профессиональными. Итогом этой комплексной работы станет всесторонне проработанная модель событийного мероприятия с продуманными аспектами его функционирования.

ГЛОССАРИЙ

Event - (событие, приуроченное к определенному времени, англ. яз.) превращение мероприятия посредством вспомогательных эффектов в нечто совершенно исключительное с точки зрения посетителей. Проводимые мероприятия включают: корпоративные, частные и некоммерческие праздники, выставки, торговые ярмарки и PR-акции.

Event – management оказывает полный спектр услуг по: организации корпоративных событий (корпоративные праздники для клиентов и партнеров, внутрикорпоративные праздники, юбилеи фирм, приемы, фуршеты, выездные мероприятия, корпоративные уик-энды, программы team building и пр.)

Заявление для прессы - краткое изложение позиции организации или участников мероприятия по какому-либо вопросу, которое требуется донести до целевой аудитории без искажений. Заявление для прессы должно быть понятным и убедительным.

Пресс-кит - это набор представляющих для прессы видов PR-материалов, объединенных новостным поводом, дающих максимально полную информацию о конкретном событии.

TRADEEVENTS – мероприятия Event-менеджмента, которые разрабатываются для партнеров по бизнесу, клиентов, дилеров и дистрибьюторов. Такие мероприятия относят к деловым и это могут быть: презентации продукта, специальные мероприятия в рамках выставки, конференции, деловые приемы.

CORPORATE EVENTS – это корпоративные Event-мероприятия, включающие в себя профессиональные праздники, юбилей компании, поездки и отдых сотрудников вместе. Корпоративные мероприятия позволяют донести основные идеи компании до сотрудников, а также они могут стать эффективным инструментом внешнего продвижения, ведь на корпоративные мероприятия можно пригласить ключевых клиентов и стратегических партнеров.

SPECIALEVENTS – специальные мероприятия, которые включают такие события как: фестивали, вручение премий, концерты, предназначенные для широкой аудитории, мероприятия для прессы. Можно сказать, что специальные мероприятия представляют собой комплекс событий, которые могут благотворно влиять на имидж компании или продукта. Как правило, если такие Event-мероприятия проведены профессионально и с соблюдением регулярности, то после них следует ощутимая положительная реакция целевых групп. Эта реакция может выражаться в повышении лояльности к компании или в росте интереса со стороны потенциальных клиентов.