

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Event-менеджмент

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 28.04.2025

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель дисциплины «Event-менеджмент» заключается в формировании у студентов теоретических и практических навыков, необходимых для планирования, разработки, проведения и контроля различных мероприятий.

Задачи курса включают ознакомление с основами event-менеджмента, развитие интереса к этой области, а также формирование навыков использования современных инструментов организации мероприятий для разных сфер общественной жизни.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

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

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

особенности, структуру и функции целевой аудитории;
закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур;
политические, экономические механизмы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие медиакоммуникационных систем.

Уметь:

определять целевую аудиторию и её характеристики;
соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;
использовать знание отечественной и мировой культуры при разработке рекламных и PR-мероприятий.

Владеть:

навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории;
навыками деловой коммуникации на русском и иностранном языках;

методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 60 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Событийный маркетинг (event marketing) как часть Маркетинговых коммуникаций. Карта рынка РФ, профессиональные компетенции/карьера Рассматриваемые вопросы: Определение событийного маркетинга Цели и задачи событийного маркетинга Типы мероприятий в событийном маркетинге
2	Сущность и значение событийного маркетинга. Классификация событий. Рассматриваемые вопросы: Сущность событийного маркетинга Классификация событий
3	Субъекты, инструменты событийного маркетинга Рассматриваемые вопросы: Субъекты событийного маркетинга Инструменты событийного маркетинга
4	Планирование событийного маркетинга Рассматриваемые вопросы: Определение целей и задач мероприятия Выбор вида мероприятия Разработка концепции мероприятия Поиск и привлечение участников и гостей Организация и проведение мероприятия Анализ результатов мероприятия
5	Информационное наполнение при организации события/мероприятия (event) Рассматриваемые вопросы: Определение целей и задач мероприятия Выбор формата мероприятия Составление плана и сметы мероприятия Разработка концепции и программы мероприятия Анонс мероприятия Проведение мероприятия
6	Продвижение события/мероприятия (event) Рассматриваемые вопросы: Выбор целевой аудитории Каналы продвижения Взаимодействие с партнерами и инфлюенсерами
7	Метрики эффективности событийного маркетинга Рассматриваемые вопросы: Метрики менеджмента и продаж Метрики маркетинга PR-метрики
8	Меры безопасности при организации события/массового мероприятия Рассматриваемые вопросы: Меры безопасности Правила организации мероприятий

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Event-менеджеры как социальная общность В результате работы на практическом занятии студент изучает такое понятие, как "event-менеджер"
2	Основные этапы становления и развития event-менеджмента в России и за рубежом В результате работы на практическом занятии студент готовит сравнительный анализ становления и развития сферы ивента
3	Визуальные коммуникации событийных мероприятий В результате работы на практическом занятии студент изучает визуальные коммуникации
4	Массовые праздники и их значение в культурно-идеологическом пространстве В результате работы на практическом занятии студент прописывает ТЗ массового мероприятия
5	Ведущие методы организации массового праздника В результате работы на практическом занятии студент изучает методы организации массового мероприятия
6	Креативные технологии в event-менеджменте В результате работы на практическом занятии студент изучает креативные технологии в данной сфере
7	Интернет как PR-площадка для продвижения событий В результате работы на практическом занятии студент изучает сеть интернет с точки зрения продвижения события
8	Управление мероприятием: планирование, организация и реализация В результате работы на практическом занятии студенты в командах организуют мероприятие на паре
9	Разработка и подготовка event-программы В результате работы на практическом занятии студенты в командах прописывают ивент-программу
10	Организация корпоративных мероприятий В результате работы на практическом занятии студенты в командах организуют корпоративное мероприятие
11	Организация и проведение массовых мероприятий В результате работы на практическом занятии студенты по командам учатся организовывать массовые мероприятия

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям.
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
----------	----------------------------	---------------

1	Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18674-1.	URL: https://urait.ru/bcode/518856 (дата обращения: 28.04.2025). Текст : электронный
2	Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1.	URL: https://urait.ru/bcode/536261 (дата обращения: 28.04.2025). Текст : электронный
3	Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8	URL: https://urait.ru/bcode/555976 (дата обращения: 28.04.2025). Текст : электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (<https://www.consultant.ru/>), «Гарант» (<https://www.garant.ru/>).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер.

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

заведующий кафедрой, доцент, к.н.
кафедры «Экономика и управление
на транспорте»

М.Г. Данилина

старший преподаватель кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

П.А. Булахова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян