

**Приложение к рабочей программе дисциплины
«Событийный маркетинг»
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура)
Магистерская программа «Маркетинговые коммуникации
в государственных и бизнес-структурах»
АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

«Событийный маркетинг»

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 ЗЕТ, 108 час.
Цель изучения дисциплины	Формирование у обучающихся знаний и умений в области применения инструментов и технологий событийного маркетинга, обучение навыкам, необходимым в профессиональной деятельности по управлению событиями на всех этапах их подготовки и реализации.
Содержание дисциплины	Основы событийного маркетинга. Классификация событий Основные участники событийной индустрии Инструменты событийного маркетинга MICE-индустрия Этапы процесса организации события Продвижение события Оценка эффективности события
Формируемые компетенции (коды)	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла ПК-7. Способен применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-2.1. Определяет цель и задачи проекта. УК-2.2. Разрабатывает стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.3. Определяет виды работ и распределяет их между участниками проекта. УК-2.4. Формулирует ожидаемые результаты реализации проекта и проводит мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта. УК-2.5. Проводит презентацию бизнес-идеи и результаты реализации проекта. ПК-7.1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента. ПК-7.2. Умеет использовать теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга в различных видах профессиональной деятельности. ПК-7.3. Умеет формировать маркетинговые стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы. ПК-7.4. Демонстрирует навыки разработки концептуальных и

	стратегических документов в области маркетинга и менеджмента.
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Управление коммуникационными проектами Маркетинг в средствах массовой коммуникации Репутационный менеджмент Бренд-менеджмент Интернет-маркетинг Управление репутацией в сети Интернет Организационно-аналитическая практика Проектно-аналитическая практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации
Форма промежуточной аттестации	Зачет