

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.08.2026 11:57:38
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 20	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Событийный менеджмент

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

**Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах
деятельности**

Присваиваемая квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Челябинск 2026 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 21

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности, Событийный менеджмент, очная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе _____ утверждено 00.02.2026 А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б.Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 8 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А.Гладков

Автор (составитель)

С.А. Гладков

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
 - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
 - 3.1. виды оценочных средств;
 - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
 - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
 - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
 - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности»

Дисциплина: *Событийный менеджмент*

Семестр (семестры) изучения: 7

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Событийный менеджмент» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь: Для достижения УК-2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами. Владеть: Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами. Знать: Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь: Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и анализировать различные



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор. Владеть: Для достижения УК-2.2.: Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Знать: Для достижения УК-2.3.: Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь: Для достижения УК-2.3.: Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Владеть: Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
ПК-2	Способен реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: Для достижения ПК-2.1.: Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками применения типовых алгоритмов в проектах и кампаниях в сфере рекламы и связей с общественностью Знать:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Для достижения ПК-2.2.: Знать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-2.2.: Уметь применять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеть Для достижения ПК-2.2.: Владеет навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Знать: Для достижения ПК-2.3.: Знать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Уметь: Для достижения ПК-2.3.: Уметь отбирать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Владеть: Для достижения ПК-2.3.: Владеть навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
--	--	---

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего	Наименование оценочного средства на промежуточной
----------	--	---------------------------------	--	--



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			контроля	аттестации/№ задания
1	Знать: Для достижения УК-2.1.: Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами. Уметь: Для достижения УК-2.1.: Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами. Для достижения УК-2.2.: Владеть: Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами. Знать: Для достижения УК-2.2.: Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора. Уметь: Для достижения УК-2.2.: Уметь выявлять и	1. Терминология, ключевые понятия и основы ивентменеджмента /Лек/ 2. Ивент-проект. Структура. Планирование. Реализация/продакшн. Анализ/Лек/ 3. Креатив и дизайн в ивентиндустрии/Лек/ 4. Стратегический маркетинг в ивентиндустрии и технология продвижения мероприятий /Лек/ 5. Построение партнерских сетей. Спонсорство и партнерство при реализации ивентпроектов. /Лек/ 6. Безопасность и страхование ивентпроектов /Лек/ 7. Ивент менеджмент как процесс управления событийным проектом /Пр/	Рефераты	Вопросы к зачету



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

анализировать
различные способы
решения задач в рамках
цели проекта и
аргументировать их
выбор.

Владеть:

Для достижения УК-
2.2.:

Владеть навыками
выявления и анализа
различных способов
решения задач в рамках
цели проекта и
аргументации их
выбора.

Знать:

Для достижения УК-
2.3:

Знать особенности
проектирования
решения конкретной
задачи проекта,
выбирая оптимальный
способ ее решения,
исходя из действующих
правовых норм и
имеющихся ресурсов и
ограничений.

Уметь:

Для достижения УК-
2.3.:

Уметь проектировать
решение конкретной
задачи проекта,
выбирая оптимальный
способ ее решения,
исходя из действующих
правовых норм и
имеющихся ресурсов и
ограничений.

Владеть:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.			
2	Знать: Для достижения ПК-2.1.: Знать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками применения типовых алгоритмов в проектах и кампаниях в сфере рекламы и связей с общественностью Знать: Для достижения ПК-2.2.: Знать основные документы по	8. Букинг артистов/спикеров /Пр/ 9. Креативная концепция и “BIG IDEA” проекта/Пр/ 10. Тендеры и закупки при планировании событийных проектов Техническая документация проекта /Ср/ 11. Программа и сценарный план мероприятия /ИКР/ 12. Кейтеринг LIVE – менеджмент. Конте нт менеджмент событийного проекта /Ср/ 13. Типология и бизнесзадачи ивент проекта/мероприят ия /Ср/ 14. Оценка эффективности партнерских	Рефераты	Вопросы к зачету



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Уметь: Для достижения ПК- 2.2.: Уметь применять основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеть Для достижения ПК- 2.2.: Владеет навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Знать: Для достижения ПК-2.3.: Знать результаты исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта Уметь: Для достижения ПК- 2.3.: Уметь отбирать результаты исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного	взаимоотношений при планировании и организации ивент проекта /Ср/		
--	--	--	--



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

продукта Владеть: Для достижения ПК- 2.3.: Владеть навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта				
---	--	--	--	--

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Рефераты

1. Классификация ивент-проектов

Вариация ответа:

Введение

В современном мире события (events) стали мощным инструментом коммуникации, маркетинга и формирования социальных связей. Ивент-проекты представляют собой сложные, комплексные мероприятия, требующие тщательного планирования и управления. Для эффективной работы в сфере event-менеджмента необходима четкая систематизация всего многообразия событий. Классификация ивент-проектов позволяет глубже понять их специфику, цели, ЦА и выстроить оптимальные модели их организации и продвижения.

1. Понятие и сущность ивент-проекта

Ивент-проект — это уникальное, ограниченное по времени мероприятие, разработанное для достижения конкретных целей,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

направленное на определенную аудиторию и требующее координированного выполнения взаимосвязанных задач. Ключевые характеристики: уникальность, временность, целенаправленность, комплексность.

2. Классификация ивент-проектов по целевой направленности и содержанию

Это основной и наиболее распространенный критерий классификации, который делит события на четыре крупных блока.

2.1. Деловые (бизнес-) события

Цель: Повышение эффективности бизнеса, обмен информацией, развитие профессиональных связей.

Виды:

Конференции и конгрессы: Крупные форумы для обсуждения стратегических вопросов, обмена опытом.

Семинары и тренинги: Образовательные мероприятия, направленные на получение практических навыков.

Выставки и ярмарки: Демонстрация достижений, товаров и услуг для установления контактов и заключения сделок.

Корпоративные мероприятия: Тимбилдинги, мотивационные встречи, праздники для сотрудников. Цель — укрепление корпоративной культуры.

2.2. Развлекательные события

Цель: Организация досуга, получение положительных эмоций, создание настроения.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Виды:

Концерты и музыкальные фестивали: Выступление артистов для широкой публики.

Шоу-программы и церемонии награждения: Театрализованные представления (например, «Оскар», «Золотой граммофон»).

Ночные мероприятия: Вечеринки в клубах, open-air.

Массовые праздники: Городские и национальные праздники (День города, Новый год).

2.3. Общественно-культурные события

Цель: Просвещение, сохранение культурного наследия, формирование общественного мнения.

Виды:

Фестивали искусств, кино и театра: Демонстрация достижений в сфере культуры (Каннский кинофестиваль, «Золотая маска»).

Культурно-исторические реконструкции: Воссоздание определенной эпохи для погружения в историю.

Благотворительные мероприятия: Аукционы, гала-ужины, марафоны для сбора средств.

Социальные и политические акции: Митинги, шествия, пикеты.

2.4. Спортивные события

Цель: Популяризация спорта, определение победителей, зрелищность.

Виды:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Спортивные соревнования: От локальных турниров до международных чемпионатов и Олимпийских игр.

Любительские старты: Массовые забеги, велозаезды для непрофессионалов.

Спортивно-развлекательные шоу: Профессиональные боксерские поединки, шоу по фигурному катанию.

3. Дополнительные критерии классификации

3.1. По масштабу и охвату аудитории:

Локальные: Охватывают аудиторию района или города.

Региональные/Национальные: Привлекают участников из разных регионов страны.

Международные: Собирают участников и гостей со всего мира.

3.2. По частоте проведения:

Разовые (One-time event): Проводятся единожды.

Периодические: Повторяются с определенной регулярностью (ежегодно, ежеквартально).

3.3. По форме проведения:

Очные (Live-event): Традиционный формат с физическим присутствием.

Онлайн-ивенты (Virtual event): Проводятся в цифровой среде.



Гибридные (Hybrid event): Сочетают очное участие и онлайн-трансляцию.

3.4. По источнику финансирования:

Коммерческие: Основной источник дохода — продажа билетов, спонсорские взносы.

Некоммерческие: Финансируются из госбюджета, фондов или за счет организаторов.

Заключение

Классификация ивент-проектов не является жесткой и универсальной, однако она предоставляет ключевой инструмент для анализа и управления в сфере event-менеджмента. Понимание типологии событий позволяет:

Четко определять цели и задачи проекта.

Выявлять целевую аудиторию и ее ожидания.

Выбирать оптимальные форматы и каналы продвижения.

Эффективно планировать ресурсы и бюджет.

Оценивать результаты и эффективность мероприятия.

Таким образом, грамотная классификация служит фундаментом для создания успешных, запоминающихся и достигающих своих целей ивент-проектов.

2. Структура взаимодействия и распределение ключевых ролей при организации событийных проектов (подрядчик, заказчик, inhouse)

3. Основные технические средства для реализации проектов

4. Шоу-технологии

5. Требования использования алкогольных напитков на мероприятии



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

6. Принципы формирования креативной концепции проекта
7. Ключевые каналы коммуникации для различных форматов мероприятий
8. Спонсорские интеграции как основа взаимовыгодного сотрудничества и повышение ценности мероприятия
9. Работа с celebrities и VIP персонами
10. Технические и художественные инструменты, технологии, применяемые в ивент-индустрии

Вопросы к зачету

1. Основные понятия и термины в ивент индустрии.

Вариация ответа:

1. Базовые понятия

Ивент (Event) — запланированное событие, имеющее определенные цели, целевую аудиторию, бюджет и временные рамки.

Ивент-менеджмент (Event Management) — профессиональная деятельность по разработке, планированию и реализации событийных проектов.

Ивент-маркетинг (Event Marketing) — стратегия использования событий для продвижения бренда, продукта или услуги.

2. Типология событий

B2B-ивенты (Business-to-Business) — мероприятия для представителей бизнеса:

- Конференции
- Выставки
- Корпоративные тренинги

B2C-ивенты (Business-to-Consumer) — мероприятия для конечных потребителей:

- Концерты
- Фестивали



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- Презентации продуктов

MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) — деловые события:

Meetings — деловые встречи

Incentives — поощрительные поездки

Conferences — конференции

Exhibitions — выставки

3. Ключевые процессы

Пре-продакшн (Pre-production) — подготовительный этап:

Бриф — техническое задание от заказчика

Концепция — основная идея мероприятия

Сценарий — детальный план проведения

Тайминг — временной план мероприятия

Продакшн (Production) — непосредственная реализация:

Реквизит — оборудование и материалы для мероприятия

Локация — место проведения

Кейтеринг — организация питания

Пост-продакшн (Post-production) — завершающий этап:

Фото- и видеоотчет



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Аналитика эффективности

Post-event коммуникация

4. Участники ивента

Стейкхолдеры — все заинтересованные стороны:

Организатор

Заказчик

Участники

Спонсоры

Партнеры

Целевая аудитория — конкретная группа, на которую направлено мероприятие.

Спикеры — приглашенные эксперты и докладчики.

5. Организационные термины

Технический райдер — требования к техническому оснащению мероприятия.

Программа мероприятия — расписание всех активностей.

Инфопартнеры — медиа-ресурсы, освещающие мероприятие.

Дедлайн — крайний срок выполнения задачи.

6. Оценка эффективности

ROI (Return on Investment) — возврат на инвестиции.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 18 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

KPI (Key Performance Indicators) — ключевые показатели эффективности.

Охват аудитории — количество людей, ознакомившихся с информацией о мероприятии.

Конверсия — соотношение зарегистрировавшихся и посетивших мероприятие.

7. Современные тренды

Гибридный формат — сочетание офлайн- и онлайн-участия.

Иммёрсивный ивент — мероприятие с эффектом полного погружения.

Эко-френдли ивенты — экологически ответственные мероприятия.

Нетворкинг — установление деловых контактов между участниками.

2. Классификация ивент-проектов.

3. Ивент менеджмент как процесс управления событийным проектом

4. Планирование событийных проектов

5. Принцип 5W

6. Тендеры и закупки при планировании событийных проектов

7. Технологии участия в коммерческих и некоммерческих тендерах и госзакупках

8. Бюджет и договорные отношения

9. Техническая документация проекта

10. Программа и сценарный план мероприятия

11. Тайминг и графики

12. Сопроводительная документация проекта для согласований с городскими службами

13. Производство декораций и элементов оформления мероприятий

14. Особенности выездных и приглашенных мероприятий

15. Фирменный стиль проекта



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 19 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине в 7 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (зачтено)
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / незачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра медиапроизводства

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Событийный менеджмент» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 20 из 20

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

– предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

– студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

– предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

– студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.