МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ  Проректор по образовательной деятельности  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Г. Шубаева  «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г. |

***Продвижение событийных продуктов и услуг***

**Рабочая программа дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| Направление подготовки/ *Специальность* | *43.03.01 Сервис* |
| Направленность (профиль) программы/  *Специализация* | *Управление и дизайн в индустрии событий* |
| Уровень высшего образования | *Бакалавриат* |
| Форма обучения | *очная* |
| Год набора | *2025* |

Составитель*(и)*:

|  |
| --- |
| д.э.н, Максимовская Ольга Александровна |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Часов по учебному плану | 180 | **Виды контроля в семестрах:**   |  | | --- | | Экзамен: семестр 7 | |
| в том числе: |  |
| контактная работа | 64 |
| самостоятельная работа | 80 |
| практическая подготовка | 0 |
| часов на контроль | 36 |

**Распределение часов дисциплины:**

|  |  |
| --- | --- |
| Семестр: | 7 |
| Вид занятий | Часы |
| Лекционные занятия | 22 |
| Практические занятия | 42 |
| Лабораторные работы |  |
| **Итого аудиторных часов** | **64** |
| Самостоятельная работа | 80 |
| Часы на контроль | 36 |
| **Итого академических часов** | **180** |
| **Общая трудоемкость в зачетных единицах** | **5** |

Санкт-Петербург

2025

**СОДЕРЖАНИЕ**

[**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** 3](#_Toc83656871)

[**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** 3](#_Toc83656872)

[**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ** 3](#_Toc83656873)

[**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\*** 4](#_Toc83656874)

[**5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** 6](#_Toc83656875)

[**5.1 Рекомендуемая литература** 6](#_Toc83656876)

[**5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства** 6](#_Toc83656877)

[**5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)** 7](#_Toc83656878)

[**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ** 7](#_Toc83656879)

[**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ** 8](#_Toc83656880)

[**8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ** 9](#_Toc83656881)

[**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ** 11](#_Toc83656882)

[**1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации** 11](#_Toc83656883)

[**1.2 Темы письменных работ** 11](#_Toc83656884)

[**1.3 Контрольные точки** 11](#_Toc83656885)

[**1.4 Другие объекты оценивания** 12](#_Toc83656886)

[**1.5 Самостоятельная работа обучающегося** 12](#_Toc83656887)

[**1.6 Шкала оценивания результата** 12](#_Toc83656888)

# **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель:** | Сформировать у студентов в процессе изучения дисциплины целостное представление о системе продвижения конгрессно-выставочных продуктов и услуг. |

# **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплина Б1.В Продвижение событийных продуктов и услуг относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

# **3.** **ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

| **Код и наименование компетенции выпускника** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-6 - Способен использовать современные цифровые технологии при решении задач профессиональной деятельности в сфере конгрессно-выставочных и событийных услуг | ПК-6.2 - Обосновывает и применяет цифровые технологии для организации и проведения мероприятий в сфере конгрессно-выставочных и событийных услуг, формирует выставочное пространство с учетом специфики конкретного проекта в онлайн, оффлайн или смешанном формате | Знать: цифровые технологии для организации и проведения мероприятий в сфере конгрессно-выставочных и событийных услуг.  Уметь: формировать выставочное пространство с учетом специфики конкретного проекта в онлайн, оффлайн или смешанном формате..  Владеть: цифровыми технологиями для организации и проведения мероприятий в сфере конгрессно-выставочных и событийных услуг.. |
| ПК-1 - Способен к предоставлению услуг в условиях взаимодействия с потребителями, организациями в сфере конгрессно-выставочных и событийных услуг, их объединениями и органами власти | ПК-1.2 - Осуществляет привлечение участников мероприятия в сфере конгрессно-выставочных и событийных услуг, готовит соответствующие информационные материалы | Знать: современные методы и технологии продвижения конгрессно-выставочных продуктов для привлечения участников мероприятия.  Уметь: осуществлять привлечение участников мероприятия в сфере конгрессно-выставочных и событийных услуг..  Владеть: методами и технологиями продвижения конгрессно-выставочных продуктов для привлечения участников мероприятия.. |

# **4.** **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ\***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер и наименование тем и/или разделов/тем** | **Содержание дисциплины** | | **Объем дисциплины**  **(академические часы)** | | | | |
| **Контактная работа** | | | | **СРО** |
| **ЗЛТ** | | **ПЗ** | **ЛР** |
| Тема 1. Конгрессно-выставочная индустрия: новые технологии, глобальные тренды, страновые риски. Экономические исследования. | Глобальные тренды. Страновые риски. Барометр отраслевых рисков. Экономические исследования. Обзор ключевых трендов, которые влияют на продвижение продуктов и услуг в конгрессно-выставочной индустрии. Развитие транснациональных компаний в индустрии встреч и выставок как глобальный тренд масштабирования бизнеса. Разбор кейсов. | | 2 | | 6 |  | 14 |
| Тема 2. . Методы продвижения и маркетинговые посредники в продвижении конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в соответствии с планируемым мероприятием. | Маркетинговые посредникам в конгрессно-выставочной индустрии. Интернет-посредники: Тематические Интернет-Агрегаторы; Нишевые или специализированные Интернет-Агрегаторы; Хостинг-провайдеры; Реселлеры; Интернет-каталоги поисковых систем; Интернет-справочники; Интернет-Карты поисковых систем с геолокацинными сервисами для В2В и В2С пользователей; Блокчейн-Платформы (универсальные или нишевые); SM; Мессенджеры. Профильные и отраслевые организации, ассоциации. Специализированные организации (DMC - и PCO- компании и др.). Выбор методов и маркетинговых посредников в продвижении конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в соответствии с планируемым мероприятием с учетом целевых групп потребителей. | | 8 | | 8 |  | 14 |
| Тема 3. Технологии продвижения конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг в соответствии с социально-психологическими особенностями потребителей. | Портрет потребителя конгрессно-выставочных услуг и продуктов в зависимости от сегмента рынка: В2В и В2С. Типы потребителей. Основные черты. Составление портрета потребителя на основе анализа профиля партнера (потребителя) в социальной сети перед прямой продажей. Особенности работы с экспонентами, участниками, посетителями и их запросами по системе прямой и обратной связи. Разработка условий участия в конгрессно-выставочном мероприятии по всем группам стейкхолдеров. Разработка «профиля клиента» и создание эффективной программы коммуникаций по целевым группам стейкхолдеров КВМ. Промо-акции для экспонентов, участников, спонсоров. Многоканальность и омниканальность: различия подходов в цифровом продвижении КВ-продуктов и услуг. Разработка омниканальной стратегии продвижения мероприятия с учетом потребностей целевых групп потребителей. | | 4 | | 6 |  | 14 |
| Тема 4. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ УНИВЕРСИТЕТСКИХ СОБЫТИЙ-(ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, КУЛЬТУРА) | МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ДЛЯ УНИВЕРСИТЕТСКИХ СОБЫТИЙ. ТОП 30. Анализ базовых инструментов. Краткая характеристика. Инструменты научной коммуникации. Разбор кейсов. | | 2 | | 4 |  | 14 |
| Тема 5. ИНФЛЮЕНС, АМБАССАДОР-МАРКЕТИНГ И ФАНДРАЙЗИНГ В ПРОДВИЖЕНИИ СОБЫТИЙНЫХ ПРОЕКТОВ | ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГ И АМБАССАДОР-МЕНЕДЖМЕНТ В ИВЕНТ ИНДУСТРИИ. Технологии амбассадор-маркетинга при продвижении мероприятий. Разбор кейсов. Продвижение культурных проектов через фандрайзинг. Разбор кейсов. | | 2 | | 8 |  | 10 |
| Тема 6. ПРОДВИЖЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ СОБЫТИЙ НА ОСНОВЕ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ | Агрегаторы, Стриминг-платформы. Креативные коллаборации. GR-продвижение. Разбор кейсов. | | 2 | | 8 |  | 10 |
| Тема 7. СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ СОБЫТИЙНЫХ ПРОЕКТОВ | Создание виртуального события: организационные и технологические аспекты. Типы виртуальных мероприятий. Планирование виртуального мероприятия. Сервис-дизайн-виртуальных событий. Рекомендации по разработке и продвижению виртуального событийного проекта. Кейсы. | | 2 | | 2 |  | 4 |
| **Контроль:** | | | | | | | **36** |
| **Всего по дисциплине:** | | **22** | | **42** | |  | **80** |

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

# **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **5.1 Рекомендуемая литература**

|  |  |
| --- | --- |
| **Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)** | **Электронные ресурсы** |
| Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. | [https://urait.ru/bcode/510958](https://urait.ru/bcode/510958%20) |
| Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. | [https://urait.ru/bcode/496285](https://urait.ru/bcode/496285%20) |
| Максимовская О.А. СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ СОБЫТИЙНЫХ ПРОЕКТОВ: учебное пособие ISBN: 978-5-7310-6312-8 Издательство: Санкт-Петербургский государственный экономический университет Год издания: 2023 Место издания: Санкт-Петербург. Число страниц: 63 | <https://elibrary.ru/item.asp?id=60235818> |
| Максимовская О.А. ПРОДВИЖЕНИЕ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНКУРЕНТНЫХ РЫНКАХ: учебное пособие ISBN: 978-5-7310-5581-9 Издательство: Санкт-Петербургский государственный экономический университет (Санкт-Петербург) Год издания: 2021 Место издания: Санкт-Петербург Число страниц: 84 | <https://elibrary.ru/item.asp?id=48123837> |

## **5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства**

|  |
| --- |
| - 7-Zip |
| - ОС Альт образование 10 |
| - LibreOffice Base |
| - LibreOffice Calc |
| - LibreOffice Writer |

## **5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)**

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | **Наименование СПБД/ ИСС** |
| 1. | Электронная библиотека Grebennikon.ru – [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru) |
| 2. | Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru |
| 3. | Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru |
| 4. | База данных ПОЛПРЕД Справочники – [www.polpred.com](http://www.polpred.com) |
| 5. | База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary  [www.oecd-ilibrary.org](http://www.oecd-ilibrary.org) |
| 6. | Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс  СПбГЭУ или www.consultant.ru) |
| 7. | Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru) |
| 8. | Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс  СПбГЭУ или www.kodeks.ru) |
| 9. | Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru |
| 10. | Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru |
| 11. | Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – [www.znanium.com](http://www.znanium.com) |
| 12. | Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru |

# **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование учебных аудиторий, перечень** | **Адрес (местоположение) учебных аудиторий** |
| Ауд. 310 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных места; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт., 2 судейских кресла; Компьютер Intel Core i3- 2100 3.1Gh/2Gb/500Gb/ Acer V193 - 1 шт., Проектор цифровой Acer X1240 - 1 шт., Экран с электроприводом Draper Baronet 138х180 см - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А |
| Ауд. 503 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., трибуна - 1шт. Переносной мультимедийный комплект: Ноутбук HP 250 G6 1WY58EA, Мультимедийный проектор LG PF1500G. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А |
| Ауд. 509А Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом.Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 48 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт.Компьютер I5-7400/8Gb/1Tb/ DELL S2218H - 19 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия. | 190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А |

# **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

* учебно-методической документацией;
* локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
* графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

* фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
* базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
* профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
* индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
* метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

# **8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

# **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

## **1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Ключевые тенденции, тренды, которые влияют на продвижение продуктов и услуг в конгрессно-выставочной индустрии |
| 2 | Глобальные тренды и страновые риски. Как они влияют на развитие международных и национальных рынков конгрессно-вымтавочных услуг |
| 3 | Маркетинговые посредникам в конгрессно-выставочной индустрии. Примеры. |
| 4 | Интернет-посредники в конгрессно-выставочной индустрии: Тематические Интернет-Агрегаторы; Нишевые или специализированные Интернет-Агрегаторы; Хостинг-провайдеры и др.. Примеры |
| 5 | Профильные и отраслевые организации, ассоциации. |
| 6 | Специализированные организации (DMC - и PCO- компании и др.) |
| 7 | Выбор методов и маркетинговых посредников в продвижении конгрессных проектов в соответствии с планируемым мероприятием с учетом целевых групп потребителей. Примеры |
| 8 | Выбор методов и маркетинговых посредников в продвижении выставочных проектов в соответствии с планируемым мероприятием с учетом целевых групп потребителей. Примеры |
| 9 | Портрет потребителя конгрессно-выставочных услуг и продуктов в зависимости от сегмента рынка: В2В и В2С. |
| 10 | Особенности работы с экспонентами, участниками, посетителями и их запросами по системе прямой и обратной связи. |
| 11 | Разработка условий участия в конгрессно-выставочном мероприятии по всем группам стейкхолдеров. |
| 12 | Разработка «профиля клиента» и создание эффективной программы коммуникаций по целевым группам стейкхолдеров КВМ. |
| 13 | Промо-акции для экспонентов, участников, спонсоров. Примеры |
| 14 | Многоканальность и омниканальность: различия подходов в цифровом продвижении КВ-продуктов и услуг. |
| 15 | Разработка омниканальной стратегии продвижения мероприятия с учетом потребностей целевых групп потребителей. |
| 16 | Технологии амбассадор-менеджмента при продвижении мероприятий |
| 17 | Технологии инфлюенс-маркетинга  (работа с блогерами)  при продвижении мероприятий |
| 18 | Масштабирование событий. Технологии и формы. Примеры |
| 19 | Креативные коллаборации в продвижении событий |
| 20 | Фандрайзинг как инструмент продвижения событий |

## **1.2 Темы письменных работ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Рабочей программой дисциплины не предусмотрено. |

## **1.3 Контрольные точки**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер контрольной точки** | **Тип контрольной точки** | **Способ проведения** | **Номера тем** |
| 1 | Кейс-задание | с помощью технических средств и информационных систем | 1-3 |
| 2 | Информационно-аналитическая работа | письменно | 4-5 |
| 3 | Текущий контроль | с помощью технических средств и информационных систем | 1-6 |

## **1.4 Другие объекты оценивания**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Рабочей программой дисциплины не предусмотрено. |

## **1.5 Самостоятельная работа обучающегося**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименования самостоятельной работы** | **Номера тем** |
| Выполнение домашних заданий | 1-6 |

## **1.6** **Шкала оценивания результата**

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| Баллы | Оценка |
| <=54 | неудовлетворительно |
| 55-69 | удовлетворительно |
| 70-84 | хорошо |
| >=85 | отлично |

**Шкала оценивания результата**

|  |  |
| --- | --- |
| 2 (балл до 54) | Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены.  Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат. |
| 3 (балл 55-69) | Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены.  Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер. |
| 4 (балл 70-84) | Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.  Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения. |
| 5 (балл 85-100) | Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены.  Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход. |