



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института истории и культуры

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01 Event-менеджмент в туризме

**Направление подготовки:** 43.03.01 *Сервис*

**Направленность (профиль):** *Событийный, анимационный сервис и event-менеджмент*

**Квалификация (степень):** *бакалавр*

**Форма обучения:** *очная*

**Институт:** истории и культуры

**Кафедра:** кафедра туризма и гостиничного дела

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	III		
Семестр/триместр	6		

Лекции	26		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	39		
в т. ч. практическая подготовка	4		
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет с оценкой		
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	43		

**Всего часов: 108**

**Трудоемкость: 3 зачетных единиц.**

Разработчик(и) рабочей программы:

Старший преподаватель кафедры Т и ГД Карасева Г.Ю.

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Цель изучения дисциплины:** ознакомление с современными технологиями и основами управленческой деятельности в сфере event.

**Задачи изучения дисциплины:**

- ознакомление с основами управленческой деятельности в шоу-бизнесе;
- обучение средствам и приемам оформления и стилевого решения шоу;
- рассмотрение задач правового регулирования в сфере event.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в рамках вариативной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б1. Дисциплины (модули).

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2	Знать: - способы проектирования решения конкретной задачи проекта, определения оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: - способы проектирования решения конкретной задачи проекта в индустрии событий
	Уметь: - формулировать совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение; - качественно решать конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время	Умеет: - формулировать совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение; - качественно решать конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время
	Владеть: - навыками определения ожидаемых результатов решения поставленных задач; - навыками публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности	Владеет: - навыками определения ожидаемых результатов в деятельности по оказанию услуг организации мероприятий - навыками публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности
ПКС-1	Знать: - цель и задачи деятельности подразделений деятельности сервисного предприятия	Знает: - цель и задачи деятельности подразделений деятельности шоу-бизнесе
	Уметь: - организовать выполнение цели и задач деятельности подразделений сервисной деятельности предприятия; - производить выбор организационных	Умеет: - организовать выполнение цели и задач деятельности подразделений предприятия по оказанию услуг организации мероприятий

	решений для формирования сервисной системы обслуживания	- производить выбор организационных решений для формирования сервисной системы обслуживания на предприятиях индустрии развлечений
	Владеть: - навыками принятия организационных решений по развитию клиентурных отношений предприятия; - навыками организации оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) предприятия сервиса в материальных ресурсах и персонале	Владеть: - навыками принятия организационных решений по развитию клиентурных отношений предприятия бизнеса развлечений; - навыками организации оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) предприятия сервиса в материальных ресурсах и персонале

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

**с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу**

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Тема 1. Шоу-бизнес как мобильно развивающаяся область сферы услуг	10	2	4	0	4
2.	Тема 2. Сегмент воздействия и целевая аудитория	10	2	4	0	4
3.	Тема 3. Психологический портрет личности артиста	12	4	4	0	4
4.	Тема 4. Роль и функции продюсера	10	2	4	0	4
5.	Тема 5. Штатная структура творческо-производственного персонала	10	2	4	0	4
6.	Тема 6. Основные формы организационно-экономического сотрудничества шоу-бизнеса	10	2	4	0	4
7.	Тема 7. Спонсорство как источник финансирования шоу-бизнеса	12	4	4	0	4
8.	Тема 8. Нормативно-правовая база в области бизнеса развлечений	10	2	4	0	4
9.	Тема 9. Авторское и смежные права	10	2	4	0	4
10.	Тема 10. Борьба с пиратством	8	2	2	0	4
11.	Тема 11. Понятие	6	2	1	0	3

	договора и его типы					
	Зачет с оценкой	-	-	-	-	
	Итого за 6 семестр	108	26	39	0	43
	в т.ч. практическая подготовка	4				
	ИТОГО:	108	26	39	0	43

**Очно-заочная форма обучения не реализуется**

**Заочная форма обучения не реализуется**

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы.

#### **Типовой вариант контрольной работы**

**1. Этот вид финансовой поддержки является наиболее распространенным источником финансирования шоу-бизнеса. Взамен денег предоставляется пакет рекламных услуг:**

- а) средства меценатов
- б) средства инвесторов и спонсоров
- в) собственные средства фирмы или компании
- г) бюджетные средства

**2. В чем заключается основная выгода проведения карнавала:**

- а) карнавал служит специальной накопительной системой для осуществления выплат гражданам под определенные цели
- б) активизация туристического бизнеса
- в) повышение рождаемости
- г) снижение криминогенной обстановки

**3. Ключевой фигурой в процессе организации и постановки зрелищных форм является..:**

- а) продюсер
- б) актер
- в) звукорежиссер
- г) сценарист

**4. Установите соответствие**

А. Мюнхен	а) Праздник Святого Патрика
Б. Дублин	б) Октоберфест
В. Валенсия	в) Праздник Лас-Фальяс
Г. Эдинбург	г) Фестиваль искусств

**5. Мифологизация артиста в шоу-бизнесе это:**

- а) смена имиджа артиста
- б) намеренное приукрашивание биографии исполнителя, его отношения с публикой, образования коллектива
- в) артист реконструирует одежду мифологического персонажа
- г) выбор раз и навсегда неизменной позиции

**6. Установите соответствие.**

А. спонсорство	а) поддержка и поощрение, оказываемые отдельными лицами или фондами деятелям и учреждениям искусства,
----------------	---

	культуры, науки и образования
Б. меценатство	б) финансовая и иная помощь юридического лица в пользу благотворительной деятельности (адресного сбора, акции или кампании) с целью реализации собственных маркетинговых (коммерческих) целей.
В. благотворительность	в) особый вид опеки и попечительства
Г. патронаж	г) оказание помощи (безвозмездной или на льготных условиях) тем, кто в ней нуждается

#### 7. Установите соответствие

А. Субъект авторского права	а) исполнение
Б. Объект авторского права	б) хореограф
В. Субъект смежных прав	в) артисты-исполнители
Г. Объект смежных прав	г) музыкальное произведение

#### 8. Распределите:

А. Российская ассоциация музыкальных продюсеров	а) регистрирует право
Б. Российское авторское общество	б) проводит консультации
В. ASCAR	

#### 9. Знак авторского права:

- а) #
- б) @
- в) ©

#### 10. Проанализируйте и укажите причины коммерческого успеха группы BTS (Южная Корея), неоднократно внесенных в Книгу Гиннеса (23 рекорда).



Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с оценкой с использованием следующих оценочных материалов:

**Вопросы к зачету с оценкой  
(6 семестр, очная форма обучения)**

1. Основные проблемы, существующие сегодня в сфере шоу-бизнесе.
2. Функции шоу-бизнеса в современном обществе, его место и значение на рынке услуг.
3. Приведите примеры карнавальных традиций европейских и российских городов.
4. Приведите примеры событийных мероприятий, используемых для продвижения туризма в российских регионах.
5. Приведите пример имиджа артиста или музыкальной группы с узким сегментом воздействия. Например, целевая аудитория артиста N - девочки-подростки.
6. Приведите в пример артиста, имидж которого на протяжении музыкальной карьеры неоднократно менялся.
7. Приведите в пример артиста, имидж которого был неизменен на протяжении всей музыкальной карьеры.
8. Поясните на примерах суть действия архетипов в создании имиджа артиста.
9. Перечислите функции продюсера и основные направления продюсерской деятельности.
10. Специалисты, из которых формируется творческий состав организаций, поставляющих продукции шоу-бизнеса на рынок.
11. Перечислите менеджерский состав организации и определите его функции.
12. Проанализируйте процесс создания кинофильма.
13. Проанализируйте процесс создания музыкального альбома.
14. Охарактеризуйте роль интернет-технологий в продвижении продукта шоу-бизнеса на рынок.
15. Роль промоутера в продвижении артиста.
16. Бытовой и технический райдер.
17. Приведите примеры гастрольных туров, ставших яркими элементами рекламной кампании артиста.
18. Источники финансирования в шоу-бизнесе.
19. Процессы формирования бюджета радиостанции.
20. Процессы формирования бюджета фильма.
21. Процесс формирования бюджета ТВ- программы.
22. Проиллюстрируйте процессы формирования бюджета постановки шоу.
23. Доходные и расходные статьи выпуска альбома.
24. Цель менеджмента в шоу-бизнесе.
25. Международные конвенции в области охраны авторских и смежных прав, к которым присоединилась Россия.
26. Авторское право
27. Неимущественные и имущественные права.
28. Права по распространению аудиовизуальных произведений, которыми обладают радиостанции и телевизионные организации.

29. Закон об использовании фонограмм в коммерческих целях, например, в ресторанах и в кафе.

30. Каким образом производители аудио- и видеопродукции борются с пиратством?

31. Российские структуры, которые занимаются защитой авторских прав.

32. Структуры, которые занимаются защитой авторских прав в США.

33. Охарактеризуйте российский тип договора.

34. Охарактеризуйте англо-саксонский вариант договора.

35. Охарактеризуйте континентальный вариант договора.

36. Особенности договоров в области шоу-бизнеса, заключаемых на территории России.

#### **IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **4.1. Основная литература**

1. Рукомойникова, В. П. Технологии шоу-бизнеса : учебное пособие : [16+] / В. П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 80 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570651> (дата обращения: 01.09.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-2093-7. – Текст : электронный.

##### **4.2. Дополнительная литература**

1. Чернышева, Т. Л. Анимационные технологии в сфере услуг : учебное пособие : [16+] / Т. Л. Чернышева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 94 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576171> (дата обращения: 24.11.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3195-5. – Текст : электронный.

#### **V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	<a href="http://www.tophotels.ru">http://www.tophotels.ru</a>	TopHotels (ведущий сайт об отелях на русском языке)	индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="http://www.all-hotels.ru">http://www.all-hotels.ru</a>	Все отели России	индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

3.	<a href="http://www.booking.com">http://www.booking.com</a>	Booking.com	индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
4.	<a href="http://www.new-hotel.ru">http://www.new-hotel.ru</a>	New Hotel. Индустрия гостеприимства	индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

## **VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

1.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

## **VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

## **VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).



Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.