

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, ФИЛОЛОГИИ  
И ПОЛИТОЛОГИИ

Кафедра связей с общественностью и рекламы

## ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

*Учебно-методическое пособие*



Барнаул

---

Издательство  
Алтайского государственного  
университета  
2019

**Составители:**

кандидат филол. н., доцент *Л.М. Комиссарова*

**Рецензент:**

кандидат филол. н., доцент *Е.В. Валюлина*

Учебно-методическое пособие содержит учебные материалы и методические рекомендации, способствующие усвоению дисциплины «Организация специальных событий».

Издание предназначено для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Подписано в печать 02.07.2019. Формат 60x84/16

Усл.-печ. л. 0,70. Тираж 100 экз. Заказ № 361

Типография Алтайского государственного университета:  
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методическое пособие «**Организация специальных событий**» предназначено для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», а также для преподавателей, работающих в данной области. В курсе предусмотрены лекционные и практические занятия.

Пособие содержит темы и краткое содержание лекционных занятий, материалы к практическим занятиям, список вопросов к зачету. В ходе освоения дисциплин формируются базовые и профессиональные компетенции, предусмотренные ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и необходимые для профессиональной деятельности выпускника.

## **Тематика и содержание лекционных занятий**

### ***Раздел 1. Специальное событие как инструмент коммуникаций организации***

**Тема 1.** Сфера, понятие и классификации специальных событий. Тип организации и специальное событие. Мероприятия, ориентированные на внешние ЦА. Внутрикорпоративные мероприятия. Мероприятия для СМИ. Массовые мероприятия. Сфера, понятие и классификации специальных событий.

### ***Раздел 2. Подготовительный этап организации специального события***

**Тема 2.** Формирование общей концепции мероприятия: выбор цели, анализ рынка и/или среды и контекста события, конкурентная среда, определение масштаба, названия мероприятия, тематики мероприятия

**Тема 3.** Целевая аудитория специального события: определение целевых групп, мотивационный анализ ЦА. Выбор площадки и времени проведения спецсобытия. Продюсирование специальных событий.

**Тема 4.** Формирование основной идеи мероприятия, креативной концепции, разработка коммуникационной стратегии и тактики. Формы репрезентации креативной концепции в фирменный стиль события, оформление площадки, сувенирная продукция, интерактивные элементы и др. сопровождающая атрибутика. Медиапланирование в организации спецсобытия.

**Тема 5.** Сценарий в организации спецсобытия: типы и функции сценариев. Сценарий мультимедийного сопровождения. Сценарий для ведущих мероприятия. Сценарий технического сопровождения (райдер). Сценарий музыкального и звукового сопровождения события. Сценарий размещения и передвижения участников события.

**Тема 6.** Партнеры и подрядчики в организации спецсобытия. Агентства специальных событий. Спонсорство и благотворительность специальных мероприятий. Кейтеринг. Документационное обеспечение специального события.

### ***Раздел 3. Этап проведения мероприятия. Оценка эффективности специального события.***

**Тема 7.** Проведение специального события: управление процессом. Антикризисный ивент-менеджмент. Методы оценки эффективности специального события: медийная, коммуникативная, коммуникационная и маркетинговая эффективность

## **Тематика и содержание практических занятий**

### ***Раздел 1. Специальное событие как инструмент коммуникаций организации***

#### **Практическое занятие № 1**

**Тема 1.** Сфера, понятие и классификации специальных событий. Тип организации и специальное событие.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Презентация как специальное событие.
2. Выставка как специальное событие.
3. Конференция как специальное событие.
4. Симпозиум и фестиваль как специальные события.
5. Круглый стол и дискуссия как специальные события.

**Задание:** подготовьте доклад-презентацию на один из вопросов (на выбор)

#### **Практическое занятие № 2**

**Тема 2.** Сфера, понятие и классификации специальных событий. Тип организации и специальное событие.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Корпоративные праздники как специальное событие.
2. Спортивные мероприятия как специальное событие.
3. Тимбилдинг как специальное событие.
4. Тренинги, семинары как специальное событие.
5. Мастер-классы как специальное событие.

**Задание:** подготовьте доклад-презентацию на один из вопросов (на выбор)

#### **Практическое занятие № 3**

**Тема 3.** Сфера, понятие и классификации специальных событий. Тип организации и специальное событие.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Пресс-конференция как специальное событие.
2. Пресс-ланч как специальное событие.
3. Флеш-моб, смарт-моб, акции как специальное событие.

**Задание:** подготовьте доклад-презентацию на один из вопросов (на выбор)

***Раздел 2. Подготовительный этап организации специального события***

**Практическое занятие № 4**

**Тема 4.** Методы анализа среды/контекста специального события.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Количественные методы среды/контекста специального события.
2. Качественные методы среды/контекста специального события.

**Задание:** подготовьте анализ среды/контекста специального события, используя качественные или количественные методы исследования.

**Практическое занятие № 5**

**Тема 5.** Сегментирование целевой аудитории. Мотивационный анализ целевой аудитории.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Принципы сегментирования целевой аудитории специального события. Первичные и вторичные целевые аудитории.
2. Мотивы и классификация специальных событий: профессиональные, коммуникативные мотивы, мотивы личностного развития и структурирования свободного времени.

**Задание:** проанализируйте мотивацию целевой аудитории выбранного специального события

**Практическое занятие № 6-7**

**Тема 6.** Креативные методики в формировании концепции мероприятия.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Референс и прототип специального события: методы поиска и сбора информации.
2. Рациональные методики разработки креативной концепции специального события.

3. Иррациональные методики креативной концепции специального события.
4. Критерии оценки качества креативной концепции специального события.

**Задание:** предложите несколько идей для специального события выбранного класса. Оценив по критериям, выберите наиболее качественную и на ее основе сформируйте креативную концепцию специального события.

### **Практическое занятие № 8-9**

**Тема 7.** Разработка фирменного стиля мероприятия. Полиграфия спецсобытия. Ивент-фишки.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Ивент-дизайн: понятие и структура.
2. Требования к полиграфической продукции специального события: приглашение, афиша, раздаточный материал.
3. Нестандартные элементы дизайна события.

**Задание:** используя референсы, разработайте фирменный стиль события.

### **Практическое занятие № 10-12**

**Тема 8.** Разработка сценария проведения мероприятия. Знакомство и разработка типов сценария.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Разработка сценария-концепции специального события.
2. Сопровождающие сценарии: мультимедийный сценарий.
3. Сопровождающие сценарии: музыкальный сценарий.
4. Сопровождающие сценарии: сценарий для ведущих.
5. Сопровождающие сценарии: технический сценарий.
6. Сопровождающие сценарии: логистический сценарий.
7. Сопровождающие сценарии: сценарий спецэффектов.
8. Сопровождающие сценарии: сценарии фото-, видеоотчетов.

**Задание:** разработайте концептуальный сценарий специального события.

### **Практическое занятие № 13-15**

**Тема 9.** Знакомство с сопровождающей документацией специального события.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Внешняя документация специального события: договор, бриф, сметная документация, отчет и др.
2. Внутренняя документация: план-график организации, бюджетный план, медиаплан, анкеты обратной связи, др.
3. Сопутствующая документация.

**Задание:** подготовьте пакет документов к разработанному специальному событию.

***Раздел 3. Этап проведения мероприятия. Оценка эффективности специального события.*****Практическое занятие № 16-18**

**Тема 10.** Проведение специального события.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Методы оценки эффективности специального события: медийная эффективность.
2. Методы оценки эффективности специального события: коммуникационная эффективность.
3. Методы оценки эффективности специального события: маркетинговая эффективность

**Задание:** оцените медийную, коммуникационную и маркетинговую эффективность проведенного специального события.

**Список литературы и источников для подготовки к практическим занятиям**

1. Горохов В.М., Гринбенрг Т.Э. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии: учеб. пособие М.: Аспект Пресс, 2011
2. Гундарин М. В. Организация и проведение PR-кампаний: учебное пособие Барнаул : Изд-во Алт ун-та, 2010
3. Кузнецов Вадим Федорович Связи с общественностью: теория и технологии: учеб. для вузов. Гриф МО М. : Аспект Пресс// "Университетская библиотека онлайн", 2009
4. Маслова, В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: учеб. пособие. Гриф МО М.: Вузовский учебник, 2009



### **Перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Специальные события как инструмент управления коммуникациями в профессии специалиста по связям с общественностью.
2. Сфера, понятие и классификации специальных событий в связях с общественностью.
3. Тип организации и специальное событие.
4. Мероприятия, ориентированные на внешние ЦА: функции, классификации, общая характеристика.
5. Типы и формы документации для мероприятий, ориентированных на внешние ЦА.
6. Внутрикorporативные мероприятия: функции, классификация, общая характеристика.
7. Типы и формы документации для внутрикorporативных мероприятий.
8. Мероприятия для СМИ: функция, классификация, общая характеристика.
9. Типы и формы документации для мероприятия, ориентированных на СМИ.
10. Массовые мероприятия: функции, классификация, общая характеристика.
11. Типы и формы документации для массовых мероприятий.
12. Формирование концепции мероприятия: выбор цели, методы анализ рынка и конкурентной среды/социокультурного контекста, определение и исследование целевых групп мероприятия.
13. Формирование концепции мероприятия: определение масштаба, выбор тематики, названия и места и времени (площадки) проведения мероприятия.
14. Идея и концепция специального события: креативные методики создания.
15. Креативная идея и дизайн-концепция специального события.
16. Сценарий мероприятия как репрезентация концепции специального события. Принципы и правила написания сценария.
17. Типы сценариев специального события: логико-композиционный и текстовый сценарии.
18. Типы сценариев специального события: сценарии звукового и технического сопровождения (райдер).

19. Проблемы и специфика концепций и сценариев мероприятий, ориентированные на внешние ЦА.
20. Проблемы и специфика концепций и сценариев внутрикорпоративных мероприятий.
21. Проблемы и специфика концепций и сценариев массовых мероприятий.
22. Организация мероприятия: распределение функций, план-график мероприятия.
23. Бюджет мероприятия: проблемы и способы оптимизации.
24. Организация мероприятия: работа со спонсорами и клиентской базой.
25. Организация мероприятия: формирование фирменного стиля,
26. Коммуникационное сопровождение специального события: выбор каналов информирования. Медиаплан мероприятия.
27. Нетрадиционные способы продвижения специального события.
28. Продвижение специального события в социальных сетях.
29. Анализ результатов/эффективности специального события. Формы отчетов.

**Типовое практическое задание к зачету:** предложите примерную разработку внутрикорпоративного события крупной компании: идею и креативную концепцию, примерный сценарий, список партнеров, медиастратегию и стратегию продвижения, примерный бюджет, расчеты эффективности.

## **Методические указания к проведению занятий**

### **Вопросы к практическим занятиям**

В рамках проведения практических занятий студентам предоставляется список обсуждаемых вопросов по соответствующей теме. Для подготовки к ответу студент должен использовать обязательную и дополнительную литературу, электронные источники. Максимальная оценка ответа студента -5 баллов.

## **Практические задания**

Последовательное выполнение практических заданий, связанных с тематикой лекционных и практических занятий, в конечном итоге приводит к формированию организационных способностей различного типа и направленного на определенную целевую аудиторию. Данный подход позволяет закрепить теоретические знания и отработать умения и практические навыки.

## **Вопросы к зачету**

На зачетном собеседовании студенту задаются два теоретических вопроса из приведенного списка и практическое задание, соответствующие содержанию формируемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. На ответ студенту отводится 15 минут. За ответ на вопросы и задание студент получает зачет/незачет.