



ФГОС ВО
(версия 3++)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Челябинск 2026

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»**

Кафедра социально-культурной деятельности

**Фонд оценочных средств
по дисциплине
«Событийный менеджмент»**

**программа бакалавриата
«Менеджмент социально-культурной деятельности»
по направлению подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность
квалификация: бакалавр**

Челябинск 2026

Фонд оценочных средств по дисциплине «Событийный менеджмент» составлен в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Автор-составитель: Е. В. Семенова, доцент кафедры социально-культурной деятельности, к.п.н., доцент

Фонд оценочных средств по дисциплине «Событийный менеджмент» как составная часть ОПОП на заседании совета культурологического факультета рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 8 от 22.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023 / СМД Мд.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Событийный менеджмент» как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 8 от 29.05.2023.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Событийный менеджмент» продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026
2027/28	
2028/29	

1. СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

- ФОС в составе рабочей программы дисциплины;
- базой тестовых заданий, позволяющих оценить сформированность компетенций по дисциплине;
- материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

2. ФОС В СОСТАВЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от 22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

6.2.1. *Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования* Таблицы 8, 9

6.2.2. *Описание шкал оценивания.*

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене (пятибалльная система). Таблица 10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. *Материалы для подготовки к экзамену.* Таблица 12, 13.

6.3.2. *Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.*

6.3.3. *Методические указания по выполнению курсовой работы.*

6.3.4. *Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.*

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

3. БАЗА ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ, ПОЗВОЛЯЮЩИХ ОЦЕНИТЬ СФОРМИРОВАННОСТЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ПК-2. Готов осуществлять социально-культурное проектирование на основе изучения запросов населения, с учетом возраста, образования, социальных, национальных и других различий социальных групп

1. Мероприятие, которое изменяет отношения целевых аудиторий и бренда и обладает в их глазах субъективной значимостью можно назвать...

- а) общественно значимым событием;
- б) **специальным событием**;
- в) социально значимым событием;
- г) целевым событием.

2. Объединение людей по принципу общности (родства, профессии, национальности, расы, интересов, хобби) относится по характеру целей события к...

- а) **интеграционным**;
- б) праздничным;
- в) маркетинговым;
- г) образовательным.

3. Проектируя специальные события, учитываются в качестве главных социальных функций их ресурсы как...

- а) повода для личных контактов не только обычных, но и статусных, авторитетных и т. п. людей;
- б) условий для формирования круга друзей организации, обеспечивающие им хорошие поводы для паблсити и продвижения привлекательного имиджа;
- в) привлечения внимания общественности, обеспечения хороших возможностей паблсити (популярности, известности и узнаваемости) фирмы, ее брендов;
- г) привлечения внимания СМИ, конкретных журналистов.

4. *Spin doctor* – это в событийном менеджменте:

- а) инициатор события;
- б) **менеджер новостей**;
- в) менеджер события;
- г) организатор события.

4. МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УМЕНИЙ И ВЛАДЕНИЙ
(ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

№ п/п	Темы практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1	Тема 1. Специальное событие в современном обществе и деловой практике	ПК-2
2	Тема 2. Виды специальных событий и общественных мероприятий	ПК-2
3	Тема 3. Интерактивная технология событийного менеджмента	ПК-2
4	Тема 4. Проектирование и реализация события	ПК-2

Материалы для выполнения практико-ориентированных заданий

Задание № 1. Специальное событие в современном обществе и деловой практике
«Событийный менеджмент помимо собственно «связей с общественностью», включает в себя особые: инструменты, методы, сферы применения, у него особый круг исполнителей и заказчиков, ему обязательно предшествует предварительное исследование ситуации и конкурентов, а также наличествует обратная связь между адресанта-

ми и адресатами. Иначе суть этого понятия в интересующем аспекте можно представить отдельными понятиями или их совокупностью: контроль; обмен по принципу «вход-выход»; «субъект-объектное взаимодействие»; реакция общественной среды как результат формулирования различных интересов и их объединения вокруг пользующихся широкой поддержкой символов, лозунгов, программ. В конечном итоге, все это в совокупности и влечет за собой значимые последствия» [Близняк, Р. З. Основные понятия событийного менеджмента в системе электоральных коммуникаций / Р. З. Близняк // Теория и практика общественного развития. – 2010. - №4. – С. 129-132, С. 130].

На основании приведенной цитаты, представьте в виде схемы модель событийного менеджмента.

Задание № 2. Виды специальных событий и общественных мероприятий

«Специальные события можно классифицировать по следующим типам:

- рабочие мероприятия, фокусирующиеся на обмене информацией и знаниями, первично ориентированные на познавательную реакцию;

- информативные мероприятия, представляющие собой обобщающие типы событий, «упакованные» в развлекательную программу с целью достижения более высокой активности и восприимчивости аудитории;

- мероприятия, ориентированные на организацию свободного времени, на общение и развлечение, генерирование социального эмоционального воздействия» [Близняк, Р. З. Основные понятия событийного менеджмента в системе электоральных коммуникаций / Р. З. Близняк // Теория и практика общественного развития. – 2010. - №4. – С. 129-132, С. 131].

Предложите по каждому из типов социально-культурное мероприятие. Будьте готовы обосновать его принадлежность к конкретному типу.

Задание № 3. Интерактивная технология событийного менеджмента

«Начиная программу, коллектив исполнителей во главе с ведущим (ведущими) и режиссером должны четко представлять, *с чего они начнут, как продолжат и к чему придут в финале*. Это классическая схема работы. В чем же отличие интерактивных программ? В них присутствует еще один участник - **зрители**. Зритель всегда хочет принять участие в действии, и интерактивные программы проходят на порядок эффективнее, чем экспозиционные шоу. А если у нового участника праздника, т.е. нового социального партнера есть свои желания, их необходимо выявить и учесть в программе прямо по ходу праздника. Так появляется *элемент импровизации или интерактивности*. Лучшая импровизация - заранее выученная композиция — так шутят музыканты. В этом есть доля шутки, и профессиональные режиссеры всегда пытаются предвидеть возможные желания зрителей. Следовательно, сценарий от начала к финалу в данном случае будет являться главным вектором, а желание зрителей и их массовая реакция — внешним воздействием на систему.

... Частый случай, приводящий к необратимым ошибкам и провалам, — это *уход в сторону реализации желаний участников любой ценой*. Организаторы должны в каждый момент действия отдавать себе отчет о происходящем на мероприятии и полностью контролировать его, не поддаваясь эйфории праздника, штатным ситуациям, разогретой действием или алкоголем публике» [Тульчинский, Г. Л. Алгоритм содания эффективного события / Г. Л. Тульчинский // Образование и бизнес-образование в России и за рубежом : <https://ubo.ru/articles/?cat=137&pub=3077>].

Как сохранить баланс между интерактивностью и отклонением от цели на поводу у аудитории?

Задание № 4. Проектирование и реализация события

«Правило 1. Единство и ограниченность пространства и времени. Необходимо заранее составить четкий регламент проведения мероприятия и ознакомить с ним всех участников. Это позволит и организаторам, и приглашенным ориентироваться в расписании, а мероприятие не выйдет за оговоренные временные рамки. Если будет организована большая общая площадка, то основная часть участников будет сконцентрирована в одном месте. Это позволит максимально сфокусировать внимание потенциальных клиентов на продвигаемом продукте.

Правило 2. Тотальное присутствие бренда. Желательно использование символики компании на всех предметах, раздаточных материалах. Так ни один, даже случайный участник мероприятия не забудет, куда он пришел и кто организатор события.

Правило 3. Взаимообмен материальных и нематериальных ценностей. При планировании бюджета мероприятия не стоит урезать расходы на сувениры, призы и подарки участникам. Эмоции и впечатления, которые останутся у участников после события, очень важны для формирования лояльности к бренду.

Правило 4. Принцип субъективности. Какими бы красивыми словами вы ни описывали ваш продукт, потребитель сформирует свое собственное мнение. Поэтому важно, чтобы большая часть участников мероприятия остались довольны. Даже если будут люди, которых вы не смогли должным образом впечатлить, есть шанс, что они передумают. Мы часто меняем свое мнение о каком-либо событии или бренде, читая положительные отзывы других участников. Так устроен событийный маркетинг - он не просто формирует лояльность к бренду, но и манипулирует отношением потребителей к нему.

Правило 5. Принцип участия. Грамотно организованное мероприятие строится на постоянном взаимодействии с аудиторией. Это позволяет наладить контакт с потенциальными клиентами, настроиться на позитивный лад, позволить участникам почувствовать себя частью компании и сформировать положительное отношение к ней.

Правило 6. Непрерывное консультирование клиента. Представители компании на протяжении всего мероприятия должны контактировать с аудиторией: рассказывать о продукте, предлагать протестировать или попробовать его. Это дает возможность клиентам сформировать свое субъективное мнение о товаре, а также почувствовать заботу компании о себе.

Правило 7. Организация с учетом интересов и образа жизни целевой аудитории. Ориентация на предпочтения потенциальных клиентов очень важна. Не стоит приглашать вегетарианцев на дегустацию нового сорта сосисок или колбасы. Или женщин, предпочитающих носить только юбки и платья, на открытие нового джинсового магазина. Это вызовет обратный эффект» [Пядышева, Т. Г., Слогодский, Д. А. Разработка концепции подготовки и проведения специального мероприятия / Т. Г. Пядышева, Д. А. Слогодский // 2018. – Т. 4. - №13. – С. 57-63, С. 60].

Проиллюстрируйте правила примерами событий социально-культурной сферы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ В ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024		Без изменений
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025		
2026/27	Протокол № 10 от 25.05.2026		
2027/28	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		
2028/29	Протокол № ДД.ММ.ГГГГ		