Краевое государственное автономное образовательное учреждение
«Краевой центр образования»

Утверждено
на заседании
педагогического совета
протокол № 1
от «29»__августа_2014 г.

ПРОГРАММА
«Event-менеджмент»

Срок реализации программы - 7 лет

Автор:
Нагаева Анна Игоревна – тьютор

г. Хабаровск 2014

Пояснительная записка

Роль Event-мероприятий в деятельности современных компаний в настоящее время неуклонно растет. Исключительные события приобретают все большую актуальность как коммерчески значимые явления, как средство предпринимательской коммуникации и активизации целевых групп. Увеличение интереса к данному направлению связано, с одной стороны, с удорожанием стоимости размещения прямой рекламы, а с другой - с падением ее эффективности.

Потребитель стал более требовательным. Люди хотят получить новые впечатления, стать частью событий, влиять на их ход и уйти с радостным чувством причастности к чему-то большому. Event-мероприятия – это мероприятия, проводимые для привлечения внимания общественности к организации, её деятельности, товарам, услугам, для формирования паблисити и позитивного имиджа.

Со времен возникновения Event-индустрии в нашей стране прошло уже более 20 лет, однако, профессиональное образование в этой области практически отсутствует. Существует мнение, что event-специалист – это не профессия, которой нужно учиться, а набор навыков, приобретаемых опытным путем. Отчасти это так – любой специалист становится настоящим профессионалом только на практике, но, в связи с ростом интереса к этой профессии, все сильнее чувствуется необходимость в ведении данной специализации в высшие учебные заведения.

Event-менеджмент (событийный менеджмент) - это полный комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий. Пройдя обучение в рамках этой подпрограммы, учащийся получит большой пласт теоретических знаний и практических навыков в сфере Event-менеджмента, а, значит, будет обладать основными принципами организации, планирования, управления, которые могут пригодиться в дальнейшем практически в любой сфере деятельности.

Новизна подпрограмы состоит в том, что впервые он рассчитан на учеников 5-11 классов и охватывает не только этапы организации мероприятия, его финансовое планирование, продвижение, но и тайм-менеджмент, основы ведения мероприятия, основы дизайна, работу с интернет-ресурсами, инструменты развития креативного мышления и т.п.

Цель подпрограммы:

- формирование у учащихся навыков проведения различных мероприятий;
- освоение основных методов планирования, организации и управления;
- написание проекта по организации своего мероприятия (следуя основным принципам и правилам написания творческих и социальных проектов).

Задачи:

- развивать организаторские способности;
- развивать креативное мышление;
- сформировать навыки планирования;
- обеспечить возможность самореализации подростка;
- ознакомить с основами бюджетного планирования;
- научить правильно презентовать себя, свои проекты.

Направленность подпрограммы: социально-педагогическая.

Возраст обучающихся: 11-17 лет.

Срок реализации: 7 лет.

Объем подпрограммы: 2 занятия в неделю по 1 часу за год 72 часа.

Количество учащихся в группе: 12-20 человек.

Формы занятий: В ходе обучения используются различные формы и методы совместной деятельности с учетом возрастных особенностей обучающихся: беседы, лекции, деловые, интерактивные и ролевые игры, тренинги, творческие задания, конкурсы, проигрывание ситуаций, дискуссии, проектирование, индивидуальная подготовка информации, работа в микрогруппах, написание своих проектов.

Формы контроля: наблюдение**,** тестирование, анкетирование, собеседование, конкурсы.

Формы подведения итогов: участие в качестве администраторов на различных мероприятиях школы; начиная со второго года обучения – совместная организация ежегодного мероприятия; по завершению спецкурса – наличие написанного проекта по организации собственного мероприятия, отвечающего основным требованиям различных конкурсов проектов.

Учебно-тематический план первого года обучения:

№	Тема	Количество часов		
		Теория	**Практика**	**Всего**
1 часть подпрограммы: Понятие, виды мероприятий. Цель, целевая аудитория				
1	Вводное занятие. Знакомство	2	2	2
2	Развитие сферы организации мероприятий	2	2	2
3	Определение понятия «мероприятие». Его отличительные черты	2	2	4
4	Досуг. Свободное время. Потребность в мероприятиях	2	2	2
5	Классификация мероприятий по типу	4	6	10
6	Финансовая классификация мероприятий	2	2	4
7	Иные классификации мероприятий	2	4	6
8	Целевая аудитория	2	4	4
9	Цель и задачи мероприятия	3	5	6
10	Этапы работы над мероприятием	6	10	16
11	Итоговое занятие	2	4	6
Итого часов:		**29**	**43**	**72**

Содержание подпрограммы первого года обучения:

Тема занятия	Теория	Практика
1 часть подпрограммы: Понятие, виды мероприятий. Цель, целевая аудитория		
Вводное занятие. Знакомство	Правила техники безопасности. Знакомство. Ввод в тематику занятий	Игры на знакомство, ознакомление с программой, темами, с расписанием, техникой безопасности
Развитие сферы организации мероприятий	История появления мероприятий. Примеры мероприятий в мировой	Игры на взаимодействие. Игра – ознакомление с мероприятиями в мировой истории и современном

	истории. Влияние мероприятий на личность и общество	мире
Определение понятия «мероприятие». Его отличительные черты	Что такое мероприятие? Различные подходы к термину «мероприятие». Отличительные черты мероприятия. Что является мероприятием и что не является таковым	Игры на взаимодействие и сплочение. Определение признаков мероприятия. Игра на понимание, что является мероприятием
Досуг, свободное время. Потребность в мероприятиях	Понятие досуга и свободного времени. Возникновение потребности в мероприятиях. Различные альтернативы мероприятиям	Игры на взаимодействие и сплочение. Выявление различных потребностей личности и общества, с появлением которых возникает необходимость в тех или иных мероприятиях. Закрепление понятия «мероприятие» и его роль в жизни человека и общества
Классификация мероприятий по типу	Понятие классификации. Существование различных классификаций мероприятий. Классификация по типу: деловые, учебные и образовательные, развлекательные, торжественные, массовые, спортивные, благотворительные, для прессы. Отличительные черты мероприятий, влияющих на их классификацию по типу. Необходимость и актуальность различных мероприятий.	Игры на взаимодействие и сплочение. Игра на знание различных мероприятий. Поиск примеров мероприятий на жизненном опыте ребенка. Работа по группам, направленная на поиск и систематизацию особенностей различных типов мероприятий. Анализ различных типов мероприятий на примерах масштабных и известных мировых и российских мероприятий. Тестирование
Финансовая классификация мероприятий	Основания классификации мероприятий с финансовой точки зрения. Мероприятия, направленные на привлечение прибыли. Мероприятия, не преследующие своей целью получение прибыли. Примеры	Игры на взаимодействие и сплочение. Рассмотрение и распределение конкретных мероприятий по финансовой классификации
Иные классификации мероприятий	Классификация мероприятий по направленности: внешние (публичные), внутренние и смешанные (комбинированные) мероприятия. Классификация мероприятий по территории проведения: локальные, региональные, федеральные и т.п. Классификация мероприятий по срокам проведения: краткосрочные и долгосрочные мероприятия.	Игры на взаимодействие и сплочение. Игра на умение классифицировать конкретные мероприятия. Викторина на знание видов и типов мероприятий

	Важность знания классификации мероприятия для его организации и проведения	
Целевая аудитория	Понятие аудитории и целевой аудитории. Определение целевой аудитории конкретных видов мероприятий. Влияние целевой аудитории на выбор вида мероприятия	Игры на взаимодействие и сплочение. Анализ конкретных мировых и российских мероприятий с точки зрения целевой аудитории. Игра на подбор вида и типа мероприятия для определенной целевой аудитории
Цель и задачи мероприятия	Понятие цели и задачи мероприятия. Отличие цели от задачи. Значимость определения целей и задач для установления типа, вида и идеи мероприятия	Игра на определение типа, вида и идеи мероприятия в зависимости от целей и задач мероприятия. Тестирование
Этапы работы над мероприятием	Основные этапы работы над любым мероприятием: исследования, разработка идеи мероприятия, подготовка, планирование и заключительный этап	Анализ конкретных мероприятий, произошедших с участниками группы, с точки зрения этапов работы над ними. Работа по группам: описание этапов работы над предложенными мероприятиями
Итоговое занятие	Подведение итогов работы за год.	Тестирование, анкетирование

Учебно-тематический план второго года обучения:

№	Тема	Количество часов		
		Теория	**Практика**	**Всего**
1	Повтор материала первого года обучения	0	2	2
2 часть подпрограммы: Этап подготовки мероприятия. Этап проведения мероприятия. Заключительный этап работы над мероприятием				
2	Значение этапа подготовки мероприятия	1	1	2
3	Определение времени проведения мероприятия	1	1	2
4	Программа мероприятия	2	2	4
5	Ресурсы, необходимые для организации мероприятия	2	2	4
6	Персонал	4	6	10
7	Партнеры и подрядчики	1	1	2
8	Материально-техническое обеспечение мероприятия	1	1	4
9	Место проведения мероприятия	4	6	10
10	Атмосфера. Правило пяти чувств	1	1	2
11	Информирование целевой аудитории	1	1	2
12	План работ	4	6	10
13	Этап проведения мероприятия	2	6	8
14	Заключительный этап работы над мероприятием	2	2	6
15	Итоговое занятие	0	8	4
Итого часов:		**26**	**46**	**72**

Содержание подпрограммы второго года обучения:

Тема занятия	**Теория**	**Практика**
Повтор материала первого года обучения	-	Повтор материала по темам: Мероприятие, классификация, цель и задачи, целевая аудитория, Этапы работы над мероприятием. Тестирование
2 часть подпрограммы: Этап подготовки мероприятия. Этап проведения мероприятия. Заключительный этап работы над мероприятием		
Этап подготовки мероприятия	Значение этапа подготовки мероприятия. Главные составляющие этапа	Анализ этапа подготовки мероприятия на примере конкретного мероприятия. Выбор

	подготовки мероприятия. Содержание этапа подготовки на примере конкретных мероприятий	Итогового мероприятия группы
Определение времени проведения мероприятия	Определение времени проведения мероприятия в зависимости от целевой аудитории, целей и задач мероприятия. Выбор времени года, дня недели, времени суток. Определение продолжительности мероприятия	Работа по группам: определение времени проведения и продолжительности мероприятий. Определение времени проведения и продолжительности Итогового мероприятия группы
Программа мероприятия	Что необходимо учитывать при составлении программы мероприятия. Виды программ в зависимости от типа мероприятия	Составление программы конкретно заданных мероприятий. Игра «Собери программу». Работа над программой Итогового мероприятия группы
Ресурсы, необходимые для организации мероприятия	Понятие ресурсов. Виды ресурсов. Финансы, люди, техника, место. Планирование ресурсов	Определение личных ресурсов каждого участника группы. Составление списка ресурсов, необходимых для организации Итогового мероприятия группы
Персонал	Понятие персонала. Персонал – ключевой элемент мероприятия. Подбор персонала для организации мероприятия. Эффективный обмен информацией. Организация работы персонала. Иерархия. Ответственность	Игры на командообразование. Игры на внимательность. Игры на умение передавать информацию. Совместная работа над распределением участников группы по функционалу для организации Итогового мероприятия группы
Партнеры и подрядчики	Понятие партнера и подрядчика. Случаи возникновения необходимости в партнерах и подрядчиках. Работа с подрядчиками	Игра-симулятор «Работа с подрядчиком». Определение необходимых партнеров и подрядчиков для организации Итогового мероприятия группы
Материально-техническое обеспечение мероприятия	Определение материально-технической базы, необходимой для организации мероприятия	Составление списка материально-технической базы, необходимой для организации Итогового мероприятия группы
Место проведения мероприятия	Значимость и критерии выбора места проведения мероприятия. Виды мест проведения мероприятий в зависимости от типа и вида мероприятия. Примеры рассадки на мероприятии. Заполняемость зала. Бронирование. Оформление места проведения мероприятия	Игра «Выбери площадку». Задачки по выбору рассадки на мероприятии. Разработка оформления Итогового мероприятия группы, расчет необходимых ресурсов для этого. Тестирование на тему «Ресурсы»
Атмосфера.	Создание атмосферы	Совместная разработка

Правило пяти чувств	мероприятия. Правило пяти чувств: зрение, слух, осязание, обоняние, вкус	атмосферы Итогового мероприятия группы
Информирование целевой аудитории	Значимость информирования целевой аудитории о мероприятии. Основные каналы информирования	Определение каналов информирования об Итоговом мероприятии группы
План работ	Значение составления плана работ при подготовке к мероприятию. Распределение времени на подготовку к мероприятию. Основные элементы планирования. Советы для составления плана. Время и темп исполнения плана. Распределение работ	Совместная разработка шаблона (образца) плана работ над мероприятиями. Работа по группам: составление плана работ над заданными мероприятиями. Совместное составление плана работы над Итоговым мероприятием группы, распределение работ среди участников группы
Этап проведения мероприятия	В чем заключается работа во время самого мероприятия? Общая координация мероприятия. Поддержание порядка. Администрирование	Пошаговый разбор программы Итогового мероприятия группы. Анализ возможных сложностей во время проведения Итогового мероприятия группы. Игра на умение быстро принимать решение
Заключительный этап работы над мероприятием	Что необходимо сделать после мероприятия? Отчетность. Анализ проведенного мероприятия. Благодарности	Игра – анализ мероприятия из известного фильма
Итоговое занятие	Работа над Итоговым мероприятием группы. Подведение итогов работы за год	Проведение Итогового мероприятия группы. Анализ проведенного мероприятия. Тестирование. Рефлексия

Учебно-тематический план третьего года обучения:

№	Тема	Количество часов		
		Теория	**Практика**	**Всего**
1	Повтор ранее изученного материала	0	2	2
3 часть подпрограммы: Этап разработки идеи мероприятия. Креативность мышления				
2	Этап разработки идеи мероприятия	1	1	2
3	Креативность: понятие и значение. Тест Пола Торренса	2	2	4
4	Методики креативности	2	4	6
5	Выбор концепции мероприятия, определение темы мероприятия	1	3	4
6	Сценарное мастерство и режиссура. Понятие и значение сценария мероприятия	2	2	4
7	Основные компоненты сценария	2	2	4
8	Методология написания сценария	2	2	4
9	Особенности написания сценариев различных программ: конкурсно-игровых программ, концертных программ, театрализованных действ под открытым небом и т.п.	2	4	6
10	«Изюминка мероприятия»	2	2	4
11	Закрепление изученного материала	0	4	4
4 часть подпрограммы: Ведущий мероприятия. Навыки ведущего				
12	Ведущий. Ведение мероприятия. Основные правила ведения	2	2	4
13	Ораторское искусство	2	6	8
14	Импровизация. Активизация аудитории	1	2	3
15	Сценическое движение	2	4	6
16	Работа с микрофоном	0	2	2
17	Итоговое занятие	0	5	5
Итого часов:		**23**	**49**	**72**

Содержание подпрограммы третьего года обучения:

Тема занятия	Теория	Практика
Повтор ранее изученного материала	-	Повтор материала по темам: этап разработки идеи мероприятия; креативность: понятие и методики; основы сценарного мастерства; основные компоненты и методология написания сценария; основные правила ведения мероприятия
3 часть подпрограммы: Этап разработки идеи мероприятия. Креативность мышления		
Этап разработки идеи мероприятия	Значение этапа разработки идеи мероприятия. Идея мероприятия. Поиск идей. Последовательность этапа разработки	Работа по группам: разработка идеи заданного мероприятия
Креативность: понятие и значение. Тест Пола Торренса	Понятие креативности и ее значение на этапе разработки идеи мероприятия. Критерии креативности.	Проведение теста Пола Торренса и других тестов на креативность. Игры на развитие креативности
Методики креативности	Понятие методики креативности. Задачи методик. Мозговой штурм. Фрирайтинг. Другие методики развития креативности	Упражнения и тренинги на развитие креативности мышления
Выбор идеи мероприятия, определение темы мероприятия	Соответствие идей целям мероприятия. Ограничения при выборе концепции мероприятия. Тема мероприятия. Сюжет мероприятия	Анализ соответствия идей мероприятий целям и целевой аудитории на примере конкретных мероприятий. Выбор идеи для Итогового мероприятия группы
Уровни сценарной записи. Сценарий мероприятия	Различные уровни сценарной записи. Понятие и значение сценария и сценарного плана. Способы создания сценария: собирательный и избирательный	Упражнения и тренинги на развитие креативности мышления. Применение способов создания сценария на практике
Основные компоненты сценария	Основные компоненты сценария. Их значение. Разбор компонентов, их взаимосвязь. Формирование позитивных впечатлений	Разбор компонентов на примере конкретных литературных произведений. Работа по группам: написание сюжета в соответствии с основными компонентами
Методология написания сценария	Этапы написания сценария. Отбор литературного материала	Работа по группам: поэтапное написание сценария с заданной идеей. Совместная работа над сценарием Итогового мероприятия
Особенности	Особенности написания	Анализ сценариев разных

написания сценариев различных типов мероприятий	сценариев различных типов мероприятий: конкурсно-игровых программ, концертных программ, театрализованных действ под открытым небом и т.п.	мероприятий. Упражнения на развитие креативности мышления. Совместная работа над сценарием Итогового мероприятия
«Изюминка» мероприятия	Что может стать «изюминкой» мероприятия? Время, место и форма проведения, как «изюминка» мероприятия. Наполнение мероприятия: технические новинки, особенные творческие номера, необычное оформление и т.п. Эксклюзив	Разработка «изюминки» Итогового мероприятия группы
Закрепление изученного материала	-	Повтор материала по основам написания сценария. Викторина на знание материала. Тестирование. Совместная доработка сценария Итогового мероприятия группы
4 часть подпрограммы: Ведущий мероприятия. Навыки ведущего		
Ведущий. Ведение мероприятия. Основные правила ведения	Задачи ведущего мероприятия. В чем заключается работа ведущего? Основные правила и принципы ведения мероприятия. Образ	Упражнения на раскрепощение. Упражнения по сценическому движению
Ораторское искусство	Понятие и значение ораторского искусства. Правила риторики. Ораторские приемы. Техника речи: дикция, интонация, артикуляция, темп, жестикуляция. Запоминание речи	Использование приемов ораторской речи. Работа над дикцией, интонацией, артикуляцией, темпом произнесения речи путем выполнения упражнений. Тест на запоминание речи
Импровизация. Активизация аудитории	Понятие импровизации. Способы импровизации. Цель активизации участников мероприятия. Способы активизации	Упражнения на импровизацию. Работа по группам: разработка приемов активизации аудитории
Сценическое движение	Понятие сценического движения. Чувство баланса. Чувство координации. Работа с партнером	Упражнения и тренинги по сценическому движению. Разминка. Расслабление. Упражнения на работу с партнером
Работа с микрофоном	-	Основные правила работы со звуковым оборудованием и микрофоном. Какие бывают микрофоны? Голосовая практика
Итоговое занятие	Работа над Итоговым мероприятием группы. Подведение итогов работы за	Проведение Итогового мероприятия группы. Анализ проведенного мероприятия.

	год	Тестирование. Рефлексия

Учебно-тематический план четвертого года обучения:

№	Тема	Количество часов		
		Теория	**Практика**	**Всего**
1	Повтор ранее изученного материала	0	2	2
5 часть подпрограммы: PR и реклама мероприятия				
2	PR: определение, истоки. История появления и развития PR в России. Релайтер: понятие, функции	1	1	2
3	Виды PR	2	2	4
4	Реклама: определение, история, роль. Рекламная деятельность	1	1	2
5	Признаки рекламы. Отличие рекламы от PR	1	1	2
6	Функции рекламы	1	1	2
7	Цели и задачи рекламы. Типология задач	1	1	2
8	Классификации рекламы	2	2	4
9	Телевизионная реклама	2	2	4
10	Радиореклама	2	2	4
11	Реклама в прессе	2	2	4
12	Наружная реклама	2	2	4
13	Внутренняя реклама	2	2	4
14	Транзитная реклама	1	1	2
15	Прямая реклама	1	1	2
16	Печатная реклама	1	1	2
17	Реклама в местах продаж	1	1	2
18	Сувенирная реклама. Рекламные мероприятия	1	1	2
19	Сравнение видов рекламы	0	2	2
20	Интернет-реклама. Возможности продвижения в Интернете	1	1	2
21	Продвижение мероприятия в социальных сетях	2	2	4
22	Сайты как каналы продвижения мероприятия	2	2	4

23	План продвижения мероприятия	1	1	2
24	Регулирование рекламы	1	1	2
25	Оценка эффективности рекламы	1	1	2
26	Итоговое занятие	0	4	4
Итого часов:		**32**	**40**	**72**

Содержание подпрограммы четвертого года обучения:

Тема занятия	**Теория**	**Практика**
Повтор ранее изученного материала	-	Повтор материала по темам: мероприятие и его виды, этапы работы над мероприятием, идея мероприятия, тема и сюжет мероприятия, написание сценария и сценарного плана, ведение мероприятия. Определение вида, идеи Итогового мероприятия группы. Составление плана Итогового мероприятия группы
5 часть подпрограммы: PR и реклама мероприятия		
PR: определение, истоки. Релайтер: понятие, функции	Определение PR. Истоки. История появления и развития PR в России	Знакомство с примерами PR конкретных мероприятий, анализ. Упражнения на креативность
Виды PR	Классификации PR. Внешний и внутренний. Позитивный и негативный. Рутинный и аварийный. Повседневный и проектный. PR в сферах: коммерческий, некоммерческой, политической и государственной. Персональный, организационный и товарный. Офф-лайн и он-лайн. Событийный и сенсационный. PR-сопровождение и PR-продвижение	Анализ конкретных примеров PR с применением различных классификаций. Определение вида PR возможного для продвижения Итогового мероприятия группы
Реклама: определение, история, роль. Основные понятия в сфере рекламы	Универсальное и законодательное определения рекламы. История появления и развития рекламы. Ее роль в современном обществе. Основные понятия в сфере рекламы	Работа по группам: разбор основных понятий в сфере рекламы на примере заданных мероприятий. Совместная работа: разбор основных понятий в сфере рекламы на примере Итогового мероприятия группы

Признаки рекламы. Отличие рекламы от PR	Пять основных признаков рекламы	Совместная работа по нахождению отличительных признаков рекламы от PR
Функции рекламы	Универсальные функции рекламы: экономическая, социальная, маркетинговая, коммуникационная	Упражнения на креативность. Рассмотрение универсальных функции рекламы на примере рекламы Итогового мероприятия группы
Цели и задачи рекламы. Типология задач	Универсальная цель рекламы. Три основные цели (группы задач) рекламы: информирование, убеждение, напоминание	Определение задач рекламы Итогового мероприятия группы. Упражнения на креативность
Классификации рекламы	Виды рекламы по месту и способу размещения. Виды рекламы в зависимости от цели рекламы. Виды рекламы по масштабности и объекту воздействия: ATL и BTL	Тестирование. Определение места и способа размещения рекламы Итогового мероприятия группы
Телевизионная реклама	Телевидение. Структура телевизионной индустрии. Телевизионная аудитория. Формы телевизионной рекламы. Особенности телевидения как канала распространения рекламы. Создание телевизионной рекламы	Рассмотрение и анализ форм телевизионной рекламы на конкретных примерах телевизионной рекламы. Упражнения на креативность. Работа по группам: создание телевизионной рекламы заданного мероприятия. Тестирование
Радиореклама	Радио. Структура радиоиндустрии: типы радиостанций, типы массового радиовещания, новые технологии радиовещания. Форматы радиовещания. Аудитория радио. Особенности радио как канала распространения рекламы. Формы радиорекламы	Опрос по материалу. Рассмотрение и анализ форм радиорекламы на конкретных примерах рекламы на радио. Анализ различных радиостанций по формату радиовещания и аудитории
Реклама в прессе	Пресса. Структура индустрии печатных медиа - формы изданий: газеты, журналы, потребительские и справочные издания. Аудитория печатных медиа. Особенности печатных медиа как каналов распространения рекламы. Создание рекламы в печатных медиа	Рассмотрение и анализ конкретных печатных изданий различных форм с точки зрения аудитории печатных медиа. Упражнение на креативность. Работа по группам: создание рекламы в прессе заданного мероприятия. Тестирование
Наружная реклама	Понятие наружной рекламы. Структура индустрии наружной	Опрос по материалу. Анализ наружной рекламы мероприятий

	рекламы. Особенности наружной рекламы как канала доставки рекламной информации. Особенности восприятия наружной рекламы. Основные средства наружной рекламы. Места расположения наружной рекламы	города
Внутренняя реклама	Внутренняя (интерьерная) реклама. Особенности рынка внутренней рекламы. Основные средства внутренней рекламы. Основные места расположения внутренней рекламы	Тестирование. Упражнения на креативность. Совместная работа над внутренней рекламой Итогового мероприятия группы
Транзитная реклама	Транзитная реклама (реклама на транспорте). Особенности транзитной рекламы как канала доставки рекламной информации. Основные средства транзитной рекламы	Анализ рекламы на транспортных средствах города. Анализ эффективности рекламы на транспорте в зависимости от цели и целевой аудитории мероприятия. Опрос по материалу
Прямая реклама	Понятие прямой рекламы. Средства прямой рекламы. Процесс создания прямой рекламы	Опрос по материалу. Работа по группам: поиск и описание примеров прямой рекламы, основываясь на жизненном опыте. Совместная работа над средствами и наполнением прямой рекламы Итогового мероприятия группы
Печатная реклама	Печатная реклама – полиграфическая реклама. Виды печатных рекламных носителей. Способы распространения	Опрос по материалу. Разработка печатной рекламы Итогового мероприятия группы
Реклама в местах продаж	Понятие рекламы в местах продаж. Средства рекламы в местах продаж	Опрос по материалу. Совместная работа над рекламой Итогового мероприятия группы
Сувенирная реклама. Рекламные мероприятия	Понятие сувенирной рекламы. Особенности сувенирной рекламы. Понятие рекламного мероприятия. Особенности рекламных мероприятий	Опрос по материалу. Упражнения на креативность. Анализ сувенирной рекламы, исходя из жизненного опыта участников группы. Рассмотрение возможности рекламы Итогового мероприятия группы посредством рекламных мероприятий
Сравнение видов рекламы	-	Совместная работа: составление таблички видов рекламы с описанием характеристики каждого вида рекламы, а также их преимуществ и недостатков. Тестирование по всем видам рекламы

Интернет-реклама. Возможности продвижения в Интернете	Понятие Интернета. Роль интернет-рекламы в современном мире. Типы использования Интернета в качестве рекламного канала. Особенности Интернета как канала распространения рекламы. Основные формы рекламы в Интернете	Анализ примеров рекламы мероприятий в Интернете. Определение типов использования Интернета и форм рекламы в Интернете для продвижения Итогового мероприятия группы
Продвижение мероприятия в социальных сетях	Преимущества использования социальных сетей для продвижения мероприятия. Выбор социальных сетей в зависимости от вида, цели и целевой аудитории мероприятия. Этапы продвижения мероприятия в социальных сетях: подготовка, привлечение пользователей, оформление и информационное наполнение площадки, запуск продвижения, проведения мероприятий в социальных сетях, подведение итогов, фотоотчеты, обратная связь. Правила работы с пользователями	Знакомство с детскими социальными сетями: Дневник.рф, Tvidi.ru и т.п., а также с социальной сетью Instagram. Размещение информации о мероприятии в данных социальных сетях
Сайты как каналы продвижения мероприятия	Размещение рекламы на сторонних сайтах: баннера, пресс-релизы, другие возможности. Сайт мероприятия. Способы создания сайта мероприятия. Дизайн сайта. Продвижение сайта	Совместное создание сайта Итогового мероприятия группы на бесплатном хостинге с конструктором сайтов
План продвижения мероприятия	Значимость плана продвижения мероприятия. Основные принципы разработки плана продвижения мероприятия	Составления плана продвижения Итогового мероприятия группы
Регулирование рекламы	Законодательные ограничение в рекламе. Скрытая реклама	Рассмотрение конкретных примеров регулирования рекламы
Оценка эффективности рекламы	Понятие и виды эффективности рекламы. Проблемы оценки эффективности рекламы. Методы оценки эффективности рекламы	Совместный расчет коммуникативной эффективности рекламы Итогового мероприятия группы
Итоговое занятие	Работа над Итоговым мероприятием группы. Подведение итогов работы за год	Проведение Итогового мероприятия группы. Анализ проведенного мероприятия. Тестирование. Рефлексия

Учебно-тематический план пятого года обучения:

№	Тема	Количество часов		
		Теория	**Практика**	**Всего**
1	Повтор ранее изученного материала	0	2	2
6 часть подпрограммы: Дизайн в организации мероприятия				
2	Понятие дизайна. Дизайнерская деятельность. Значение дизайна в организации мероприятия	1	1	2
3	Цвет и цветовосприятие	1	1	2
4	Композиция в дизайне	2	2	4
5	Шрифты	1	1	2
6	Дизайн и эргономика	1	1	2
7	Дизайн рекламы	1	1	2
8	Дизайн печатной рекламы	2	2	4
9	Дизайн наружной рекламы	2	2	4
10	Дизайн телевизионной рекламы	1	1	2
11	Фирменный стиль	1	1	2
12	Основы фирменного стиля	2	2	4
13	Дизайн оформления места проведения мероприятия	1	1	2
7 часть подпрограммы: Тайм-менеджмент (Управление временем)				
14	Понятие и стратегия Тайм-менеджмента	1	1	2
15	Постановка целей	1	1	2
16	Методы планирования своего времени	1	1	2
17	Умение принимать решения. Установление приоритетов	1	1	2
18	Делегирование полномочий	1	1	2
19	«Пожиратели» времени	1	1	2
20	Создание надлежащих условий работы	1	1	2
21	Умение проводить собрания (совещания)	1	1	2
8 часть подпрограммы: Самопрезентация и презентация проектов				
22	Понятие имиджа. Понятие и технология самопрезентации	1	1	2
23	Создание первого впечатления	1	1	2
24	Имидж и эффективность	1	1	2

	коммуникаций			
25	Визитная карточка	1	1	2
26	Имидж и деловая переписка	1	1	2
27	История и правила современного дресс-кода	1	1	2
28	Имидж и средства массовой информации	1	1	2
29	Презентация проекта	2	2	4
30	Итоговое занятие	0	4	4
Итого часов:		**33**	**39**	**72**

Содержание подпрограммы пятого года обучения:

Тема занятия	**Теория**	**Практика**
Повтор ранее изученного материала	-	Повтор материала по темам: мероприятие и его виды, этапы работы над мероприятием, идея мероприятия, тема и сюжет мероприятия, написание сценария и сценарного плана, ведение мероприятия, реклама и PR мероприятия. Определение вида, идеи Итогового мероприятия группы. Составление плана Итогового мероприятия группы
6 часть подпрограммы: Дизайн в организации мероприятия		
Понятие дизайна. Дизайнерская деятельность. Значение дизайна в организации мероприятия	Понятие дизайна. Объект и цель дизайна. Дизайнерская деятельность. Особенность профессионального мышления дизайнера. Значение дизайна в организации мероприятия	Упражнения и тренинги на развитие креативного мышления
Цвет и цветовосприятие	Природа цвета. Освещение и цвет. Цветовая гармония. Восприятие цвета: психологическое и физиологическое воздействие цвета на человека	Совместная работа: анализ воздействия цвета на настроение, самочувствие, работоспособность человека
Композиция в дизайне	Понятие и виды композиции. Свойства восприятия. Характеристики композиции: форма, равновесие, контраст, ньюанс, метрический повтор, ритм, гармония и центр композиции, пропорционирование, масштабность. Основные принципы построения	Упражнения и тренинги на развитие креативного мышления. Совместная работа: анализ характеристик композиции на примерах оформления конкретных мероприятий

	композиции. Приемы построения композиции	
Шрифты	Понятие шрифта. Виды письма. Группы шрифтов. Основные требования, предъявляемые к работе со шрифтами	Упражнения и тренинги на развитие креативного мышления
Дизайн и эргономика	Понятие эргономики. Типы кодирования: буквенно-цифровое, цветовое	Совместная работа: анализ конкретных примеров пригласительных, оформления залов и т.п. с точки зрения эргономики. Тестирование
Дизайн рекламы	Особенности дизайна рекламы. Основные задачи дизайна рекламы, исходя из функций рекламы	Упражнения и тренинги на развитие креативного мышления. Совместная работа: разработка рекламного продвижения Итогового мероприятия группы
Дизайн печатной рекламы	Компоненты рекламных объявлений. Заголовок. Бирка. Подзаголовки. Основной текст. Эхо-фраза. Общие недостатки рекламных текстов. Психологические закономерности восприятия рекламного текста. Иллюстрации в печатной рекламе. Композиция рекламного объявления	Упражнения и тренинги на развитие креативного мышления. Работа по группам: разработка печатной рекламы Итогового мероприятия группы. Совместная работа: выбор лучшего варианта печатной рекламы Итогового мероприятия группы, его доработка
Дизайн наружной рекламы	Особенности дизайна наружной рекламы. Реклама на биллбордах. Способы изготовления рекламного изображения на биллбордах. Широкоформатная полноцветная печать. Установки «призмавижен». Реклама на городской мебели, на опорах уличного освещения, на мостах и т.п. Оригинальные конструкции и вывески	Анализ дизайна на конкретных примерах наружной рекламы. Упражнение на развитие креативного мышления
Дизайн телевизионной рекламы	Особенности дизайна в зависимости от вида телевизионной рекламы. Специальные эффекты в телевизионной рекламе	Анализ дизайна конкретных рекламных телевизионных роликов
Фирменный стиль	Понятие фирменного стиля. Основные компоненты фирменного стиля. Фирменный стиль мероприятия. Основные принципы создания фирменного стиля	Упражнения и тренинги на развитие креативного мышления. Совместная работа над фирменным стилем Итогового мероприятия группы
Основы фирменного	Товарный знак: понятие, виды.	Совместная работа над

стиля	Девиз: понятие, значение, группы	фирменным стилем Итогового мероприятия группы
Дизайн оформления места проведения мероприятия	Значение дизайна оформления места проведения мероприятия. Дизайнерские решения оформления различных видов мероприятий	Совместная работа над оформлением места проведения Итогового мероприятия группы
7 часть подпрограммы: Тайм-менеджмент		
Понятие и стратегия Тайм-менеджмента	Понятие и значение тайм-менеджмента. Время – главный ресурс организатора. Элементы стратегии тайм-менеджмента. Понятие и техники самоменеджмента в управлении временем	Индивидуальный тест «Проблемы в управлении Вашим временем». Совместная работа: «Умеете ли вы управлять своим временем». Анализ результатов
Постановка целей	Значение постановки целей. Основные принципы постановки целей. Анализ «Цель – средство»	Работа по группам: Составление списка целей, желаемых достигнуть по окончанию обучения по подпрограмме «Event-менеджмент». Индивидуальная работа: Постановка жизненных целей. Анализ составленных списков целей и подбор средств, помогающих их достигнуть
Методы планирования своего времени	Метод «Альпы»: суть метода, стадии, результат. Планирование по системе Франклина: суть, этапы планирования, результат. «Прямое» планирование: суть, «дневник времени».	Анализ положительных и отрицательных сторон изученных методов планирования. Совместный выбор более эффективного метода планирования. Составление ежедневного плана на неделю согласно выбранному методу. Анализ
Умение принимать решения. Установление приоритетов	Значение умения принимать решения. Разные принципы установления приоритетов: анализ приоритетов по Эйзенхауэру, принцип Парето, АБВ-Анализ	Игра по группам: «Умение правильно и быстро принимать решения». Тренинг на выявление лидерских качеств и на умение принимать решения. Совместная работа: Установление приоритетов в деятельности учебной группы
Делегирование полномочий	Техника делегирования полномочий. Обстоятельства, учитываемые при делегировании полномочий. Перечень полномочий, неподлежащих делегированию	Упражнение на делегирование полномочий. Упражнение на распределение обязанностей в группе
«Пожиратели» времени	Внутренние и внешние «пожиратели» времени. Как с ними бороться	Анализ «пожирателей» времени участников группы. Поиски решения данных проблем

Создание надлежащих условий работы	Организация рабочего стола. Составление плана. Самоконтроль и работа над ошибками	Совместная работа: составление развернутого плана организации Итогового мероприятия группы со сроками и ответственными
Умение проводить собрания (совещания)	Правила проведения совещаний. Повестка совещания. Место и время проведения, продолжительность, состав присутствующих. Роль и функции председателя совещания. Подведение итогов	Игра-симулятор «Проведение совещания». Тестирование по теме «Тайм-менеджмент»
8 часть подпрограммы: Самопрезентация и презентация проектов		
Понятие имиджа. Понятие и технология самопрезентации	Понятие имиджа. Имиджелогия. Понятие и технология самопрезентации: визуализация облака, коммуникативная механика, вербальный эффект, флюидное излучение	Упражнения на взаимодействие, на умение презентовать себя
Создание первого впечатления	Особое значение создания первого впечатления. Компоненты общения: визуальные, вербальные, вокальные. Рукопожатие, улыбка, визуальный контакт	Тренинг на создание первого впечатления
Имидж и эффективность коммуникаций	Умение слушать собеседника. Причины неэффективного общения. Факторы, вызывающие трудности в общении людей друг с другом. Рекомендации для преодоления барьеров общения	Тест «Кто же я на самом деле?». Тренинг на эффективное общение, умение верно передавать информацию
Визитная карточка	Функциональное значение деловой визитки. Общие требования к дизайну: стиль визитной карточки, тип бумаги, формат, размер визитной карточки, объем сведений, шрифт, цветовая гамма. Виды визитных карточек. Вручение визитных карточек. Электронные визитные карточки	Работа по группам: разработка визитной карточки заданной организации
Имидж и деловая переписка	Общие принципы работы с документами. Деловая корреспонденция. Виды писем. Телефонограммы	Тренинг и упражнения на эффективное общение, умение верно передавать информацию
История и правила современного дресс-кода	История появления и изменения дресс-кода. Понятие дресс-кода. Кодированные специальные знаки на официальных	Тренинг на умение презентовать себя. Разработка дресс-кода Итогового мероприятия группы

	приглашениях. Офисный дресс-код. Особенности современного дресс-кода	
Имидж и средства массовой информации	Внешний вид. Нанесение грима. Как правильно вести себя перед телекамерами	Анализ имиджа известных российских и мировых личностей. Тестирование
Презентация проекта	Особенности внешнего вида для презентации. Основные правила ведения презентации. Умение убеждать собеседника	Упражнения на умение преподносить информацию, на умение убеждать собеседника. Работа по группам: разработка презентации проекта Итогового мероприятия группы, презентация проекта
Итоговое занятие	Работа над Итоговым мероприятием группы. Подведение итогов работы за год	Проведение Итогового мероприятия группы. Анализ проведенного мероприятия. Тестирование. Рефлексия

Учебно-тематический план шестого года обучения:

№	Тема	Количество часов		
		Теория	**Практика**	**Всего**
1	Повтор ранее изученного материала	0	4	4
9 часть подпрограммы: Финансовое управление мероприятием				
2	Финансовое управление мероприятием. Основные понятия	2	2	4
3	Финансовая классификация мероприятий	1	1	2
4	Финансовая задача мероприятия. Планирование бюджета	2	2	4
5	Доходы от проведения мероприятия	2	2	4
6	Расходы на организацию мероприятия	2	2	4
7	Смета мероприятия	2	2	4
8	Баланс доходов и расходов	2	4	6
9	Движение денежных средств	1	1	2
10	Снижение расходов	1	1	2
11	Гибкость и устойчивость бюджета	1	1	2
12	Фандрайзинг	2	4	6
13	Тендеры и акционы	1	1	2
10 часть подпрограммы: Риск-менеджмент мероприятий				
14	Понятие риск-менеджмента. Основные риски	2	2	4
15	Ошибки мероприятия	1	1	2
16	Риски, связанные с подрядчиками и участниками	1	1	2
17	Этика	1	1	2
18	Правовые вопросы	2	2	4
19	Исследования и другие подготовительные работы как способ предотвращения рисков	2	4	6
20	Итоговое занятие	0	6	6
Итого часов:		**28**	**44**	**72**

Содержание подпрограммы шестого года обучения:

Тема занятия	Теория	Практика
Повтор ранее изученного материала	-	Повтор материала по темам: мероприятие и его виды, этапы работы над мероприятием, идея мероприятия, написание сценария, ведение мероприятия, реклама и PR мероприятия, дизайн, тайм-менеджмент, самопрезентация и презентация проекта. Определение вида, идеи Итогового мероприятия группы. Составление плана Итогового мероприятия группы
9 часть подпрограммы: Финансовое управление мероприятием		
Финансовое управление мероприятием. Основные понятия	Понятие финансового управления мероприятием. Финансовое планирование. Финансовый контроль. Основные понятия: бюджет, смета, расходы, доходы, прибыль	Разбор основных понятий, используемых в финансовом управлении мероприятием, на примере конкретных мероприятий
Финансовая классификация мероприятий	Мероприятия, направленные на привлечение прибыли. Мероприятия, не преследующие своей целью получение прибыли	Упражнения на умение планировать, принимать решения. Анализ различных мероприятий точки зрения их финансовой классификации
Финансовая задача мероприятия. Планирование бюджета	Определение финансовой задачи мероприятия. Правила планирования бюджета. Факторы, влияющие на бюджет	Совместная работа: разработка своих основных правил планирования бюджета. Работа по группам: установление фактов, влияющих на бюджет заданных мероприятий
Доходы от проведения мероприятия	Финансирование и самофинансирование. Категории доходов: взносы, продажа билетов, помощь спонсоров, иные доходы	Тренинги и упражнения на умение планировать, принимать решения, делегировать полномочия, верно выполнять свой функционал
Расходы на организацию мероприятия	Статьи расходов на организацию мероприятия. Виды расходов: прямые (фиксированные, переменные) и накладные	Анализ различных расходов с точки зрения их вида. Работа по группам: разбор доходов и расходов заданного мероприятия
Смета мероприятия	Понятие сметы. Основные составляющие элементы сметы. Правила составления сметы	Совместная работа: разработка собственной формы сметы. Работа по группам: составление сметы заданного мероприятия
Баланс доходов и расходов	Значение баланса доходов и расходов при организации мероприятия. Основные формулы расчета расходов и доходов. Расчет минимального числа участников для самоокупаемости мероприятия. Расчет цены участия или расчет числа участников. Расчет прибыли. Решение об отмене мероприятия	Решение задач, направленных на расчет доходов, расходов, прибыли, количества участников т.п. Упражнения и тренинги на умение планировать, принимать решения

Движение денежных средств	Динамика движения денежных средств в зависимости от сроков получения доходов и осуществления расходов	Тестирование. Расчет динамики движения денежных средств в заданных условиях
Снижение расходов	Пути снижения расходов на организацию мероприятия	Совместный поиск путей снижения расходов на организацию заданных мероприятий
Гибкость и устойчивость бюджета	«Точка невозвращения». «Запас прочности» бюджета мероприятия	Работа по группам: составление сметы заданного мероприятия, проведение расчетов прибыли
Фандрайзинг	Понятие фандрайзинга. История возникновения фандрайзинга. Задачи, виды и методы фондрайзинга. Ресурсы в фандрайзинге. Спонсорство, донорство и меценатство. Виды спонсоров. Спонсорский пакет. Порядок работы со спонсорами и партнерами.	Работа по группам: составление спонсорского пакета для заданного мероприятия. Упражнения и тренинги на умение убедить собеседника, на умение презентовать себя. Тестирование
Тендеры и аукционы	Понятие тендера и аукциона. Порядок участия в тендерах и аукционах	Работа по группам: тренинг-игра «Участие в тендере»
10 часть подпрограммы: Риск-менеджмент мероприятий		
Понятие риск-менеджмента. Основные риски	Понятие и значение риск-менеджмента мероприятий. Основные риски. Компьютерные риски. Необходимые качества организатора.	Упражнения и тренинги на выявление и развитие организаторских и управленческих способностей. Совместная работа: поиск возможных рисков в организации Итогового мероприятия группы
Ошибки мероприятия	Основные ошибки мероприятий. Запас прочности мероприятия	Упражнения и тренинги на выявление и развитие организаторских и управленческих способностей
Риски, связанные с подрядчиками и участниками	Возможные риски при работе с подрядчиками. Риски, связанные с участниками мероприятия – законы риск-менеджмента: время и посещаемость.	Совместная работа: поиск возможных рисков, связанных с участниками Итогового мероприятия группы; разработка путей решения возможных сложностей
Этика	Понятие этики. Правила поведения на различных мероприятиях. Работа с клиентом	Упражнения и тренинги на знание норм этики, на умение правильно работать с клиентом, подрядчиком, гостями мероприятия и т.п.
Правовые вопросы	Необходимость страхования на мероприятиях. Контракты с заказчиками и подрядчиками. Лицензионная и сертифицированная деятельность. Авторское право. Правовые вопросы организации специфических мероприятий	Тестирование. Упражнения и тренинги на знание норм этики, на умение правильно работать с клиентом, подрядчиком, гостями мероприятия и т.п. Работа по группам: анализ известных мировых и российских мероприятий с точки зрения специфики мероприятия и возможных правовых вопросов, связанных с этой спецификой

Исследования и другие подготовительные работы как способ предотвращения рисков	Внутренние и внешние исследования. SWOT-анализ. Анкетирование. Опрос. Фокус-группа. Экспертное мнение. Маркетинговые исследования. Подготовка выводов. Использование результатов анализа	Работа по группам: проведение исследований и анализа для организации заданных мероприятий. Совместная работа: составление анкеты, проведение анкетирования учащихся по вопросам мероприятий, анализ анкет
Итоговое занятие	Работа над Итоговым мероприятием группы. Подведение итогов работы за год	Проведение Итогового мероприятия группы. Анализ проведенного мероприятия. Тестирование. Рефлексия

Учебно-тематический план седьмого года обучения:

№	Тема	Количество часов		
		Теория	**Практика**	**Всего**
1	Повтор ранее изученного материала	0	4	4
11 часть подпрограммы: Творческая и социальная проектная деятельность				
2	Для чего нужна проектная деятельность	1	2	3
3	Жизненный цикл проекта	1	2	3
4	Инициация проекта	2	6	8
5	Планирование проекта	4	8	12
6	Фандрайзинг и бюджет проекта	4	6	10
7	Презентация проекта	2	4	6
8	Завершающий этап работы над проектом	0	4	4
12 часть подпрограммы: Закрепление материала подпрограммы «Event-менеджмент»				
9	Повтор материала подпрограммы. Работа над Итоговым мероприятием группы	0	8	8
13 часть подпрограммы: Личная эффективность и выбор пути				
10	Основа успеха – ясная цель	1	2	3
11	Препятствия к достижению цели. Достижение жизненно важных целей	1	2	3
12	Ценностная ориентация	1	2	3
13	Достижение успеха	1	2	3
14	Итоговое занятие	0	2	2
Итого часов:		**18**	**54**	**72**

Содержание подпрограммы седьмого года обучения:

Тема занятия	Теория	Практика
Повтор ранее изученного материала	-	Повтор материала по темам: мероприятие и его виды, этапы работы над мероприятием, идея мероприятия, написание сценария, ведение мероприятия, реклама и PR мероприятия, дизайн, тайм-менеджмент, самопрезентация и презентация проекта, финансовое

		планирование, риск-менеджмент. Планирование мероприятий группы на год
11 часть подпрограммы: Творческая и социальная проектная деятельность		
Для чего нужна проектная деятельность	Понятие проекта и проектной деятельности. Отличие проектов от других видов деятельности. Список конкурсов и грантов в творческой и социальной сфере	Упражнения и тренинги н умение работать в команде, на выявление лидерских качеств, на развитие креативного мышления. Деление на рабочие группы для написания проектов
Жизненный цикл проекта	Основные этапы жизненного цикла проекта: инициация, планирование, исполнение, мониторинг, завершение проекта	Упражнения и тренинги н умение работать в команде, на выявление лидерских качеств, на развитие креативного мышления. Работа по рабочим группам: составление списка актуальных идей проектов
Инициация проекта	Результат инициации проекта. Контур формулировки проектной идеи. Дерево проблем. Дерево идей. Дерево целей. Оценка идеи: SWOT-анализ и SMART-тест. Паспорт идеи. Матрица компромиссов	Работа по рабочим группам: выбор приоритетных идей группы; составление SWOT-анализа и SMART-теста приоритетных идей проектов; составление матрицы компромиссов; заполнение паспорта проектной идеи. Упражнения и тренинги на развитие креативного мышления, на внимательность
Планирование проекта	Значение планирование проекта. Основные составляющие планирования. Методы и техники планирования проектов. Иерархическая структура работ (ИСР). Матрица ответственности проекта. Разработка календарного графика проекта. Разработка плана проекта	Упражнения и тренинги на умение планировать, на принятие эффективных решений, на умение делегировать полномочия. Работа по рабочим группам: составление ИСР проекта; разработка календарного плана проекта. Совместная работа: составление и анализ шаблона плана проекта
Фандрайзинг и бюджет проекта	Основы фандрайзинга. Разработка бюджета проекта. Бизнес-план проекта. Порядок поиска средств на реализацию проекта. Алгоритм поиска ресурсов в зависимости от типа проекта. Заявка на финансирование	Упражнения и тренинги на умение планировать, на умение работать в команде, на умение делегировать полномочия, на умение принимать решения. Работа по группам: составление бюджета заданных проектов. Работа по рабочим группам: составление списка необходимых для реализации проекта ресурсов; составление бюджета проекта; составление списка потенциальных инвесторов для

		реализации своего проекта
Презентация проекта	Понятие презентации. Алгоритм подготовки презентации проекта. Определение цели презентации. Разработка содержания и структуры презентации. Специфика создания визуального ряда	Упражнения и тренинги на умение презентовать себя и свой проект, на ораторское искусство, на сценическое движение, на умение убеждать собеседника. Работа по рабочим группам: определение социально-психологического портрета аудитории, на которую рассчитан проект; работа над презентацией рабочего проекта
Завершающий этап работы над проектом	Успех проекта и провал проекта. Оценка эффективности совершенной работы. Исполнение, контроль, завершение проекта. Команда – успех проекта	Работа по рабочим группам: оценить эффективность работы команды. Упражнения на умение работать в команде. Игра «Секрет Джованни». Совместная работа: анализ написанных проектов
12 часть подпрограммы: Закрепление материала подпрограммы «Event-менеджмент»		
Повтор материала подпрограммы. Работа над Итоговым мероприятием группы	-	Разработка идеи, темы мероприятия. Составление плана организации мероприятия. Разделение по рабочим группам и разделение полномочий. Написание сценария. Проведение мероприятия
13 часть подпрограммы: Личная эффективность и выбор пути		
Основа успеха – ясная цель	Выбор жизненной цели. Дерево целей. Ресурсы, необходимые для достижения цели. Колесо баланса	Формулировка личной цели. Составление списка ресурсов, необходимых для ее достижения. SWOT-анализ индивидуального потенциала. Составление краткой программы саморазвития. Составление своего колеса баланса и его анализ
Препятствия к достижению цели. Достижение жизненно важных целей	Понятие препятствий. Преодоление препятствий. Формула успеха – 7 шагов для достижения жизненно важных целей	Составление списка препятствий, стоящих ранее на пути и каким образом их преодолели. Упражнение «Кто виноват в ситуации?» Составление графика достижения цели
Ценностная ориентация	Значение системы ценностных ориентаций. Два класса ценностей по М. Рокичу	Тренинг «Кто я?». Проведение методики «Ценностные ориентации». Групповое упражнение «Дайте ценностям права голоса»
Достижение успеха	Понятие успеха. Личностные предпосылки достижения успеха. Формула успеха	Выполнение задания «Модель успеха». Составление «Карты моего успеха»
Итоговое занятие	Работа над Итоговым	Проведение Итогового

	мероприятием группы. Подведение итогов работы за год	мероприятия группы. Анализ проведенного мероприятия. Тестирование. Рефлексия

Материально-техническое и методическое обеспечение подпрограммы:

1. **Материально-техническое обеспечение**

- Просторное помещение для занятий;
- Столы, стулья;
- Компьютер, медиапроектор;
- Флипчат (доска со сменными листами ватмана);
- Аудио-видеоаппаратура;
- Канцтовары.

2. **Методическое обеспечение**

- Вспомогательная литература;
- Анкеты;
- Банк интерактивных игр и упражнений на развитие различных навыков и умений, необходимых в процессе обучения;
- Тестовые методики;
- Папка с разработками теоретических материалов по темам подпрограммы;
- Разработки тренингов;
- Раздаточный материал (рекомендации, памятки, советы).

Список литературы:

Абрамовский, И. Эффективное управление временем [Электронный ресурс] / И. Абрамовский. – Режим доступа. – www.al24.ru/wp-content/uploads/2012/12/Абрамовский-И.-Практический-курс-по-Тайм-Менеджменту.pdf

Альтшуллер, А. А. Имидж и самопрезентация в бизнесе [текст] / А.А. Альтшуллер. – Ростов-н/Д: Феникс, 2004. – 160 с.

Андрейчук, Н.М. Основы профессионального мастерства сценариста массовых праздников [текст] / Н.М. Андрейчук. – Барнаул: Изд-во АлтГАКИ, 2005. – 123 с.

Архангельский, Г.А. Принятие решений: система персонального стратегического планирования [текст] / Г.А. Архангельский. – М.: Академия, 2006. – 216 с.

Архангельский, Г.А. Реализация решений: система персонального оперативного управления [Электронный ресурс] / Г.А. Архангельский. – Режим доступа. – www.improvement.ru/bibliot/operupr01.shtm

Берлов, А. Эволюция event-менеджера [Электронный ресурс] / А. Берлов. – Режим доступа: www.eventmarket.ru/articles/org/detail.php?ID=6380

Векслер, А.Ф. Как привлечь внимание СМИ к своему бизнесу [Электронный ресурс] / А.Ф. Векслер. – Режим доступа. – www.elitarium.ru/2006/06/28/kak_privlech_vnimanie_smi_k_svoemu_biznesu.html

Берн, Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений [текст] / Э. Берн. – Екатеринбург: Литур, 2001. – 247 с.

Демина, Е. И. Различные подходы к классификации мероприятий Event-маркетинга [Электронный ресурс] / Е.И. Демина. – Режим доступа. – www.sisupr.mrsu.ru/2011-1/PDF/Demina.pdf

Дод, П., Сандхайм, Д. 25 лучших способов и приемов тайм-менеджмента.
Как делать больше, не теряя головы [текст] / Памела Дод, Даг Сандхайм. – СПб.: «Издательство «ДИЛЯ», 2008. - 128 с.

Дункан, Т.М. 8 ловушек времени. Как вырваться из порочного круга постоянно увеличивающейся загрузки на работе [текст] / Тодд М. Дун-
кан; [пер. с англ. В. И. Кузина; науч. ред. Т. Н. Жукова]. — М.: Эксмо, 2008. — 224 с.

Кошелюк, М.Е. Практическая мерфология PR-событий [Электронный ресурс] / М.Е. Кошелюк. – Режим доступа. – www.elitarium.ru/2008/02/20/merfologija_pr_sobytijj.html

Кули, К., МакЭван, К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой [текст] / Карен Кули, Кирсти МакЭван. – Ростов-н/Д: Феникс, 2006. – 256 с.

Лемер, С. Искусство организации мероприятий: стоит
только начать! [текст] / Синди Лемер. — Ростов н/Д: Феникс, 2006. — 288 с.

Леммерман, Х. Уроки риторики и дебатов [текст] / Хайнц Леммерман. – М.: Уникум Пресс, 2002. – 115 с.

Личная эффективность: формула успеха [текст] / Под общей ред. С.Ю. Поповой (Смолик). – Тверь: Изд-во «СФК-офис», 2013. – 42 с.

Писаренко, Т.А., Ставнистый, Н.Н. Основы дизайна [текст] / Т.А. Писаренко, Н.Н. Ставнистый. – Владивосток: Дальневосточный государственный университет, 2005. – 113 с.

Планирование ресурсов и составление бюджета [Электронный ресурс] / – Режим доступа. – www.mosportal.ru/15/3/03_planirovanie.doc

Русаков, М. Создание сайта от начала и до конца [текст] / М. Русаков. – Интернет издание, 2014. – 172 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы [текст] / Марк Сондер. – М: Изд-во Вершина, 2006. – 544 с.

Франк, М.О. Как убедить собеседника за 30 секунд [текст] / Майло О. Франк. – М.: Довгань, 2003. – 64 с.

Хальцбаур, У. Event-менеджмент [текст] / Ульрих Хальцбаур. – М.: Эксмо, 2006. – 384 с.

Шубина, И. Б. Организация досуга и шоу-программ: творческая лаборатория сценариста [текст] / И.Б. Шубина. – Ростов-н/Д: Феникс, 2003. – 351 с.

Шумович, А. Великолепные мероприятия. Технология и практика event management [текст] / А. Шумович. – Изд-во: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 320 с.

Шумович, А., Берлов, А. Смешать, но не взбалтывать: Рецепты организации мероприятий [текст] / А. Шумович, А. Берлов. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 264 с.