

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

Итоговый контроль (проводится в форме зачета)

1. Индустрия развлечений и массовых и корпоративных мероприятий.
2. Сущность Ивент - мероприятия, его характеристики.
3. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
4. Этапы планирования Ивент - мероприятия
5. Области использования Ивент - менеджмента
6. Понятие «Ивент - менеджмент» , его основное содержание.
7. концепция Ивент: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
8. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.
9. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия
10. Маркетинг в Ивент - менеджменте: маркетинг-микс, т. е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
11. Изучение рынка Ивент-мероприятий.
12. Планирование маркетинга
13. Сущность контроллинга в Ивент - менеджменте
14. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП
15. Работа с информацией при разработке Ивент-мероприятия
16. Подбор персонала для Ивент-мероприятия
17. Выбор партнеров при разработке Ивент-мероприятия
18. Инфраструктура Ивент-мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры
19. Организация приезда, ночевки, отъезда
20. Исторические корни индустрии развлечений. Масштабы и темпы развития технологий организации собраний, досуговых и корпоративных мероприятий.
21. Возможности для массовых мероприятий и корпоративных развлечений в разных странах. Международные массовые мероприятия.
22. Типология и классификация мероприятий.
23. Компетенции и обязанности ивент-менеджера.
24. Ивент-менеджмент как инструмент управления персоналом.
25. Сценарно-драматургическая основа развлекательного мероприятия.
26. Литературный сценарий как основа мероприятия и сценарий-план мероприятия.
27. Образно-смысловой ход сценария и его триединство (образно-игровой ход, декоративно-образный, образно-музыкальный).
28. Композиционная структура сценария. Экспозиция, завязка, кульминация, развязка драматургического произведения.
29. Монтаж в литературно-художественном творчестве. Изобразительная функция монтажа.
30. Предварительные исследования, разработка и планирование мероприятий.
31. Основные методы определения бюджета мероприятия.
32. Идея и концепция мероприятия.
33. Выполнимость проекта.
34. Расчет времени на реализацию проекта.
35. Выбор поставщиков и партнеров и заключение договоров с ними.
36. Виды услуг, необходимых при проведении мероприятия.
37. Специфика работы с агентством.

38. Спонсорский пакет и спонсорские привилегии. Мотивация и стимулирование спонсорства.
39. Общие принципы заключения юридически обязывающих документов (договоров). Ключевые элементы договора.
40. Управление творческим процессом.
41. Продвижение проекта: привлечение внимания к мероприятию, реклама, PR, инструменты маркетинга.
42. Целевые группы воздействия (ЦГВ). Каналы коммуникаций с ЦГВ.
43. «Стимулирование продаж» в отношении мероприятий.
44. Оценка результатов мероприятия. Критерии эффективности мероприятия.
45. Взаимосвязь целей мероприятия и критериев эффективности мероприятия.
46. Финансовый менеджмент мероприятия.
47. Финансовые цели мероприятия. Твердые и переменные издержки и доходные элементы мероприятия.
48. Финансовый план мероприятия как план денежных потоков. Финансовые отношения клиента, подрядчика и субподрядчиков.
49. Формирование цены услуг в сфере ивент-менеджмента. Внешние и внутренние факторы. Способы минимизации расходов.
50. Лучшие практики проведения мероприятий (на двух-трех примерах).