

**Санкт-Петербургский филиал федерального государственного
автономного образовательного учреждения высшего профессионального
образования "Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента
Департамент менеджмента

**Рабочая программа дисциплины
«Менеджмент событийных впечатлений»/
“Event Experience Management”**

для образовательной программы «Менеджмент»
направления подготовки 38.04.02 уровень магистратура
программа «Маркетинговые технологии», «Экономика впечатлений: менеджмент в
индустрии гостеприимства и туризме»

Авторы программы:

Гордин В.Э., д.э.н., профессор, gordin@hse.ru

Трабская Ю.Г. к.э.н., доцент trabskaya@hse.ru

Дедова М.А., mdedova@hse.ru

Согласована начальником ОСУП

« ____ » _____ 2016 г.

Видяева Т.И. _____ [подпись]

Утверждена Академическим советом образовательной программы

« ____ » _____ 2016 г., № протокола _____

Академический руководитель образовательной программы

Утверждена академическим руководителем ОП

В.Э. Гордин

« ____ » _____ 2016 г.

Санкт-Петербург, 2016

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями
университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

**The Federal State Autonomous Institution of Higher Education
"National Research University – Higher School of Economics," Saint Petersburg**

St. Petersburg School of Economics and Management

**Syllabus
Event Experience Management**

For 38.04.02 «Management», master's level
Educational programmes: Marketing Technologies, The Experience Economy: Hospitality and
Tourism Management

Authors:

Gordin, Valery, Dr.Sc., professor, gordin@hse.ru

Trabskaya, Julia, Cand. Sc. of Economics, Ass. Professor,

Dedova, Maria, mdedova@hse.ru

St. Petersburg, 2016

The present programme cannot be used by any other divisions of the university and other universities without a permission of the department-developer of the programme

Annotation

Outline

The course concept implies helping students to gain knowledge and better understanding of the event processes in the modern economy that is also featured as experience economy. It is significant to note that within the present course events are considered in the context of actual conditions of the experience economy. Today there is a demand of consumers for impressions; consumers aspire to get them from goods, services and events. The important task of forming a sustainable event is its commitment to creation of impressions, bright images, and associations of a consumer. The course conception includes also the analysis of events as drivers of economic and cultural development of territories, as tools for formation of its attractiveness for local community (eventful city, creative city), tourists (territorial brand formation) and environment for creative business opportunities.

Syllabus

The role and place of the events in terms of Event Experience economy; The role of the events in the place attractiveness formation (for locals, residents, investors, tourists, creative class); Approaches to the development of event experiences. The uniqueness of the event; Actors of event experience creation; Development of the concept of the event; Features of event business plan development; Features of events promotion; Sustainable event development.

Prerequisite

The course is developed for students, who have completed the following courses:

1. Research methodologies in management

Authors

Valery Gordin, Professor, Dr. of Economics,
Julia Trabskaya, Ass. Professor, Cand. Sc. of Economics,
Maria Dedova, Lecturer

Examination type

In the end of the course students pass an exam in written form (90 minutes).

1. Область применения и нормативные ссылки

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления подготовки, обучающихся по образовательной программе «Маркетинговые технологии», изучающих дисциплину «Менеджмент событийных впечатлений».

Программа разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», уровень подготовки: магистр;
- Образовательной программой направления подготовки магистров, обучающихся по магистерской программе «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» и «Маркетинговые технологии» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»;
- Объединенным учебным планом университета по образовательным программам «Экономика впечатлений: менеджмент в индустрии гостеприимства и туризме» и «Маркетинговые технологии».

2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Менеджмент событийных впечатлений» являются формирование представления об основных концепциях управления событийной деятельностью в условиях экономики впечатлений, особенностях и тенденциях рынка событий; изучение основ управления событиями; получение базовых знаний и навыков применения инструментов управления событийными впечатлениями.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать основные теории и подходы к управлению событийными впечатлениями;
- Уметь применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы в профессиональной деятельности; анализировать процессы и явления, относящиеся к управлению событийными впечатлениями; интерпретировать теоретические и историко-культурные тексты (первоисточники и комментирующую литературу), а также излагать свою интерпретацию как письменно, так и в устной форме;
- Получить базовые навыки использования специфических инструментов управления событийными впечатлениями;

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по НИУ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способен анализировать, верифицировать информацию, оценивать ее информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности	СК-6	СД МЦ	Владеет современными подходами и инструментами используемыми в управлении событиями	Лекционные занятия, анализ кейсов, решение задач, проведение деловых и ситуационных игр
Способен выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме	ПК-10	РБ	Использует результаты изучения научных литературных источников по актуальным проблемам сферы событийных впечатлений	Лекционные занятия, самостоятельная работа студентов по изучению научных источников, подготовка презентаций
Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических	ПК-11	РБ МЦ	Использует собранные из различных источников данные для анализа деятельности сферы событийных впечатлений	Лекционные занятия, самостоятельная работа студентов по сбору информации, выполнение практических домашних заданий, подготовка презентаций

Компетенция	Код по НИУ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
процессах и явлениях				

4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к блоку дисциплин, обеспечивающих магистерскую подготовку.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- Обладать знаниями основ менеджмента, основных инструментов и механизмов управления;
- Уметь работать с учебной и справочной литературой, используя ее как в письменной речи, так и в устной, в том числе во время дискуссий;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- подготовке магистерской диссертации.

5. Тематический план учебной дисциплины

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ - 4 зачетные единицы

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1	Роль и место событий в условиях экономики впечатлений	15	1	2		18
2	Роль событий в формировании привлекательности территорий для разных категорий потребителей: местные жители, инвесторы, туристы, креативный класс.	31	1	2		18
3	Подходы к созданию событийных впечатлений. Уникальность события.	24	2	4		18
4	Актеры рынка событийных впечатлений.	16	2	4		20
5	Разработка концепции события. Концепция формирования событийного впечатления.	14	2	4		8
6	Особенности разработки бизнес плана события.	22	2	4		16
7	Особенности продвижения событий. Подходы и инструменты.	17	1	4		12
8	Устойчивое развитие событий	23	1	4		12
	ИТОГО	152	12	28		112

6. Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	2 год		Параметры
		1	2	
	Эссе	6		2000-2500 слов
	Аудиторная работа	*	*	Участие в дискуссии, устные презентации результатов

				выполненных индивидуальных или групповых заданий
	Самостоятельная работа	*	*	Выполнение домашних заданий индивидуальных или групповых
Итоговый	Экзамен		*	Письменный экзамен 90 мин.

7. Критерии оценки знаний, навыков

Оценки по всем формам текущего и итогового контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

Критерий оценки **аудиторной работы** ($O_{\text{ауд.}}$)

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Магистрант обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; принимает активное участие в обсуждении по теме семинарских занятий; усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованной программой; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.
«Хорошо» (6-7)	Магистрант обнаруживает полное знание учебно-программного материала и основных категорий курса; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, принимает систематическое участие в обсуждениях на семинарских занятиях.
«Удовлетворительно» (4-5)	Магистрант обнаруживает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, участвует в обсуждении, задает вопросы.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Магистрант не принимает участия в обсуждении на семинарском занятии, не обнаруживает знания основного учебно-программного материала.

Критерий оценок **самостоятельной работы** ($O_{\text{сам. работа}}$)

Студенты получают индивидуальные и групповые задания для самостоятельной работы. При выполнении группового задания студенты получают единую для всей группы оценку.

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Задание выполнено в полном объеме, магистрант обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, свободно и правильно оперирует основными терминами и понятиями курса, примерами из сферы фестивального менеджмента.
«Хорошо» (6-7)	Задание выполнено с несущественными ошибками, магистрант обнаруживает глубокое знание учебно-программного материала, свободно и правильно оперирует основными терминами и понятиями курса, примерами из сферы фестивального менеджмента.
«Удовлетворительно» (4-5)	Задание выполнено с существенными ошибками, магистрант обнаруживает поверхностное знание учебно-программного материала, основных терминов и понятий курса, примерами из сферы фестивального менеджмента
«Неудовлетворительно»	Задание не выполнено.

(0-2)	
-------	--

Критерии оценки эссе ($O_{эссе}$)

Эссе объемом 1000-1500 слов по заданной теме сдается в письменном виде.

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Магистрант обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; использует основную и дополнительную литературу, рекомендованной программой; умеет связать теоретические основы методологии науки с процессом исследования; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; грамотно излагает свои мысли.
«Хорошо» (6-7)	Магистрант обнаруживает знание учебно-программного материала и основных категорий курса; использует основную литературу, рекомендованную в программе; показывает систематический характер знаний по дисциплине, грамотно излагает свои мысли.
«Удовлетворительно» (4-5)	Магистрант обнаруживает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, научно-исследовательской деятельности и предстоящей работы по специальности; знаком с основной литературой, рекомендованной программой.
«Неудовлетворительно» (0-2)	Магистрант обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в трактовке основных концепций и категорий курса.

Критерии оценки экзамена ($O_{экза.}$)

Экзамен проводится в конце 2-ого модуля обучения. Магистрант выбирает один из билетов, содержащих 2 вопроса из списка вопросов по курсу, и отвечает на них в письменном виде. Оценка за итоговый контроль - экзамен ($O_{экза.}$) - выставляется по 10-балльной шкале.

Критерии оценки письменных ответов:

Оценка	Критерии выставления оценки
«Отлично» (8-10)	Магистрант обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала; усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованной программой; умеет связать теоретические основы методологии науки с процессом исследования; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; грамотно излагает свои мысли.
«Хорошо» (6-7)	Магистрант обнаруживает знание учебно-программного материала и основных категорий курса; усвоил основную литературу, рекомендованную в программе; показывает систематический характер знаний по дисциплине, грамотно излагает свои мысли.
«Удовлетворительно» (4-5)	Магистрант обнаруживает знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, научно-исследовательской деятельности и предстоящей работы по специальности; понимает и умеет определить основные категории курса; знаком с основной литературой, рекомендованной программой.
«Неудовлетворительно»	Магистрант обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного

(0-2)	учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в трактовке основных концепций и категорий курса.
-------	--

8. Содержание дисциплины

Тема 1. Роль и место событий в условиях экономики впечатлений

(ауд часы- 3)

Событие и событийное впечатление: понятие, классификация. События в условиях экономики впечатлений. Причины популярности событий и основные тенденции рынка событий.

Литература по теме:

Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. And Harris, R. Festival and Special Event Management// 4th edn. Wiley, Milton, UK - 2008;

Bowdin G. et al. Events management. – Routledge, 2006;

Cooper, C., Wahab, S. Tourism in the Age of Globalisation. Front Cover. Taylor & Francis, 2001.

Falassi, A. Time Out of Time: Essays on the Festival, University of New Mexico Press, Albuquerque, 1987.

Festivals and Events Best Practice Guide // Failte Ireland. National Tourism Development Authority. URL: http://www.aofireonline.com/uplds/best_practice_guide07.pdf

Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. International Journal of Event Management Research, Vol 5(1). Access: URL: <http://www.ijemr.org/docs/Vol5-1/Getz.pdf>

Getz, D., and Andersson, T. eds. (2009). Festival Management. Spec. Issue of Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 9 (2/3), pp. 109–348.

Getz D. (2012). Event studies. Theory, Research and Policy for Planned Events. London; New York: Routledge, 2012, 2nd ed.

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2012). Festival and events management. Routledge.

Тема 2. Роль событий в формировании привлекательности территорий для разных категорий потребителей: местные жители, инвесторы, туристы, креативный класс.

(ауд часы- 3)

Роль событий в менеджменте территорий. События как инструмент формирования и продвижения бренда стран, городов, регионов.

Литература по теме:

Quinn, B. (2006) Problematising “Festival Tourism”: Arts Festivals and Sustainable Development in Ireland, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 14 (3), pp. 288-306.

Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M., & Sunshine, K. M. (1995). Event tourism: An examination of motivations and activities. Festival Management and Event Tourism, Vol. 3(1), pp. 15–24.

Boo, S., & Busser, J. (2006) Impact analysis of a tourism festival on tourists destination images. Event Management, Vol. 6, pp. 223 –237.

Diane O'Sullivan & Marion J. Jackson (2002) Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 10 (4), pp. 325-342.

Hu, Y. An exploration of the relationships between festival expenditures, motivations and food involvement among food festival visitors. Unpublished thesis. University of Waterloo, Waterloo, Canada, 2010.

Getz, D. (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research, Tourism management. Vol. 29 (3), pp. 403-428.

Gelder G., Robinson P. 10 Events, Festivals and the Arts //Research Themes for Tourism. – 2013. – С. 128;

Getz D. et al. Event management & event tourism. – New York : Cognizant Communication Corporation, 1997. – С. 212-215. – 2005;

Тема 3. Подходы к созданию событийных впечатлений. Уникальность события.

(ауд часы- 6)

Основные концепции формирования событийных впечатлений. Компоненты формирования уникального событийного впечатления. Лучшие российские и зарубежные практики создания уникальных событий.

Литература по теме:

Yeoman I. Festival and events management: an international arts and culture perspective. – Routledge, 2014;

Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. International Journal of Event Management Research, Vol 5(1). Access: URL: <http://www.ijemr.org/docs/Vol5-1/Getz.pdf>

Getz, D., and Andersson, T. eds. (2009). Festival Management. Spec. Issue of Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 9 (2/3), pp. 109–348.

Quinn B. (2005) Arts Festivals and the City// Urban Studies, Vol. 42 (5/6), 927–943.

Тема 4. Акторы рынка событийных впечатлений.

(ауд часы- 6)

Основные участники рынка событийных впечатлений. Роль разных групп акторов в формировании событийных впечатлений.

Литература по теме:

Masterman, G. (2012) A strategic approach for the use of sponsorship in the events industry: in search of a return on investment. In Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2012). Festival and events management. Routledge.

Peaslee, Robert Moses (2013). “Media Conduction: Festivals, Networks, and Boundaried Spaces.” International Journal of Communication 7 (2013): 811–830.

Events Management: a practical guide. 2006

Crespi-Valbona, Montserrat, and Greg Richards (2007). “The Meaning of Cultural Festivals: Stakeholder Perspectives in Catalunya.” International Journal of Cultural Policy, Vol. 13(1), pp. 103–122.

Тема 5. Разработка концепции события. Концепция формирования событийного впечатления. (часов 6)

Основы формирования концепции событий: подходы и практики. Особенности и элементы концепции событий. Этапы разработки концепции проекта события.

Литература по теме:

Festivals and Events Best Practice Guide // Failte Ireland. National Tourism Development Authority. URL: http://www.aoifeonline.com/uplds/best_practice_guide07.pdf

Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. International Journal of Event Management Research, Vol 5(1). Access: URL: <http://www.ijemr.org/docs/Vol5-1/Getz.pdf>

Getz, D., and Andersson, T. eds. (2009). Festival Management. Spec. Issue of Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 9 (2/3), pp. 109–348.

Getz, D., Andersson, T. Carlsen, J. (2010) "Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research", International Journal of Event and Festival Management, Vol. 1 (1), pp.29 – 59.

Masterman, G. (2012) A strategic approach for the use of sponsorship in the events industry: in search of a return on investment. In Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2012). Festival and events management. Routledge.

Тема 6. Особенности разработки бизнес плана события.

(ауд часы- 6)

Структура и особенности бизнес-плана события. Этапы разработки бизнес-плана события.

Литература по теме:

Getz, D., and Andersson, T. eds. (2009). Festival Management. Spec. Issue of Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 9 (2/3), pp. 109–348.

Events Management: a practical guide. 2006

Getz, D., and Andersson, T. (2008). Sustainable festivals: on becoming an institution. Event Management, Vol. 12, pp. 291-302.

Тема 7. Особенности продвижения событий. Подходы и инструменты.

(ауд часы- 5)

Подходы к формированию продвижения событий. Инструменты продвижения событий.

Литература по теме:

Getz, D., and Andersson, T. eds. (2009). Festival Management. Spec. Issue of Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Vol. 9 (2/3), pp. 109–348.

Getz, D., and Andersson, T. (2008). Sustainable festivals: on becoming an institution. Event Management, Vol. 12, pp. 291-302.

Getz, D., Andersson, T. Carlsen, J. (2010) "Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research", International Journal of Event and Festival Management, Vol. 1 (1), pp.29 – 59.

Events Management: a practical guide. 2006

Тема 8. Устойчивое развитие событий (ауд часы- 5)

Понятие и значение устойчивого развития события. Формирования социальной, экономической, экологической устойчивости события.

Литература по теме:

Getz, D., and Andersson, T. (2008). Sustainable festivals: on becoming an institution. Event Management, Vol. 12, pp. 291-302.

Quinn B. (2005) Arts Festivals and the City// Urban Studies, Vol. 42 (5/6), 927–943.

Quinn, B. (2006) Problematising “Festival Tourism”: Arts Festivals and Sustainable Development in Ireland, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 14 (3), pp. 288-306.

9. Образовательные технологии

Студентам предоставляется комплекс презентаций лекций, дополнительные статьи по тематике курса и другие необходимые материалы. Процесс обучения включает, наряду с лекционной,

следующие образовательные технологии:

- встречи с представителями отрасли российских событий;
- обсуждения на семинарах тематики заданий для самостоятельной работы и подготовки презентаций;
- проведение коллективных дискуссий;
- выступления студентов с презентациями (до 10-15 минут) по итогам выполнения самостоятельной работы

9.1 Методические указания студентам по освоению дисциплины

В процессе освоения учебной дисциплины студенты индивидуально и в группах самостоятельно выполняют задания, результаты которых представляют в виде кратких или расширенных презентаций с использованием современных информационных технологий. Основными целями презентации является демонстрация в наглядной форме результатов проделанной работы и демонстрация способностей организации доклада в соответствии с выполненным заданием.

10. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

10.1 Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля

Пример тем эссе:

Опишите роль событий в формировании привлекательности территорий

Опишите компоненты формирования уникальности событийного впечатления

Примеры заданий для самостоятельной работы:

Разработайте концепцию создания события. Обоснуйте в чем его уникальность. В чем отличия события от конкурентов (аналогичных событий).

Разработайте план продвижения события. (студент разрабатывает собственное событие)

Оцените риски создания события. Предложите подходы к снижению этих рисков.

Примеры заданий итогового контроля

1. Назовите основные элементы формирования концепции события.
2. Что такое уникальность события.
3. Назовите этапы разработки проекта события.
4. Назовите принципы формирования устойчивого развития фестиваля.
5. Приведите примеры типичных ошибок организаторов события.

11. Порядок формирования оценок по дисциплине

Накопленная оценка по дисциплине рассчитывается с помощью взвешенной суммы оценок за отдельные формы текущего контроля знаний следующим образом:

$$O_{\text{накопленная}} = 0,4 \cdot O_{\text{эссе}} + 0,3 \cdot O_{\text{ауд}} + 0,3 \cdot O_{\text{сам.работа}}, \text{ где}$$

$O_{\text{эссе}}$ – оценка за эссе,

$O_{\text{ауд}}$ – оценка за аудиторную работу,

$O_{\text{сам.работа}}$ – оценка за самостоятельную работу.

Способ округления накопленной оценки текущего контроля: в пользу студента.

Результирующая оценка по дисциплине (которая идет в диплом) рассчитывается следующим образом:

$$O_{результ} = 0,7 \cdot O_{накопл} + 0,3 \cdot O_{экзамен}, \text{ где}$$

$O_{накопл}$ – накопленная оценка по дисциплине

$O_{экзамен}$ – оценка за экзамен

Способ округления экзаменационной и результирующей оценок: в пользу студента.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1 Основная литература

Getz D. (2012). Event studies. Theory, Research and Policy for Planned Events. London; New York: Routledge, 2012, 2nd ed.

12.2 Дополнительная литература

Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. And Harris, R. Festival and Special Event Management// 4th edn. Wiley, Milton, UK - 2008;

Bowdin G. et al. Events management. – Routledge, 2006;

Brooks, S., O' Halloran, D., Magnln, A. (2007) The Sustainable Music Festival: A strategic Guide URL:http://c.ymcdn.com/sites/www.gmicglobal.org/resource/collection/47C838A0-D177-4D6A-84FA-0EC254420949/The_Sustainable_Music_Festival_Guide.pdf

Carlsen, J., Andersson, T. D., Ali-Knight, J., Jaeger, K., & Taylor, R. (2010). Festival management innovation and failure. International Journal of Event and Festival Management, 1(2), 120-131.

Diane O'Sullivan & Marion J. Jackson (2002) Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 10 (4), pp. 325-342.

Evans , G. (2003) Hard-branding the cultural city: from Prado to Prada, International Journal of Urban and Regional Research, 27(2), pp. 417– 440.

Events Management: a practical guide. 2006

Felsenstein, D. & Fleischer, A. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. Journal of Travel Research, 41(4), 385-392.

Festivals and Events Best Practice Guide // Failte Ireland. National Tourism Development Authority. URL: http://www.aoifeonline.com/uplds/best_practice_guide07.pdf

Finkel, R. (2006). Tensions between ambition and reality in UK combined arts festival programming: Case study of the Lichfield Festival. International Journal of Event Management Research, 2(1), 25-36.

Gelder G., Robinson P. 10 Events, Festivals and the Arts //Research Themes for Tourism. – 2013. – С. 128;

Getz D. et al. Event management & event tourism. – New York : Cognizant Communication Corporation, 1997. – С. 212-215. – 2005;

Getz, D. (2008) Event tourism: Definition, evolution, and research, Tourism management. Vol. 29 (3), pp. 403-428.

Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, Vol 5(1). Access: URL: <http://www.ijemr.org/docs/Vol5-1/Getz.pdf>

Getz, D., and Andersson, T. (2008). Sustainable festivals: on becoming an institution. *Event Management*, Vol. 12, pp. 291-302.

Getz, D., and Andersson, T. eds. (2009). Festival Management. Spec. Issue of *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 9 (2/3), pp. 109–348.

Getz, D., Andersson, T. Carlsen, J. (2010) "Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research", *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 1 (1), pp.29 – 59.

Giorgi, L., ed. (2011). *European Arts Festivals: Strengthening Cultural Diversity*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. URL: http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/euro-festival-report_en.pdf

Gordin, V.E. and Matetskaya, M.V. (2010), Saint Petersburg festivals: aspects of cultural policy and cultural tourism. Paper presented at the Global Events Congress IV: Festivals and Events Research: State of the Art. Leeds Metropolitan University, 14-16 July 2010.

Hannam, K., & Halewood, C. (2006). European Viking themed festivals: An expression of identity. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 17–31.

Lee C-K, Lee Y-K, Wicks B. E. (2004) Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction, *Tourism Management* , Vol. 25 (1), pp. 61–70.

Masterman, G. (2012) A strategic approach for the use of sponsorship in the events industry: in search of a return on investment. In Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2012). *Festival and events management*. Routledge.

Peaslee, Robert Moses (2013). "Media Conduction: Festivals, Networks, and Boundaried Spaces." *International Journal of Communication* 7 (2013): 811–830.

Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30, 7–30.

Quinn B. (2005) Arts Festivals and the City// *Urban Studies*, Vol. 42 (5/6), 927–943.

Quinn, B. (2006) Problematizing "Festival Tourism": Arts Festivals and Sustainable Development in Ireland, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 14 (3), pp. 288-306.

Segal, Jérôme, and Liana Giorgi, eds. (2009). *European Arts Festivals from a Historical Perspective: Main Report 2*. Report completed in the framework of the EURO-FESTIVAL project. 7.7.2009.

Small, K., Edwards, D., & Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of Event Management Research*, 1(1), 66–77.

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., & McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2012). *Festival and events management*. Routledge.

12.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

[Festivals and Events Best Practice Guide // Failte Ireland. National Tourism Development Authority. URL http://www.aofeonline.com/uplds/best_practice_guide07.pdf](http://www.aofeonline.com/uplds/best_practice_guide07.pdf)

Brooks, S., O' Halloran, D., MagnIn, A. (2007) *The Sustainable Music Festival: A strategic Guide* URL:http://c.ymcdn.com/sites/www.gmicglobal.org/resource/collection/47C838A0-D177-4D6A-84FA-0EC254420949/The_Sustainable_Music_Festival_Guide.pdf

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий необходимо наличие на каждом занятии компьютера (или ноутбука), мультимедийного проектора и экрана, что связано как с показом лекционного материала, так и с докладами студентов в виде презентаций в Power Point и иных специальных программах для подготовки и проведения презентаций. Специальное программное обеспечение для проведения занятий по данной дисциплине не требуется.