

RTU studiju kurss "Pasākumu vadība"**OR000 Rēzeknes akadēmija****Vispārējā informācija**

Kods	RA0806
Nosaukums	Pasākumu vadība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Iveta Graudiņa - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kurss iepazīstina studentus ar pasākumu vadības pamatiem, piedāvājot praktiskus paņēmienus un stratēģijas veiksmīgu korporatīvo un sabiedrisko pasākumu rīkošanai. Interaktīvas nodarbības un reāli piemēri ļauj attīstīt organizatoriskās prasmes un gatavot profesionālus pasākumus dažādos kontekstos.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Kursa mērķis ir dot studentiem iespēju iegūt vispārīgas zināšanas par pasākumu vadību un iepazīties ar pasākuma vadības paņēmieniem un stratēģijām, kas vajadzīgas veiksmīgai korporatīvo un sabiedrisko pasākumu plānošanai, virzīšanai, ieviešanai un novērtēšanai.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgā darba laikā studenti tiek aicināti padziļināti iepazīt pasākumu vadības principus, kombinējot teorētiskās zināšanas ar praktisku piemēru analīzi. Pirmais uzdevums ir izvēlēties reālu vai izdomātu pasākumu un sagatavot tā analīzi, aprakstot pasākuma mērķus, mērķauditoriju, plānošanas un organizēšanas posmus, kā arī pasākuma rezultātu novērtējumu. Otrs uzdevums prasa izstrādāt detalizētu pasākuma plānu, kurā iekļauti budžets, laika grafiks, nepieciešamie resursi, kā arī mārketinga un komunikācijas stratēģija, skaidrojot, kā izvēlētie risinājumi nodrošinās pasākuma veiksmīgu īstenošanu. Trešais uzdevums vērsts uz risku novērtējumu: studenti identificē iespējamus izaicinājumus pasākuma organizēšanā un izstrādā preventīvus pasākumus un risinājumus ārkārtas situācijām. Ceturtajā uzdevumā studenti izveido pasākuma novērtēšanas kritērijus, nosakot gan kvantitatīvos, gan kvalitatīvos rādītājus, kā arī metodes pasākumu mērīšanai. Noslēgumā studenti veic praktisko refleksiju, analizējot pieņemtos lēmumus, sastaptās problēmas un iegūtās mācības, lai pilnveidotu savas prasmes nākotnes pasākumu vadībā.
Literatūra	Obligātā/Obligatory: 1. Bladen Charles, Kennell James, Abson Emma, Wilde Nick. Events Management: An Introduction. 2nd Edition. Publisher: Routledge, 2017. 2. Getz, Donald, Page, Stephen J. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events (Events Management) 4th Edition. Publisher: Routledge; 4 edition (November 17, 2019). 3. Preston, C.A. Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions (The Wiley Event Management Series Book 69) 2nd Edition, Kindle Edition. Publisher: Wiley; 2 edition (March 15, 2012) Papildu/Additional: 1. Diess, Darren, Gilmore, Michelle. Eventology: The Science Behind Nonprofit Fundraising. Publisher: Merack Publishing (June 14, 2019) 2. Getz, D. Event Tourism Concepts, International Case Studies, and Research First Edition. Publisher: Cognizant Communication Corp; First edition (April 1, 2013) 3. Glickman, Bob. The Event Brainstormer: Over 800 Creative Concepts & Elements for the Event Professional. 4. Malouf, Lena. Events Exposed: Managing and Designing Special Events. Publisher: Wiley; 1 edition (January 3, 2012) Interneta resursi/Internet resources: 1. Event Planning Glossary https://convene.com/catalyst/event-planning-glossary/ 2. Eventbrite is a global platform https://www.eventbrite.co.uk/blog/ 3. International Institute of Event Management https://institute-of-event-management.com/what-is-event-planning 4. Stories on Event Management & Product updates https://superevent.com/blog/
Nepieciešamās priekšzināšanas	Biznesa komunikācija, projektu vadība, marketings, cenu veidošanās

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienes studijas		Nepilna laika neklātienes studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Definīcijas. Pasākumu industrija un pasākumu vadība. Pasākumu nozares tendences. Lielo datu ietekme uz pasākumu nozari. Pasākumu veidi. Pasākumu žanri. Korporatīvie pasākumi. Pasākumu tūrisms.	4	8	2	8
Pasākums kā projekts. Izpratne par pasākuma projekta vadību: resursi, aktivitātes, risku vadība, deleģēšana, projektu izvēle, pasākuma producenta loma. Pasākuma projekta dzīves cikls. Ieinteresēto personu (stakeholders) analīze. Mērķi un uzdevumi. Pasākumu plānošanas cikls. Riska vadība. Projektu vērtēšanas metodes. Izvērtēšana: budžets, izmaksas, investīciju atdeve, mediju iesaiste, apmeklējums, atgriezeniskā saikne.	4	6	1	8

Pasākumu finanses. Pasākumu budžeta veidošanas īpatnības. Pasākuma izmaksas. Ienākumi. Līdzekļu piesaistīšana. Līdzekļu vākšanas (fundraising) stratēģijas. Sponsoru piesaiste (dažāda veida sponsorēšanas, definīcija, mērķi, mērķa tirgus, budžets, stratēģiskā attīstība, ieviešana, izvērtēšana)	4	6	2	8
Pieteikuma sagatavošana (tirgus pētījums, kapacitāte, izmaksas un telpas, plāns, laika grafiks, līgumi) Skaidrība (SWOT analīze, apmeklējuma prognozēšana, mediji, reklāma, budžets, īpaši apstākļi, panākumu novērtēšana) Pasākuma piedāvājuma/ pieteikuma sagatavošana. Ideju prezentēšana un atlase (pitching). Pasākumu pārvaldības lietotnes.	4	6	1	8
Pasākuma rīkošana (mērķis, telpa, laiks, viesi, ielūgumi, ēdināšana, telpu dekorēšana, iekārtas, lektori, mediji, fotogrāfi, podiji, izstāde) Pasākumu producēšana vs Pasākumu plānošana. Pasākumu sagatavošana. Pasākumu virzība. Pasākumu vadība uz vietas (on-site). Novērtējums pēc pasākuma. Pasākumi kā īpaša pieredze. Pasākuma koncepcija un tēma. Pasākuma dizains un stils.	4	6	2	8
Pasākumu inscenējums un loģistika. Norises vieta. Ēdināšana. Tehniskie pakalpojumi. Mākslinieki. Reģistr Drošības pārvaldība. Drošības aprīkojums. Tehnoloģiju resursi. Personāla resursi. Personāla vadība: vadītāji, komandas, koordinatori, brīvprātīgie.	4	6	1	8
Pasākuma virzība. Pasākuma mājaslapa (vietne). E-pasts, sociālās aktivitātes, bloga ieraksti pirms pasākuma. Darbs ar partneriem. Plašsaziņas līdzekļu un nozares tīmekļa vietnes. SEO. Darbības pasākuma laikā. Pēcpasākuma bloga ieraksts, e-pasts, sociālās aktivitātes. Pasākumu marketinga specifika. Mediju un virzības paņēmieni (reklāmas veidi, virzība, mājaslapas, ziņu kanāli, mediju ielūgumi, fotogrāfijas, relīzes, TV iespējas, radio intervijas. Flaijeri, posterī, ielūgumi, ziņu lapas, blogi, tvīti)	4	8	2	8
Krīzes vadības plāns (krīzes plānošana – novēršana – gatavošanās – rīcības fāze. Negatīva publicitāte. Plāna struktūra) Apmācīšana. Juridiskās prasības. Licences un atļaujas. Līgumi.	4	6	1	16
Kopā:	32	52	12	72

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Kursa noslēgumā studenti: 1) demonstrē izpratni par pasākumu nozīmi un mērķiem organizācijas darbības kontekstā; 2) pārzina paņēmienus un stratēģijas, kas vajadzīgas veiksmīgu publisku pasākumu plānošanai; 3) demonstrē zināšanas un kompetences, kas nepieciešamas, lai novērtētu pasākumu kvalitāti un rezultātus.	Eseja Piedalīšanās diskusijā
Kursa noslēgumā studenti spēj: 1) izstrādāt pasākuma organizēšanas plānu; 2) izveidot pasākuma koncepciju, kas veidota atbilstoši iesaistīto pušu interesēm, organizācijas mērķim un kontekstam; 3) koordinēt un sniegt ieguldījumu pasākuma plānošanā un īstenošanā.	Aktivitāte praktiskajās nodarbībās Prezentācijas Patstāvīgā darba rezultātu prezentācijas Piedalīšanās diskusijās nodarbībā Eksāmens
Kursa noslēguma studenti spēj: 1) Izmantot pētniecības un analītiskās prasmes, lai novērtētu pasākuma norisi, tā ietekmi un atbilstību organizācijas mērķiem un attiecību veidošanā ar ieinteresētajām pusēm.	Aktivitāte praktiskajās nodarbībās Eksāmens

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Divas esejas par izlasīto materiālu un piedalīšanās diskusijā	20
Patstāvīgais darbs grupās un prezentācijas praktiskajās nodarbībās	30
Eksāmens (publiska pasākuma sagatavošana un īstenošana)	50
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	16.0	16.0	0.0		*	