

**УТВЕРЖДЕНА**

Ученым Советом

института иностранных языков

Протокол № 2001-УСП-5 от 21.01.2026

Председатель  Н.Л. Соколова

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ  
ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ**

**ПРОГРАММА**

**вступительного испытания  
в магистратуру в форме междисциплинарного тестирования  
по направлению подготовки**

**38.04.02 «Менеджмент»**

**Магистерская программа  
«Ивент менеджмент:  
организация конгрессных и культурно-массовых событий»**

МОСКВА 2026

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Настоящая программа составлена на основе Образовательного стандарта высшего образования Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы по направлению подготовки 38.04.02 «Ивент менеджмент: организация конгрессных и культурно-массовых событий», квалификация «Бакалавр» и определяет общее содержание вступительного испытания при приеме на обучение в магистратуру Института иностранных языков Российского университета дружбы народов.

## **2. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И СФЕРА ДЕЙСТВИЯ ПРОГРАММЫ**

Целью вступительного испытания в магистратуру является оценка необходимых для успешного освоения магистерской программы знаний и компетенций: оценка уровня владения материалом, в частности, способности к творческому и креативному решению практических задач профессиональной деятельности в современных условиях на основе развития приобретенных компетенций, определение степени профессионально-ориентированной иноязычной компетенции.

В программе отражена форма вступительного испытания; источники учебной информации, рекомендуемые для подготовки к вступительному испытанию; критерии оценки результатов вступительного испытания.

Вступительное испытание оценивается комиссией в соответствии с утвержденной программой, содержание которой служит для установления соответствия уровня и качества подготовки поступающего в магистратуру требованиям образовательного стандарта, а также показателям качества образования, характеризующим уровень знаний студентов и владения компетенциями, полученными в процессе обучения и направленными на достижение задач образовательной программы.

Составляющие вступительного испытания обеспечивают возможность объективной оценки мотивации, знаний и профессиональной подготовки будущих магистров.

## **3. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ**

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";

Образовательный стандарт высшего образования РУДН по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (приказ ректора от 21.05.2021 г. №371) «Ивент менеджмент: организация конгрессных и культурно-массовых событий», квалификация «Магистр»;

Устав РУДН.

## **4. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ЗНАНИЙ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ ИНСТИТУТА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ РУДН НА МОМЕНТ ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Программа предполагает, что лицо, поступающее в магистратуру Института иностранных языков Российского университета дружбы народов, на момент вступительного испытания должно владеть на основе базового высшего образования системой и методологией специальных знаний:

- владеть методами осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;
- владеть способностью осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности;

- владеть способностью понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;
- владеть способностью выделять, систематизировать и интерпретировать содержательно значимые эмпирические данные из потоков информации, а также смысловые конструкции в оригинальных текстах и источниках по профилю деятельности;
- владеть способностью формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации;
- владеть способностью составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности;
- владеть способностью осуществлять профессиональную и научно-исследовательскую деятельность в области менеджмента в условиях цифрового общества, развивать научное знание с применением междисциплинарного подхода и цифровых технологий.

##### **5. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ВЛАДЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЯМИ ЛИЦАМИ, ПОСТУПАЮЩИМИ В МАГИСТРАТУРУ ИНСТИТУТА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ РУДН, НА МОМЕНТ ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Программа предполагает, что лицо, поступающее в магистратуру института иностранных языков Российского университета дружбы народов, на момент вступительного испытания должно владеть основными универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, соответствующими научно-исследовательской и экспертно-аналитической деятельности:

- проводить стратегический анализ, выявлять факторы успеха, экономически обосновывать корпоративные и функциональные стратегии развития организатора конгрессного мероприятия;
- формировать концепцию и планировать реализацию стратегии развития организатора конгрессного мероприятия;
- выполнять прогнозирование развития организации в меняющихся рыночных условиях, выявлять приоритетные направления в отраслях экономики и формировать стратегию развития организации применять на практике базовые навыки двустороннего устного и письменного перевода текстов общественно-политической и социально-экономической направленности как минимум на двух иностранных языках (языке международного общения и языке страны/региона специализации);
- проектировать объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и сервисных новаций;
- организовать, координировать и контролировать деятельность по разработке бизнес-плана проекта конгрессного мероприятия;
- осуществлять планирование ресурсов мероприятия, контролировать процесс реализации проекта, выявлять риски в реализации бизнес планов в сфере конгрессного мероприятия и разрабатывать механизмы их предотвращения;
- определять ключевые технологические инновации;
- оценивать эффективность и обосновывать применение современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности профессионального организатора конгрессного мероприятия;
- осуществлять экспертизу проектов по внедрению перспективных проектов

##### **6. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Вступительное испытание в магистратуру института иностранных языков РУДН по направлению 38.04.02 «Ивент менеджмент: организация конгрессных и культурно-массовых событий» проводится в форме теста, формируемого электронной системой сопровождения экзаменов (ЭССЭ) методом случайной выборки заданий из подготовленного банка тестовых заданий, с автоматической проверкой ЭССЭ правильности выполненных заданий (компьютерный тест).

Компьютерный тест состоит из 50 вопросов на русском языке с выбором одного правильного ответа из множества. На выполнение всего теста отводится 60 минут.

Тест оценивается из 100 баллов. На каждый вопрос возможен только один правильный ответ. За правильный ответ начисляется 2 балла, за неправильный – ноль.

## 7. ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ, ВКЛЮЧЕННЫЕ В ТЕСТИРОВАНИЕ

**Основы ивент-менеджмента: ключевые понятия, структура и этапы организации мероприятий, виды и форматы событий.** Ивент-менеджмент — это управление процессом организации и проведения мероприятий, направленное на достижение определённых целей (продвижение, коммуникация, обучение и др.). Событийный маркетинг — использование событий как инструмента продвижения продукта или услуги. Жизненный цикл мероприятия — последовательность этапов, которые проходит событие от идеи до оценки результатов. Исследование и анализ — определение целей, целевой аудитории, анализ рынка и конкурентов. Разработка концепции — генерация идей, выбор формата, создание сценария. Планирование — составление бюджета, тайминга, подбор площадки, персонала, подрядчиков. Координация и реализация — организация работы команды, контроль выполнения плана, решение оперативных вопросов. Оценка и анализ результатов — сбор обратной связи, анализ эффективности, подготовка отчётов для дальнейшего развития. Корпоративные (конференции, семинары, тимбилдинги, презентации). Социальные (свадьбы, юбилеи, праздники). Культурные и развлекательные (концерты, фестивали, выставки). Образовательные (тренинги, мастер-классы, вебинары).

Спортивные (соревнования, марафоны). Виртуальные и гибридные (онлайн-мероприятия, трансляции).

**Маркетинг и PR в ивент-менеджменте: стратегии продвижения мероприятий, работа с целевой аудиторией, создание имиджа события, взаимодействие со СМИ.** Событийный маркетинг как инструмент продвижения: цели, задачи, отличия от других маркетинговых инструментов. Основные этапы разработки стратегии: постановка целей и KPI, анализ целевой аудитории, выбор формата, бюджетирование, продвижение, реализация, пост-ивент анализ. Каналы продвижения: социальные сети, email-маркетинг, таргетированная реклама, работа с инфлюенсерами, создание лендингов и использование Яндекс Директа. Примеры успешных стратегий и типичные ошибки при продвижении событий. Сегментация аудитории: определение портрета участника, анализ потребностей и мотивов. Методы привлечения и удержания внимания: персонализация, интерактивные форматы, создание уникального опыта. Использование аналитики для оценки эффективности работы с аудиторией (Яндекс Метрика, UTM-метки, воронки продаж). Создание имиджа события: формирование концепции и уникального торгового предложения (УТП) мероприятия; визуальный стиль, брендинг, оформление площадки; роль эмоционального вовлечения и создания атмосферы для формирования положительного имиджа; примеры успешных кейсов по созданию имиджа события. Взаимодействие со СМИ: основные инструменты PR: пресс-релизы, пресс-конференции, брифинги, презентации; работа с журналистами и блогерами: подготовка информационных поводов, организация пресс-подходов, предоставление эксклюзивных

материалов; медиапланирование: разработка стратегии освещения события до, во время и после мероприятия; оценка эффективности PR: количество публикаций, охват, тональность, вовлечённость аудитории. Дополнительно: отличие PR-мероприятий от маркетинговых ивентов: цели, структура, тональность коммуникации; современные тренды: интеграция digital-инструментов, работа с пользовательским контентом, создание «инстаграмных зон», использование гибридных форматов.

**Финансовый менеджмент: бюджетирование, контроль расходов, расчёт рентабельности, работа с подрядчиками и спонсорами.** Бюджетирование: определение целей и масштаба мероприятия для формирования бюджета; составление предварительного бюджета: основные статьи расходов (аренда площадки, оборудование, кейтеринг, продвижение, транспорт, гонорары персонала и спикеров); включение резервного фонда (10–20% от общей суммы) на непредвиденные расходы; использование чек-листов и шаблонов для планирования бюджета; оптимизация бюджета: приоритизация расходов, поиск дополнительного финансирования (спонсоры, партнёры), сокращение второстепенных затрат. Контроль расходов; назначение ответственного за бюджет и учёт расходов; регулярный мониторинг и корректировка бюджета в процессе подготовки и проведения мероприятия; использование программ и приложений для автоматизации учёта (Excel, Google Sheets, Trello, Zoho Projects); оценка рисков и создание резервного фонда для форс-мажоров. Финальный анализ бюджета: сравнение плановых и фактических расходов, выявление перерасходов и экономии, выводы для будущих проектов. Расчёт рентабельности: определение ключевых показателей эффективности (KPI): стоимость лида (CPL), число участников, уровень вовлечённости, окупаемость инвестиций (ROI), индекс удовлетворённости клиентов (NPS). Методы расчёта рентабельности мероприятия: анализ соотношения затрат и полученных результатов (например, количество новых клиентов, объём продаж, медийный охват). Использование данных для оценки успешности мероприятия и корректировки стратегии на будущее. Работа с подрядчиками: поиск и выбор подрядчиков: анализ рынка, сравнение предложений, проведение тендеров; заключение договоров, постановка задач, контроль выполнения работ. Документальное оформление: договоры, акты, закрывающие документы. Оценка качества работы подрядчиков и анализ их влияния на бюджет и сроки. Работа со спонсорами: определение круга потенциальных спонсоров и партнёров; разработка спонсорских пакетов и презентаций, демонстрирующих выгоды для спонсоров; заключение договоров, организация размещения логотипов, брендированных зон, специальных активностей для спонсоров; оценка эффективности сотрудничества: анализ вклада спонсоров в бюджет, медийный эффект, достижение целей мероприятия.

**Логистика мероприятий: организация пространства, техническое и транспортное обеспечение, кейтеринг, управление ресурсами.** Организация пространства: определение задач и целей мероприятия для выбора подходящей площадки; классификация площадок: по типу (конференц-залы, банкетные залы, открытые пространства), вместимости, техническому оснащению; планирование зонирования: регистрация, зона отдыха, рабочие зоны, технические и сервисные помещения; логистические схемы: маршруты движения гостей, персонала, подрядчиков, размещение оборудования и материалов; требования к безопасности, доступности и комфорту для всех участников. **Техническое обеспечение:** составление перечня необходимого оборудования: звук, свет, мультимедиа, интернет, системы навигации; организация монтажа, настройки и тестирования техники до начала мероприятия; взаимодействие с техническими подрядчиками: выбор, заключение договоров, контроль выполнения работ; планирование резервных решений на случай технических сбоев; документальное оформление: акты приёма-передачи оборудования, инструкции для персонала.

**Транспортное обеспечение:** организация доставки участников, спикеров, персонала и оборудования к месту проведения; выбор транспортных компаний, расчёт маршрутов, согласование времени прибытия и отправления; логистика для выездных мероприятий: трансферы, проживание, питание в пути; контроль за выполнением транспортных графиков, решение форс-мажорных ситуаций; ведение транспортной документации и отчётности. **Кейтеринг:** виды кейтеринга: банкет, фуршет, кофе-брейк, выездное обслуживание; формирование меню с учётом формата мероприятия, количества гостей, диетических особенностей; организация работы персонала: официанты, бармены, повара.

Логистика доставки продуктов, хранения, сервировки и уборки; взаимодействие с подрядчиками: составление договоров, контроль качества услуг. **Управление ресурсами:** классификация ресурсов: материальные (оборудование, материалы), человеческие (персонал, волонтеры), информационные (данные, документация), финансовые; планирование и распределение ресурсов по этапам мероприятия; оптимизация использования ресурсов: минимизация простоев, предотвращение дефицита или излишков; контроль за расходом ресурсов, ведение учёта и отчётности; анализ эффективности использования ресурсов после завершения мероприятия

**Управление командой и работа с подрядчиками: подбор и координация персонала, взаимодействие с поставщиками услуг, навыки переговоров.** Подбор и координация персонала: определение потребностей в персонале: анализ задач мероприятия, составление профиля сотрудников (официанты, технический персонал, координаторы, волонтеры и др.). Источники поиска: кадровые агентства, биржи фриланса, личные контакты, рекомендации. Критерии отбора: опыт, навыки, стрессоустойчивость, коммуникабельность. Организация собеседований и тестовых заданий. Координация работы команды: распределение ролей и зон ответственности, постановка задач, контроль выполнения, мотивация и обратная связь. Документооборот: оформление договоров, инструктаж, ведение таблиц и отчётности. Взаимодействие с поставщиками услуг: классификация поставщиков: техническое обеспечение, кейтеринг, транспорт, полиграфия, клининг и др. Алгоритм выбора: анализ рынка, сбор коммерческих предложений, проведение тендеров. Критерии выбора: цена, качество, репутация, опыт работы на аналогичных мероприятиях. Заключение договоров: согласование условий, сроков, ответственности сторон. Контроль выполнения обязательств: мониторинг сроков, качества услуг, решение спорных вопросов. Документальное сопровождение: акты выполненных работ, закрывающие документы. Навыки переговоров: подготовка к переговорам: анализ интересов сторон, определение целей и допустимых уступок. Техники ведения переговоров: активное слушание, аргументация, работа с возражениями.

Стили переговоров: жёсткие, партнёрские, компромиссные. Заключение соглашений: фиксация договорённостей, оформление протоколов встреч. Управление конфликтами: предотвращение и разрешение спорных ситуаций с подрядчиками и внутри команды

**Проектный менеджмент: планирование, тайм-менеджмент, управление рисками, разработка сценариев и тайминга события.** Планирование: определение целей и задач проекта: формулировка конкретных, измеримых, достижимых, релевантных и ограниченных по времени (SMART) целей. Разработка концепции мероприятия: анализ целевой аудитории, выбор формата, создание уникального торгового предложения (УТП).

Составление плана проекта: декомпозиция задач, определение этапов, распределение ресурсов, составление дорожной карты (roadmap). Использование инструментов проектного менеджмента: диаграммы Ганта, Kanban-доски, чек-листы, шаблоны документов. Документирование: бриф, техническое задание (ТЗ), смета, план коммуникаций. Тайм-менеджмент: Разработка тайминга события: определение ключевых

точек (milestones), составление расписания для всех этапов (подготовка, монтаж, проведение, демонтаж). Методы управления временем: приоритизация задач (матрица Эйзенхауэра), планирование буферов на непредвиденные задержки. Контроль сроков: регулярный мониторинг выполнения задач, использование трекеров и систем управления проектами. Гибкое планирование: применение Agile-подхода для адаптации к изменениям и быстрой корректировки плана. Разработка сценариев и тайминга события: Создание сценарного плана: описание последовательности активностей, ролей участников, технических и организационных моментов. Детализация тайминга: поминутный или поэтапный график мероприятия с учётом логистики, технических пауз, резервного времени. Интеграция технических и креативных элементов: согласование работы всех служб (свет, звук, видео, кейтеринг, хостес). Репетиции и прогоны: проверка сценария на практике, сбор обратной связи, внесение корректировок. Современные инструменты и подходы: использование User Story и JTBD для формулирования требований к проекту. Применение Kanban и Agile для управления задачами и изменениями. Критерии приёмки (acceptance criteria) для оценки качества выполнения работ.

**Правовые и этические аспекты: основы договорных отношений, юридические требования к организации мероприятий, вопросы безопасности.** Основы договорных отношений: понятие и виды договоров: договор оказания услуг, подряд, аренда, спонсорство, трудовые договоры с персоналом. Структура договора: предмет, сроки, стоимость, права и обязанности сторон, ответственность, порядок расторжения. Юридическая сила документов: оформление, подписи, реквизиты, использование электронных документов и цифровых подписей. Порядок заключения и исполнения договоров: оферта, акцепт, согласование условий, контроль исполнения обязательств. Разрешение споров: претензионный порядок, медиация, судебная защита интересов. Юридические требования к организации мероприятий: лицензирование и разрешения: когда и какие разрешения требуются (например, на торговлю, использование музыки, проведение массовых мероприятий). Соблюдение законодательства: Гражданский кодекс, Закон о защите прав потребителей, Закон о персональных данных, Трудовой кодекс. Требования к безопасности: соответствие санитарным, противопожарным, техническим нормам. Ответственность организатора: за вред, причинённый участникам, имуществу, третьим лицам. Документооборот: акты выполненных работ, счета-фактуры, закрывающие документы. Вопросы безопасности: физическая безопасность: организация пропускного режима, контроль доступа, взаимодействие с охраной и экстренными службами. Информационная безопасность: защита персональных данных участников и сотрудников, организация работы с конфиденциальной информацией. Профилактика рисков: разработка планов эвакуации, инструктаж персонала, наличие аптек и средств пожаротушения. Юридическая ответственность: административная и уголовная ответственность за нарушение норм безопасности. Этические аспекты: корпоративная этика: стандарты поведения персонала, взаимодействие с клиентами и подрядчиками. Конфиденциальность: соблюдение коммерческой тайны, защита персональных данных. Ответственность перед обществом: экологические стандарты, инклюзивность, уважение культурных и религиозных особенностей участников.

**Современные тенденции и технологии: использование цифровых платформ, социальных сетей, инноваций в event-индустрии.** Использование цифровых платформ: Мобильные приложения для мероприятий: функции (расписание, навигация, нетворкинг, обратная связь), интеграция с билетными системами и CRM. Онлайн- и гибридные форматы: платформы для трансляций, виртуальные площадки, инструменты для вовлечения онлайн-аудитории (голосования, чаты, интерактивы). Цифровые экосистемы: автоматизация процессов регистрации, аналитики, управления контентом и

коммуникациями. Примеры: использование брендированных приложений, цифровых двойников площадок, экосистем для сбора и анализа данных о поведении участников. Социальные сети: Основные каналы: Telegram (B2B, экспертный контент, рабочие чаты), VK (визуальное присутствие), Instagram\* (органический охват, Reels), новые платформы для тестов. Форматы контента: экспертные кейсы, закулисье, визуальные подборки, мемы, короткие видео, сторис. Инструменты продвижения: посеы в Telegram-каналах, Telegram Ads, коллаборации с экспертами и инфлюенсерами, Яндекс.Директ. Интеграция соцсетей с мероприятием: создание комьюнити, генерация пользовательского контента (UGC), работа с отзывами и репутацией бренда. Инновации в event-индустрии: Искусственный интеллект: персонализация сценариев, автоматизация сметы, анализ итогов мероприятия, цифровые ассистенты для участников. Иммерсивные технологии: VR/AR, голограммы, сенсорные экраны, динамическое освещение, ароматизация, тактильные панели. Новые форматы: дискуссионные клубы, VR/AR-события, мероприятия в нестандартных локациях, гастрономические и медитативные ивенты. Диджитал-объекты: роботы-маскоты, интерактивные декорации, цифровые арт-объекты для оформления площадок. Технологии благополучия: трекеры состояния участников (усталость, стресс), программы цифрового здоровья. Тренды на отключение от внешних коммуникаций: создание «цифрового детокса» для максимального погружения в программу.

## **Практический курс основного иностранного языка (английский)**

### **А. Морфология**

#### Имя существительное.

Существительные: собственные и нарицательные, конкретные и абстрактные.

Число: единственное и множественное. Основные способы образования множественного числа.

Падеж: общий и притяжательный. Падежные формы и значения, их употребление с существительными: 1) обозначающими одушевленные предметы, 2) обозначающими неодушевленные предметы.

#### Артикль.

Артикль – служебное слово. Понятие о происхождении артикля. Определенный и неопределенный артикли. Употребление артикля с нарицательными существительными. Употребление артикля с именами собственными: именами людей; географическими названиями; названиями гостиниц, судов, газет и журналов; названиями частей света, дней недели, месяцев года. Употребление артикля с существительными, определяемыми именем собственным. Трудности в употреблении артикля: 1) со словами day, night, morning, evening; 2) с названиями времен года; 3) с существительными school, college, bed, prison, jail; 4) с существительным town; 5) с названиями трапез; 6) с названиями языков; 7) с некоторыми местоимениями и числительными: few, a few, the few, little, a little, the little, two, the two, three, the three, etc.; a second, the second, another, the other, last, the last, next, the next, a number, the number.

Нулевой артикль. Отсутствие артикля перед существительными, обозначающими названия наук и учебных предметов.

#### Имя прилагательное.

Место прилагательных в предложении. Степени сравнения прилагательных. Усилительные слова при сравнительной и превосходной степенях сравнения прилагательных. Субстантивированные прилагательные.

#### Местоимение.

Местоимения: 1) личные (в двух падежах), 2) притяжательные (в двух падежах), 3) возвратные, 4) эмфатические, 5) взаимные, 6) указательные, 7) вопросительные, 8) относительные, 9) определительные,

10) неопределенные, 11) отрицательные.

Местоимение it.

Имя числительное.

Числительные: 1) количественные, 2) порядковые. Употребление числительных в предложении.

Глагол.

Основные формы глагола. Глаголы: 1) правильные, неправильные; 2) знаменательные, вспомогательные, служебные; 3) переходные, непереходные. Категории лица и числа (3-е лицо единственного числа Present Indefinite (Simple) Indicative; 1-е лицо единственного и множественного числа Future Indefinite (Simple) Indicative; глагол to be).

Залог: 1) действительный, 2) страдательный.

Наклонение: 1) повелительное, 2) изъявительное, 3) сослагательное.

Употребление времен английского глагола в изъявительном и сослагательных наклонениях.

Употребление времен в страдательном залоге. Замена форм будущего времени формами настоящего в придаточных предложениях времени и условия. Согласование времен.

Модальные глаголы. Эквиваленты модальных глаголов: to be + Infinitive, to have + Infinitive. Употребление модальных глаголов в высказываниях, относящихся к моменту речи в настоящем, будущем или прошлом.

Неличные формы глагола: 1) инфинитив; временные, залоговые формы инфинитива; 2) герундий; употребление герундия; временные, залоговые формы герундия; герундий и инфинитив; герундий и причастие; герундий и модальные глаголы; 3) причастие; временные, залоговые формы причастий; Participle I, Participle II.

Наречие.

Значение и место наречий в предложении. Степени сравнения наречий.

Предлоги.

Наиболее употребительные предлоги места и времени. Сочетание предлогов of, to, for, by, with с существительными для выражения синтаксических отношений. Место предлога в вопросительном предложении. Предлоги и наречия. Словосочетания, употребляемые в качестве средств связи.

**Б. Синтаксис**

Простое предложение.

Виды простого предложения: 1) повествовательное, 2) вопросительное, 3) повелительное, 4) восклицательное; их структура.

Типы вопросов: 1) общий, 2) альтернативный, 3) разъединительный, 4) специальный, 5) косвенный.

Члены предложения: главные – 1) подлежащее, 2) сказуемое, их согласование; второстепенные – 1) определение, 2) обстоятельство, 3) дополнение; их место в предложении.

Порядок слов в предложении. Инверсия: 1) вопросительные предложения, 2) предложения с оборотом there is, there are. Сравнение предложений с вводящим there и предложений с it в роли подлежащего.

Сложное предложение.

Предложения сложносочиненные и сложноподчиненные. Виды связи в сложных предложениях (бессоюзное подчинение). Виды придаточных предложений. Согласование времен. Прямая и косвенная речь.

Пунктуация.

Знаки препинания в простом и сложном предложении.

**В. Лексика**

В рамках изучения основных коммуникативных сфер: повседневно-бытовой, социально-культурной и общественно-политической, программа предусматривает знание следующих лексических тем:

- International cooperation
- Meetings, arrivals, departures
- Negotiation and bargaining
- International relations
- Diplomacy and diplomats
- The Diplomatic Corps
- Globalisation
- English as a global language
- Language of the Mass Media
- Terrorism
- The instruments of counterterrorism
- Wars, types of warfare
- Reasons and consequences of Cold War
- International conflicts
- Natural disasters
- Humanitarian organizations
- Globalization
- Social problems
- Law and order
- National identity problem
- Human rights; right to privacy; surveillance
- International organizations
- The United Nation System; the main organs of the UN
- Separatism
- New geopolitical situation
- Electoral systems of the USA, the UK
- The Press in Britain and in the USA
- Political Parties. Political Parties in Great Britain in the USA
- Leaders and leadership; Outstanding politicians.

## 8. ИТОГОВЫЕ УСЛОВИЯ ЗАЧИСЛЕНИЯ

Нижней границей оценки портфолио на основе представленных документов является 30 баллов. Поступающие, получившие более низкую оценку к конкурсному отбору не допускаются. Набравшие наибольшее количество баллов могут претендовать на поступление на места с бюджетным финансированием в соответствии с их количеством и собственным местом в рейтинге по итогам конкурса.

## 9. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Агеев В.С. Механизмы Event-концепции // Менеджмент. — 2008. — № 2.
2. Акции, которые котируются: как компания Hasbro компенсирует расходы на event-маркетинг // PR в России. — 2010. — № 7.
3. Алибасов Б. Концепция прорыва в коммерческом ивент-менеджменте [Электронный ресурс] // Бизнес образование России.
4. Андриенко В.П. Феномен Event-концепции // Маркетинг. — 2009. — № 6.

5. Андрущенко Е.Ю. Менеджмент в сфере академической музыкальной культуры и современные event-технологии: учебно-методическое пособие. — Санкт-Петербург: Лань, 2018.
6. Бодажкова Н.А. Event-менеджмент — новый этап в развитии организации мероприятий // *Gaudeamus Igitur*. — 2015. — № 4.
7. Дементьева А.О. Основные понятия event-менеджмента // *StudNet*. — 2019. — № 4.
8. Евстафьев В.А., Молин А.В. Организация и практика работы рекламного агентства. — Москва: Дашков и К°, 2017.
9. Ермаков С.Г., Макаренко Ю.А., Соколов Н.Е. Event-менеджмент: обзор и систематизация подходов к организации мероприятий // *Управленческое консультирование*. — 2017. — № 9 (105).
10. Курачева М.Е. Event-менеджер: становление и перспективы развития профессии в России // *Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда*. — 2019. — Т. 4, № 3.
11. Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Всё об организации и продвижении событий.
12. Усманов Д. Ф., Галина А.Э. Event-менеджмент в системе стимулирования сбыта на предприятии // *Символ науки*. — 2016. — № 6-1.
13. Франкель Н. Партнёрство и спонсорство в event-индустрии. Игра вдолгую. — Санкт-Петербург: Питер, 2021.
14. Хальцбаур У. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий. — М.: Эксмо, 2007.
15. Шкурко Н.С., Михайлова А.В., Гаврильева В.Н. Event-менеджмент в контексте управления территорией: региональная практика // *Modern Economy Success*. — 2020. — № 3.
16. Андреева Т. Л., Командакова М. С. Английский язык: учебно-методический комплекс: [для студентов вузов по направлениям 46.03.01 "История", 41.03.05 "Международные отношения", 41.03.01 "Зарубежное регионоведение"]. <https://openrepository.ru/article?id=806454>
17. Андреева Т. Л. Деловой английский язык (Business English (Part 1): учебно-методический комплекс: [для студентов вузов по направлениям 46.03.01 "История", 41.03.05 "Международные отношения", 41.03.01 "Зарубежное регионоведение"]. <https://openrepository.ru/article?id=807728>
18. Осадчая Е. В. Практический курс английского языка (продвинутый уровень) Иностранный язык (1-й). Для студентов направления «Международные отношения» для очной и очно-заочной форм обучения. Учебно-методическое пособие. Часть 2. <https://openrepository.ru/article?id=734055>

Дополнительная литература:

19. Аналитические обзоры и кейсы по современным тенденциям в event-индустрии (цифровизация, гибридные форматы, инновации).
20. Пасмуров А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. Event-менеджмент. — СПб: Питер, 2006.

21. Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Всё об организации и продвижении событий.
22. Статьи из научных электронных библиотек (например, ELibrary.ru) по актуальным вопросам event-менеджмента.
23. Учебные пособия по проектному менеджменту, маркетингу, PR и логистике.
24. Хальцбаур У. Event-менеджмент: профессиональная организация успешных мероприятий. — М.: Эксмо, 2007.