

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор ВНПЗ «Дніпровський
гуманітарний університет»

Олег КИРИЧЕНКО

"_____"._____ 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь

бакалавр

(назва ступеня вищої освіти – бакалавр або магістр)

Спеціальність

241 Готельно-ресторанна справа

(шифр і назва)

Освітня програма

Готельно-ресторанна справа

наказ № 34-02 від 25.04.2024

(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)

Статус навчальної дисципліни

вибіркова

(обов'язкова або вибіркова)

Мова навчання:

українська

Івент-менеджмент // Робоча програма навчальної дисципліни. Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024. 10 с.

РОЗРОБНИК(-И): Лисенко О. В., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, кандидат економічних наук.

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 14.06.2024 р., протокол №10

Схвалено Вченою радою університету, рекомендовано для використання в освітньому процесі протягом 5 років. 22.08. 2024 р., протокол №12.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Івент-менеджмент» є формування у студентів управлінського мислення та навичок застосування системи спеціальних знань щодо івент-технологій. Опанування івент-технологій, планування й організації подій, розробка концепції та програми кожної події, формування і контроль виконання бюджету, ефективність проведення кожного івент заходу — задача дисципліни., спрямована на формування у студентів сучасного управлінського мислення та фахових компетентностей з питань надання івент-послуг клієнтам соціокультурної сфери.

Передумови для вивчення навчальної дисципліни — знання з дисциплін: «Економіка підприємства», «Менеджмент готельного і ресторанного бізнесу», «Маркетинг готельного і ресторанного бізнесу»

Набуті компетентності:

ЗК3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК9. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК13. Здатність здійснювати комунікаційну діяльність, логічно вірно, аргументовано доводити власну думку та відстоювати власну позицію.

СК1. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.

СК4. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК6. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (закладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства.

СК7. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

СК8 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.

СК10. Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного та ресторанного бізнесу.

СК12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК16. Здатність аналізувати динаміку попиту на продукцію і послуги підприємств (закладів) готельного та ресторанного господарств, санаторно-курортних закладів.

Програмні результати навчання (ПРН)

РН 1. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

РН 2. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанных послуг, а також суміжних наук.

РН 4. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

РН 5. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

РН 6. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.

РН 7. Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанных послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

РН10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.

РН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

РН 15. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

РН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.

РН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.

РН 24. Використовувати різноманітні інформаційні джерела для повного та всебічного аналізу управлінських, економічних та технологічних процесів готельно-ресторанної справи.

РН 26. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати професійної діяльності відповідно до чинних законодавчих, нормативно-правових актів щодо забезпечення діяльності закладів гостинності, відпочинку й оздоровлення.

Обсяг навчальної дисципліни: Додатки 1.1, 1.2. *(оновлюється щорічно).*

Програма навчальної дисципліни

ТЕМА 1. Поняття, зміст та класифікація event заходів

Категорія «event». Подія, захід, церемонія та шоу. Event – технологія. Характеристики поняття event: виняткова подія; виняткова подія з точки зору відвідувачів; позитивне сприйняття; ретельна організація та сплановане інсценування. Особливості: результат зусиль - сам захід, його не можна ні відстрочити, ні виправити («пройшло як пройшло»); результат є унікальним; результат неможливо зберегти незмінним або запасти про запас; порівняно з результатом підготовка набагато масштабніша як за витратами часу, так і за витратами коштів. Класифікації event: за характером самої події (ділове, розважальне, team - building); залежно від персони замовника (державне, корпоративне, приватне); за місцем проведення (приміський відпочинок, свята на відкритих і на закритих майданчиках) та інші. Критерії заходів: приватний event (дні народження, дитячі свята, весілля та ін.); event - менеджмент (планування, організація, контроль і управління проектом або подією. Узагальнений варіант класифікації: розважальні заходи: ділові заходи:

ТЕМА 2. Цілі та завдання event заходу

Першочергові цілі, другорядні цілі. Цілі event заходу: якісні і кількісні. Мета event заходів. Завдання event заходів. Приватні заходи, ділові заходи (бізнес- event), корпоративні ділові заходи і спонсоринг. Розробка event: визначення завдань, що стоять перед проектом; аналіз цільової аудиторії event.

ТЕМА 3. Дослідження event заходу

Дослідження як інструмент організації заходу (зовнішні та внутрішні). Роль власних даних компанії. Опитування – як метод збору інформації (анкета, інтерв'ю, фокусоване групове інтерв'ю, експертне опитування. Метод дослідження «людина-«монітор». Маркетингові дослідження МІС (Маркетингові Інформаційні Системи).

ТЕМА 4. Розробка програми event заходу

Метод «мозкового штурму» (Brainstorming). Документації ідей при розробці івент. Конкурс ідей для програми заходу. Творчий вплив ззовні. Розробка івенту (планування). Проведення івенту (організація). Формулювання цілей і завдань та вибір концепції заходу. Визначення теми та ідеї, сюжету заходу. Визначення аудиторії. Ідеї заходу. Вибір осіб заходу. Атмосфера. Правило п'яти почуттів. Планування часу для проведення івент (час року; день тижня; час дня; розклад заходу.)

ТЕМА 5. Планування event заходу. Event-проект. Персонал для event заходу

Event-проект. Етапи роботи над Event-проектом. Бриф від замовника заходу. Підготовка креативної пропозиції. Укладання договору. Реалізація проекту. Івентор (event-менеджер). Розробка проектної документації.

Організація роботи персоналу. Функція мотивування та налагодження комунікації, функція формування складу команди. Дві різні культури управління персоналом: виховування кадрів; набір команди під конкретний проект. Корпоративна культура. Корпоративна культура управління персоналом. Розподіл робіт за проектами. Розподіл робіт за функціями.

ТЕМА 6. Робота з підрядниками. Місце проведення заходу. Команда event-проекту

Класифікація підрядників. Підрядники, які організують заходи. Спеціалізовані event — компанії. PR агентства. Маркетингова підтримка заходів. Додаткові послуги підрядників. Етапи взаємодії з підрядниками. Особливості вибору місця проведення заходу. Бронювання залу для заходу. Приклади розсадження, заповнюваність залу.

Особливості організації команди event-проекту. Керівництво співробітниками при організації event проекту. Робота в команді. Мотивація, комунікація. Ефективний обмін інформацією. Основні техніки прийняття рішень. Таблиці рішень. Застосування технік креативності при роботі в команді.

ТЕМА 7. Фази та етапи event-менеджменту. Ризики в управлінні event заходами

Сутність та характеристика основних фаз event-менеджменту: ініціювання; старт; підготовка; пуск, дія, наслідки; підведення підсумків.

Ризик і ймовірнісний характер результату. Невизначеність. Збиток. Наявність аналізу. Значимість ризику. Види ризиків event заходів (технічний ризик, індивідуальний, потенційний, колективний, прийнятний, підприємницький, фінансовий, кредитний, валютний...). Управління ризиками. Безпека проведення event заходу.

ТЕМА 8. Інструменти маркетингу event заходів. Ефективність управління event заходами. Фінансові результати event заходів

Інструменти продажів event заходу: «посил» в рекламі; тема і назва event заходу. Реклама та рекламні канали: пряме звернення (пошта, кур'єрська доставка); телемаркетинг; бази даних. PR (зв'язки з громадськістю, піар). Робота з пресою (прес – конференція, «круглий стіл», прес – ланч, прес –брифінг, прес – конференція, прес – тур, дні відкритих дверей).

Фінансове планування і фінансовий контроль. Заходи, що приносять прибуток. Самоокупні заходи. Безприбуткові заходи. Правила планування бюджету event заходів.

Форма підсумкового контролю успішності навчання

Підсумковий контроль – це перевірка рівня засвоєння знань, навичок, вмій та інших компетенцій за певний період навчання (навчальний семестр, навчальний рік).

З навчальної дисципліни «Івент-менеджмент» передбачено:

- для денної форми навчання – екзамен;
- для заочної форми навчання – екзамен.

Політика курсу, критерії та засоби оцінювання успішності навчання

Політика курсу: обов'язкове відвідування лекційних, семінарських та практичних занять; гідна поведінка в аудиторії; обов'язкове відвідування консультацій

За кредитно-модульною системою викладення навчальної дисципліни «Івент-менеджмент» застосовуються такі основні види контролю знань:

1. поточний контроль – систематично на різних навчальних заняттях впродовж семестру у формах:

2. усне опитування;
3. письмові контрольні експрес-роботи;
4. тестовий контроль;

5. підсумковий контроль – у кінці семестру після вивчення навчальної дисципліни у формі заліку.

За рішенням викладача або кафедри *нараховуються заохочувальні бали* за наступні види робіт:

– за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;

– за виконання творчих завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);

– за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи: здобувачі, які пропустили семінарські заняття або лекції, мають можливість відпрацювати заборгованості під час консультацій, що проводяться викладачем, відповідно до графіку консультацій. Для отримання певної кількості балів здобувач має можливість усно відповісти на питання теми, за якою він має заборгованість або виконати індивідуальну роботу, що складається з завдань, визначених викладачем в кожному окремому випадку (в залежності від обсягу заборгованості).

Обов'язковою умовою при нарахуванні загальної кількості балів здобувачу є необхідність дотримання принципів політики доброчесності. Дотримання *академічної доброчесності* передбачає: самостійне виконання навчальних

завдань, поточного та підсумкового контролю результатів навчання; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Якщо має місце виявлення випадків академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, обману з боку здобувачів встановлюється академічна відповідальність. До здобувачів застосовуються види відповідальності, передбачені частинами 6 та 7 статті 42 Закону України «Про освіту».

Поточна атестація проводиться після вивчення теми № 8 у вигляді письмового опитування або тесту.

Підсумкове оцінювання: умови для складання екзамену: до екзамену допускаються здобувачі вищої освіти, які пройшли оцінювання за усіма формами поточного контролю, передбаченого робочою програмою.

Критерії переведення оцінок за 100-бальною шкалою у національну шкалу та шкалу ЄКТС

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою (екзамен /залик)	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Пояснення
90–100	Відмінно	А	«Відмінно» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі; сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; усі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані в повному обсязі.
83–89	Добре	В	«Дуже добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі; в основному сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; усі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані , якість виконання більшості з них оцінена кількістю балів, близькою до максимальної .
75–82		С	«Добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний цілком ; в основному сформовані практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; усі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані , якість виконання жодного з них не оцінена мінімальною кількістю балів, деякі види завдань виконані з помилками .
68–74	Задовільно	Д	«Задовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний не повністю , але прогалини не носять істотного характеру; в основному сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано , деякі з виконаних завдань містять помилки .
60–67		Е	«Достатньо» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково ; не сформовані деякі практичні навички роботи; частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального .

35–59	Незадовільно	FX	«Умовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний частково; не сформовані необхідні практичні навички роботи; більшість навчальних завдань не виконано або якість їх виконання оцінено кількістю балів, близькою до мінімальної; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання).
1–34		F	«Безумовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу не засвоєний; не сформовані необхідні практичні навички роботи; усі виконані навчальні завдання містять грубі помилки або не виконані взагалі; додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не призведе до значного підвищення якості виконання навчальних завдань.

Розподіл балів за формою навчання та контролю для навчальної дисципліни

ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ			
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль ЕКЗАМЕН (Е)	
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота		
≤ 40	≤ 20		
≤ 60		≤ 40	
Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК+ Е ≤ 100			
ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ			
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль ЕКЗАМЕН (Е)	
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота		
≤ 20	≤ 40		
≤ 60		≤ 40	
Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК+ Е ≤ 100			

Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна
Internet

Інформаційне та методичне забезпечення навчальної дисципліни (рекомендовані джерела інформації)

1. Робоча програма навчальної дисципліни.

2. Конспект лекцій (скорочений).
 3. Плани семінарських (практичних) занять.
 4. Завдання та тематика контрольних робіт для студентів-заочників.
 5. Інструктивно-методичні матеріали до лекційних занять.
 6. Інструктивно-методичні матеріали до семінарських (практичних) занять.
 7. Завдання для виконання письмових модульних робіт.
 8. Роздатковий матеріал.
 9. Екзаменаційні (залікові) білети з дисципліни.
- Додаток 2 *(оновлюється щорічно та/або в разі необхідності)*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор ВНПЗ «Дніпровський
гуманітарний університет»

Тетяна АЛФЬОРОВА
2024

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь бакалавр Спеціальність 241 «Готельно – ресторанна справа»
(назва ступеня вищої освіти) (шифр і назва)

на 2024 / 2025 навчальний рік

Форма навчання денна Обсяг 3 кредитів ЄКТС, 90 годин

Кафедра (-и) Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Курс III Групи ГР-

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна (індивідуальна) робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практ. заняття	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема 1. Поняття, зміст та класифікація event заходів	12	4	2	2		8
2	Тема 2. Цілі та завдання event заходу	12	4	2	2		8
3	Тема 3. Дослідження event заходу	11	4	2	2		7
4	Тема 4. Розробка програми event заходу.	11	4	2	2		7
5	Тема 5. Планування event заходу. Event-проект. Персонал для event заходу.	11	4	2		2	7
6	Тема 6. Робота з підрядниками. Місце проведення заходу. Команда event-проекту.	11	4	2		2	7
7	Тема 7. Фази та етапи event-менеджменту. Ризики в управлінні event заходами.	11	4	2		2	7

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна (індивідуальна) робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практ. заняття	
1	2	3	4	5	6	7	8
8	Тема 8. Інструменти маркетингу event заходів. Ефективність управління event заходами. Фінансові результати event заходів	11	4	2		2	7
	Разом за семестр	90	32	16	8	8	58

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 14.06.2024 р., протокол №10

Завідувач кафедри



(підпис)

Т.В. Тесленко

Додаток 1.2.
до Робочої програми з навчальної
дисципліни

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор ВНПЗ «Дніпровський
гуманітарний університет»

Тетяна АЛФЬОРОВА
2024

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній
ступінь

бакалавр

(назва ступеня вищої освіти)

Спеціальність

**241 «Готельно –
ресторанна справа**

(шифр і назва)

на 2024 / 2025 навчальний рік

Форма

навчання

заочна

Обсяг

3

кредитів ЄКТС,

90

годин

Кафедра (-и)

Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Курс

III

Групи

ГР-

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна (індивідуальна) робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практ. заняття	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема 1. Поняття, зміст та класифікація event заходів Тема 2. Цілі та завдання event заходу			2	2		12
2	Тема 3. Дослідження event заходу. Тема 4. Розробка програми event заходу.			2	2		12
3	Тема 5. Планування event заходу. Event-проект. Персонал для event заходу.			2			14
4	Тема 6. Робота з підрядниками. Місце проведення заходу. Команда event-проекту.						14
5	Тема 7. Фази та етапи event-менеджменту. Ризики в управлінні event заходами.						14

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна (індивідуальна) робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практ. заняття	
1	2	3	4	5	6	7	8
6	Тема 8. Інструменти маркетингу event заходів. Ефективність управління event заходами. Фінансові результати event заходів						14
	Разом за семестр	90		6	4		80

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 14.06.2024 р., протокол №10

Завідувач кафедри



(підпис)

Т.В. Тесленко

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь	бакалавр	Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
	(назва ступеня вищої освіти)		(шифр і назва)

На 202__/202__ навчальний рік

Основні нормативні акти:

1. Конституція України : від 01.01.2020 р.

URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

2. Податковий кодекс України від 06.05.2023 р. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>;

3. Бюджетний кодекс України від 06.05.2023 р. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>.

Підручники:

1. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. Л. Л. Ковальської, І. В. Кривов'язюка. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

2. Ігнат'єва І. А., Паливода О. М., Янковой Р. В.. Менеджмент організацій (малого та середнього бізнесу) : підручник . К. КНУТД, 2014. 360 с.

3. Мальська М. П., Пандяк І. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник . М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. К. : Центр учбової літератури, 2012. 470 с.

4. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник. Київ : КНЕУ, 2017. 528 с.

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали:

10. Зеленська Л. М. Івент-менеджмент : навч. посіб. Київ, НАКККіМ, 2018. 148 с.

11. Главацька О. Л. Івент-менеджмент: теорія та практика : навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 028 "менеджмент соціокультурної діяльності". Тернопіль : Паляниця В. А., 2020. 319 с.

12. Дергачова Т.М. Івент-менеджмент конспект лекцій : навч. посіб. Київ, КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 99 с.

13. Основи event-менеджменту : навч. посіб. для студ. ВНЗ, які навч. за спец. Менеджмент організацій і адміністрування. Житомир : Рута, 2014. 52 с.

14. Повалій, Т.Л. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2021. 198 с.

15. Радіонова О. М. Івент-технології : навч. посібник : Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 168 с.

Монографії

1. Артус М. М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2008.

2. Лисенко О. В. Дослідження резервних фондів на малих і середніх підприємствах України. Стратегічне управління підприємствами малого та середнього бізнесу промислового регіону : монографія / за наук. ред. д. е. н., проф., ак. АЕНУ І. Д. Падеріна. Дніпро : ТОВ «Акцент ПП», 2016. С. 76–83.

3. Лисенко О. В. Управління процесом врівноваження фінансування короткострокових виробничих періодів підприємств сфери гостинності. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колективна монографія. : за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : ЛІРА, 2022. С. 107 — 129.

4. Лисенко О. В., Бондаренко К. В. Тенденції змінення цін на стандартні номери в готелях Варшави. Глобальні зміни розвитку суспільства на зламі тисячоліть : кол. моногр. : Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2023. С. 90 — 109.

5. Лисенко О. В. Статистичний аналіз цін на готельні номери на прикладі м. Дніпро. Державне управління в галузі туризму та гостинності в Україні : колективна монографія. : за ред. В. М. Торяника. Дніпро : ВНПЗ ДГУ, 2024. С. 144 – 163

6. Прикладні аспекти прогнозування розвитку складних соціально-економічних систем : Монографія / За ред. О. І. Черняка, П. В. Захарченка. – Бердянськ : Видавець Ткачук О. В, 2015. – 384 с.

Інші наукові видання:

1. Зеленська Л. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. К.: НАКККІМ, 2015. 84 с.

2. Гакова М. В. Роль маркетингу відносин в системі інтерактивного середовища. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2022 Вип. 3 (70). С. 51-55.

3. Лисенко О. В. Моделювання достатності фінансового забезпечення поточних виробничих періодів для готельних підприємств. *Економічний простір* : Збірник наукових праць. Дніпро : ПДАБА, 2021.

4. Радіонова О.М. Івент-технології: конспект лекцій. ХНУМГ імені О.М.Бекетова, 2015. 68 с.

5. Жежуха В. Й., Мисик В. М. Івент-менеджмент в Україні: проблеми, тенденції, перспективи та напрямки реінжинірингу. *Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій*. 2022. С. 31–45. URL: https://reicst.com.ua/asp/article/view/monograph_paradigmatic_03_2022_01_2

6. Власенко О. Б. Івентивний менеджмент як окремий напрям

дослідження у сучасній науці. *Науковий вісник херсонського державного університету*. Серія економічні науки. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/138.pdf

7. Олексюк Г.В., Ангелко І.В., Самотій Н.С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. *Регіональна економіка*. 2020. №3 (97). С. 120-130.

8. Панфілов Ю.І., Грень Л.М., Бондаренко В.В. Методика формування комунікативної компетентності майбутнього лідера – менеджера. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2016. №2. С. 10–19.

Інтернет - ресурси:

6. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського // <http://www.nbuv.gov.ua>

7. Офіційні сайти періодичної літератури:

<i>Назва</i>	<i>Режим доступу</i>
Актуальні проблеми економіки	www.eco-science.net
Економіка України	www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/EkUk/index.html
Економіка та підприємництво	www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Etp/texts.html
Економіст	www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekonomist/index.html
Економічна теорія	www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/ET/index.html
Ефективна економіка	www.economy.nayka.com.ua

8. Офіційні сайти державних та міжнародних установ:

<i>Назва</i>	<i>Режим доступу</i>
Верховна Рада України	www.portal.rada.gov.ua
Кабінет Міністрів України	www.kmu.gov.ua
Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України –	www.me.gov.ua
Міністерство фінансів України	www.mof.gov.ua
Державна служба статистики України	www.ukrstat.gov.ua
Міжнародний валютний фонд	www.imf.org
Human development report	www.hdr.undp.org
United Nations Statistics Division	www.unstats.un.org
Statistical Office of the European Communities	www.europa.int

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 14.06.2024 р., протокол №10.

Завідувач кафедри



(підпис)

Т.В. Тесленко

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД

«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ

**ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ (ПРАКТИЧНИХ)
ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь **бакалавр**

(назва ступеня вищої освіти – бакалавр або магістр)

Спеціальність **241 Готельно-ресторанна справа**

(шифр і назва)

Освітня програма **Готельно-ресторанна справа**

(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)

наказ № 34-02 від 25.04.2024 р.

Форма навчання денна

(денна/заочна)

у 2024/2025 навчальному році

Плани семінарських
(практичних) занять
обговорені та схвалені на
засіданні кафедри

протокол від 14.06.2024 р. № 10



**ЗАВІДУВАЧ КАФЕДРИ
Тетяна ТЕСЛЕНКО**

(підпис)

ДНІПРО – 2024

«Івент-менеджмент // Плани семінарських (практичних) занять для денної форми навчання. Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024. 13 с.

РОЗРОБНИКИ: Лисенко О. В., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, кандидат економічних наук.

ТЕМА 1. Поняття, зміст та класифікація event заходів

Семінарське заняття № 1 – 2 год.

План

1. Поняття «event»: подія, захід, церемонія, шоу.
2. Event технологія.
3. Особливості event заходів.
4. Класифікація event заходів.
5. Класифікація видів event О. Шумовіча.
6. Класифікація видів event В. Л. Музиканта.
7. Event туризм.

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню: *event, event технологія, event захід.*

Завдання для самостійної роботи до Теми 1:

1. Підходи до визначення категорії event.
2. Сталі характеристики event заходів.
3. Назвіть ознаки та критерії класифікації event.
4. Класифікація видів event В. Л. Музиканта.
5. Історія розвитку event-туризму.

Індивідуальні завдання до Теми 1:

Теми рефератів

1. Сутність і зміст event технологій.
2. Фінансова класифікація event заходів.
3. Тенденції розвитку event туризму в сучасних умовах.

ТЕМА 2. Цілі та завдання event заходу

Семінарське заняття № 2 – 2 год.

План

1. Цілі event-заходів.
2. Event заходи — як неповторні події.
3. Розважальні та ділові заходи.
4. Задачі event-заходів.
5. Концепція event заходу.
6. Креативна ідея event заходу.
7. Планування події.
8. Реалізація події.

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню: *ціль, подія, розважальні та ділові заходи, event заходи.*

Завдання для самостійної роботи до Теми 2:

1. Класифікація event заходів за цілями.
2. Основні завдання event.

3. Національні особливості event заходів.
4. Стадії розробки event.

Індивідуальні завдання до Теми 2: Теми рефератів

1. Основні цілі event-заходів.
2. Цілі та завдання за типами подій.
3. Інструменти event-заходів.
4. Формулювання концепції заходу.
5. Визначення аудиторії учасників заходу.

ТЕМА 3. Дослідження event заходу

Семінарське заняття № 3 – 2 год.

План

1. Дослідження як інструмент організації заходу.
2. Мета дослідження.
3. 4 етапи дослідження.
4. Документ — як спосіб зберігання інформації.
5. Розвідувальні (пошукові), описові (інформаційні), аналітичні, порівняльні дослідження.
6. Класифікація по способу дослідження об'єкта (у статичі чи динаміці)
7. Якісні та кількісні дослідження.
8. Зовнішні та внутрішні дослідження.
9. Методи аналізу документальних джерел.
10. Етапи досліджень

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню: інструменти event, дослідження event, документи в event, маркетингові дослідження.

Завдання для самостійної роботи до Теми 3:

1. Етапи дослідження як інструмент організації заходів.
2. Сутність методу аналіз документів, власні дані компанії.
3. Сутність методу – спостереження, «Людина-монітор».
4. Сутність проведення анкетування та інтерв'ю.
5. Маркетингові дослідження та їх необхідність.
6. Переваги та недоліки дослідження під час проведенні анкетування та інтерв'ю.
7. Особливості дослідження за допомогою експертної думки, пояснить, хто може виступати як експерт event заходів.
8. Етапи проведення маркетингових досліджень.

Індивідуальні завдання до Теми 3: Теми рефератів

1. Дослідження подієвих заходів.
2. Класифікація досліджень.
3. Аналіз організаційної документації (архіву, звітів компанії, тощо).
4. Кліппінг – добірка матеріалів про певну подію.
5. Опитування.
6. Заочні (анкетні) опитування.
7. Інтерв'ю (очне опитування).
8. Спостереження. «Людина-монітор» .
9. Маркетингові дослідження.

ТЕМА 4. Розробка програми event заходу

Семінарське заняття № 4 – 2 год.

План

1. Етапи пошуку ідей і можливостей для реалізації цілей event заходу.
2. Метод мозкового штурму.
3. Документація ідей
4. Звертання до спеціалізованих event-компаній.
5. Мозковий штурм як креативний метод групової взаємодії.
6. Зворотний штурм (мета – визначити недоліки предмета або процесу).
7. Індивідуальний та парний штурм.
8. Двостадійний (проводиться в два етапи).
9. Невимушене обговорення (без ведення записів).
10. Поетапний (почергово обговорюються: формулювання проблеми. постановка задачі; розвиток ідеї; відбір та впровадження).

Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню: мозковий штурм, генерація ідей, конкурсна заявка, фасилітатор, панель учасників.

Завдання для самостійної роботи до Теми 4:

1. Основні підходи розробки event заходу.
2. Сутність підходу «мозковий штурм» під час розробки event.
3. Основні етапи мозкового штурму.
4. Правила проведення ефективного мозкового штурму.
5. Значущість документації ідей та проведення конкурсу ідей в розробці event заходу.
6. Етапи оцінювання конкурсних заявок для event.
7. Критерії, за якими проходить оцінювання конкурсних заявок для організації event.
8. Переваги та недоліки підходу «Творчий вплив ззовні» під час розроблення виняткових заходів.

Індивідуальні завдання до Теми 4:

Теми рефератів

1. Основні етапи мозкового штурму:
2. Постановка проблеми;

3. Генерація ідей;
4. Відбір, систематизація та оцінка ідей.

ТЕМА 5. Планування event заходу. Event-проект. Персонал для event заходу

Практичне заняття № 5 – 2 год.

План

1. Розробка event (планування).
2. Проведення event.
3. Організація та реалізація роботи із підготовки заходу
4. Етапи роботи над event проектом.
5. Бриф від замовника заходу.
6. Підготовка креативної пропозиції.
7. Укладання договору.
8. Реалізація проекту.
9. Функції управління за У. Хальцбауром.
10. Підхід до управління людськими ресурсами О. Шумовича.
11. Культура управління event (виховувати кадри; набирати команду під конкретний event-проект).
12. Набір команди.
13. Штат event-заходу: творчій та менеджерський.
14. Сучасні форми набору персоналу.
15. Корпоративна культура управління персоналом. Три рівні.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:

- уміння розділяти роботу над event проектом на етапи.
- навички укладання договорів.
- уміння застосовувати корпоративну культуру при роботі з персоналом.
- навички організації роботи персоналу.

Завдання для самостійної роботи до Теми 5:

1. Основні елементи планування event-заходів.
2. Основні етапи роботи над event проектом.
3. Складові кожного етапу планування event.
4. Бриф від замовника, які складові до нього входять?
5. Вимоги до підготовки креативної пропозиції event.
6. Основні ідеї, теми event.
7. Складові атмосфери заходу?
8. Вибір «обличчя заходу», що від нього залежить і на що впливає.
9. Елемент із правила «п'яти почуттів» (зір, слух, дотик, нюх, смак), який є найбільш важливим для event-заходів.
10. Сутність та відмінності двох основних культур управління персоналом в event-сфері.

11. Основний склад та функції робочої групи під час планування та організації event-.
12. Основні якості та вміння event- менеджера.
13. Творчий і менеджерський склад персоналу при організації масштабного заходу.
14. Основні функції управління персоналом в event сфері.
15. Розподіл робіт за проектами.
16. Розподіл робіт за функціями.

Індивідуальні завдання до Теми 5:

Теми рефератів

1. Первинна та вторинна аудиторія заходу?
2. Переваги укладання договорів під час організації заходів.
3. Складові фінального бюджету event.
4. Чек-лист проекту і навіщо він потрібен?
5. Важливість складання контакт-репорту в організації заходів.
6. Основні види планів у роботі над event-проектом.
7. Що важливо врахувати під час планування часу заходу?
8. Чому розклад event-заходу є важливим?
9. Подібності та відмінності сценарного плану та сценарію event-заходу.
10. Монтажний лист, його види та необхідність складання.
11. Потреба у прес-релізі.
12. Тимчасовий персонал при організації event-заходу, які функції він виконує?
13. Особливості роботи з тимчасовим персоналом на event проекті.
14. Сучасні форми підбору персоналу для event заходів.
15. Методи залучення персоналу, що використовують приватні агентства зайнятості.
16. Сутність поняття «лізинг персоналу».
17. Переваги та недоліки аутсорсингу та аутстафінгу персоналу, їх відмінності.

ТЕМА 6. Робота з підрядниками. Місце проведення заходу. Команда event-проекту

Практичне заняття № 6 – 2 год.

План

1. Посередники-організатори та підрядники-організатори.
2. Послуги з організації заходів
3. Послуги з маркетингової підтримки заходів.
4. Постачальники послуг у місці проведення.
5. Постачальники додаткових послуг.
6. Особливості організації команди проекту.
7. Керівництво співробітниками при організації event заходу.
8. Робота в команді.
9. Мотивація, комунікація в команді.
10. Обмін інформацією.

11. Основні техніки прийняття рішень (таблиці рішень).
12. Застосування технік креативності при роботі в команді.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:

- уміння працювати з підрядниками.
- навички з маркетингової підтримки заходів.
- уміння організувати команду проекту.
- навички прийняття рішень при роботі в команді.

Завдання для самостійної роботи до Теми 6:

1. Художнє оформлення локації event заходу.
2. Брендуння локації event заходу.
3. Сцена. звук і світло, піротехніка event заходу.
4. Кейтерінг, хостес event заходу.
5. Ведучий заходу і артисти event заходу.
6. Функція мотивування та налагодження комунікації.
7. Функція формування складу команди.
8. Культура управління персоналом.
9. Метод мозкового штурму.
10. Морфологічний метод.
11. Техніка асоціацій.

Індивідуальні завдання до Теми 7:

Теми рефератів

1. Групи підрядників для організації заходів.
2. Процес взаємодії з підрядниками?
3. Необхідність залучення підрядників для організації event заходу. ?
4. Фактори, якими потрібно керуватись при виборі підрядників?
5. Методика для пошуку ідей.
6. Як формується проектна команда?
7. Способи розподілу завдань у проектній команді?
8. Особливості управління проектною командою в event-менеджменті?

ТЕМА 7. Фази та етапи event-менеджменту. Ризики в управлінні event заходами

Практичне заняття № 7 – 2 год.

План

1. Єдність та обмеженість простору і часу.
2. Тотальна присутність бренду.
3. Принцип суб'єктивності (бренд — це не те, що придумали виробники, а те, що про нього думає аудиторія).
4. Принцип участі.

5. Безперервне консультування клієнта.
6. Організація з урахуванням інтересів і способу життя цільової аудиторії.
7. Інформаційна підтримка заходу.
8. Ризик – поєднання ймовірності та наслідків настання несприятливих подій.
9. Властивості ризику.
10. Чотири основні функції ризику.
11. Фактори ризику.
12. Види ризиків event заходів.
13. Оцінювання обсягу можливого ризику.
14. Управління ризиками.

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:

- уміння дотримуватись фаз і принципів організації event заходу.
- навички розділення плану події на етапи.
- уміння визначати всі види ризиків події;
- навички розрахунку обсягу ризику.

Завдання для самостійної роботи до Теми 7:

1. Дослідження event заходу.
2. Творча розробка event заходу.
3. Планування event заходу.
4. Реалізація та координація event заходу.
5. Аналіз результатів реалізації event заходу.
6. Невизначеність ризику (можливий не єдиний розвиток подій).
7. Збиток від ризику (результат може призвести до збитку або іншого негативного наслідку).
8. Наявність аналізу ризику (надана якісна чи кількісна оцінка негативної події майбутнього періоду).
9. Значущість ризику (подія має практичне значення і зачіпає інтереси хоча б одного суб'єкта).
10. Технічні ризики.
11. Підприємницькі ризики.
12. Фінансові ризики.
13. Кредитні ризики.
14. Експлуатаційні ризики.
15. Правові ризики.

Індивідуальні завдання до Теми 7:

Теми рефератів

1. Цільова група. До кого звернений event захід?
2. Вид. Яким повинен стати event захід?
3. Бюджет. Скільки коштує event захід?

4. Час. Коли відбудеться event захід?
5. Учасники. Хто повинен брати участь в event заході?
6. Забезпечення харчуванням.
7. Суть програми. Що виражає event захід?
8. Місце. Де повинен проводитися event захід ?
9. Персонал. Хто приймає участь у проведенні event заходу?
10. Логістика. Як доставити товари і людей до місця проведення event заходу?
11. Інфраструктура. Що повинно бути встановленим та що має бути в наявності на місці проведення?
12. Організація event заходу.
13. Витрати. Фінансові питання.
14. Громадськість. Інформація про event захід.
15. Запрошення.
16. Класичні методи передачі ризику – страхування, хеджування, аутсорсинг.
17. Безпека проведення event заходу.
18. Сутність та види ризику.
19. Фактори ризику.
20. Функції та класифікацію ризику.
21. Основні види ризиків event заходів .
22. Фінансовий та правовий ризику.
23. Сутність експлуатаційного ризику event заходів.
24. Управління ризиками виняткових заходів.
25. Якості event менеджера при ризик-менеджменті виняткових заходів.
26. Складові безпеки проведення заходу.
27. Охарактеризуйте сучасну систему безпеки event заходів.

ТЕМА 8. Інструменти маркетингу event заходів. . Ефективність управління event заходами. Фінансові результати event заходів

Практичне заняття № 8 – 2 год.

План

1. Реклама event заходів.
2. Тема і назва event заходу.
3. Вибір каналів поширення інформації.
4. Пряме звернення (директ-маркетинг).
5. Телемаркетинг.
6. Інтернет.
7. Реклама в засобах масової інформації (ЗМІ).
8. Заходи, що безпосередньо приносять прибуток (семінари та конференції, фестивалі, виставки, концерти, аукціони, спортивні змагання).
9. Самоокупні заходи (конференції і семінари, міські свята, спортивні змагання, ділові сніданки).

10. Заходи, що опосередковано приносять прибуток (прес конференції, презентації, промо-акції, BTL-акції, заходи для партнерів, міські свята, відкриття нових торгових центрів).
11. Безприбуткові або планово збиткові заходи (корпоративні свята, урочисті прийоми, ювілеї, весілля, дні народження).
12. Оцінка ефективності event.
13. Точка беззбитковості event проекту.
14. Показники, що характеризують прибутковість event (виручка від реалізації продукції; собівартість продукції; прибуток від реалізації; прибуток від іншої реалізації; балансовий прибуток; податки, збори від балансового прибутку; чистий прибуток; рентабельність проекту).

Уміння, які мають бути вироблені, та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:

- *уміти вибирати канали поширення інформації.*
- *навички застосування рекламних методів.*
- *уміння оцінювати ефективність event.*
- *навички застосування методів оцінювання доходів та витрат event*

Завдання для самостійної роботи до Теми 11:

1. Канали масової інформації. Охоплення.
2. Канали масової інформації. Доступність.
3. Канали масової інформації. Вартість.
4. Канали масової інформації. Керованість.
5. Канали масової інформації. Авторитетність.
6. Канали масової інформації. Сервісність.
7. Вибір рекламних засобів.
8. Зв'язки з громадськістю, піар.
9. Робота з пресою.
10. Ефективність event заходів.
11. Показники ефективності event заходів (думка учасників івент; публікації в ЗМІ, спостереження за учасниками).
12. Прямі, безпосередні, точні вимірювання ефективності event заходів.
13. Непрямі, приблизні, орієнтовні вимірювання ефективності event заходів.
14. Резонансний метод вимірювання ефективності event (коефіцієнт співвідношення позитивних і негативних публікацій (якісний показник).
15. Соціологічний метод (вимірювання думки цільової аудиторії до початку події і після її закінчення).
16. Доходна частина event заходу.
17. Витратна частина event заходу.

Індивідуальні завдання до Теми 11

Теми рефератів

1. Інструменти продажів заходу.
2. Сутність реклами і рекламних каналів.

3. Основні елементи, які повинні бути присутніми в запрошенні на event захід.
4. Критерії, за якими обирають канал поширення рекламних звернень.
5. Канали інформування цільової аудиторії про event захід.
6. Реклама в засобах масової інформації як інструмент просування event.
7. Етапи процесу вибору рекламних засобів.
8. Відмінності між рекламою та Public Relations.
9. Основні заходи, що організовуються для журналістів.
10. Переваги та недоліки каналів поширення рекламної інформації, мета і роль цінової політики.
11. Фінансова класифікація event заходів.
12. Показники ефективності event заходів.
13. Сутність резонансного і соціологічного методів оцінки ефективності event.
14. Фактори, що впливають на бюджет event заходу.
15. Вимоги до бюджету event заходу.
16. Джерела формування доходів event заходів.
17. Витрати event заходу та їх класифікація.
18. Точка беззбитковості event проекту.
19. Показники рентабельності для оцінки ефективності event заходу?
- 20.

Рекомендована література до Теми 1:

Основні нормативні акти [1].

Підручники [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [4], [5], [6].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [3].

Інші джерела [1], [2], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

Рекомендована література до Теми 2:

Основні нормативні акти [1].

Підручники [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [4], [5], [6].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [3].

Інші джерела [1], [2], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

Рекомендована література до Теми 3:

Основні нормативні акти [1].

Підручники [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [4], [5], [6].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [3].

Інші джерела [1], [2], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

Рекомендована література до Теми 4:

Основні нормативні акти [1].

Підручники [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [4], [5], [6].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [3].

Інші джерела [1], [2], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

Рекомендована література до Теми 5:

Основні нормативні акти [1], [2], [3].

Підручники [1], [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [3], [4], [5], [6].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [3], [5].

Інші джерела [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

Рекомендована література до Теми 6:

Основні нормативні акти [1], [2], [3].

Підручники [1], [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [3], [4], [5].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [4], [5].

Інші джерела [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

Рекомендована література до Теми 7:

Основні нормативні акти [1], [2], [3].

Підручники [1], [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [3], [4], [5], [6].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [4], [5].

Інші джерела [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

Рекомендована література до Теми 8:

Основні нормативні акти [1], [2], [3].

Підручники [1], [2], [3], [4].

Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали [1, [2], [3], [4], [5], [6].

Монографії та інші наукові видання [1], [2], [3], [5].

Інші джерела [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7].

Інтернет-ресурси [1], [2], [3].

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ:

1. Назвіть характерні ознаки спеціального заходу.
2. Визначте роль особливої події в житті організації.
3. Опишіть основні формати спеціальних заходів.
4. Проаналізуйте відкриття як найпопулярніший формат заходів.
5. Дайте визначення поняття презентації, опишіть її види.
6. Розкрийте основну мету презентації.
7. Дайте визначення поняття виставки.
8. Визначте основні вимоги до організації виставки.
9. Проаналізуйте співвідношення розважальної і інформаційної складової у святі.
10. Класифікуйте заходи event-менеджменту за принципом цільової аудиторії або орієнтації на об'єкт впливу.
11. Опишіть види заходів: trade events, corporate events, special events.
12. Проаналізуйте основні підвиди corporate events та їхнє завдання.
13. Назвіть підвиди special events та їх роль у розвитку компанії.
14. Опишіть види спеціальних заходів за масштабом цільової аудиторії.
15. Охарактеризуйте класифікацію спеціальних заходів.
16. Назвіть особливості роботи з пресою при організації прес-конференцій та прес-турів.
17. Сутність життєвого циклу event-менеджменту за Дж. Голдблатта
18. Проаналізуйте класифікацію спеціальних заходів за маркетинговим середовищем.
19. Дайте пояснення класифікації event за маркетинговим завданням.
20. Розкрийте особливості організації спеціальних заходів.
21. Опишіть класифікацію спеціальних заходів за характером взаємодії учасників.
22. Проаналізуйте класифікацію спеціальних заходів за періодичністю.
23. Назвіть особливості організації багаторазових подій.
24. Дайте визначення поняття event-маркетингу. Основні завдання event-маркетингу.
25. Проаналізуйте сучасний стан ринку event-послуг в Україні.
26. Визначить методи просування та збуту event-послуг.
27. Опишіть найважливіші елементи маркетингу подій.
28. Дайте визначення спеціальної події як частини комунікаційної кампанії.
29. Охарактеризуйте спеціальний захід як важливий інструмент фахівця зі зв'язків з громадськістю.
30. Розкрийте взаємозв'язок організації спеціальних подій з управлінням брендом.
31. Дайте визначення поняття цільової аудиторії.
32. Охарактеризуйте види цільової аудиторії.
33. Поясніть відмінності між поняттями первинної та вторинної цільової аудиторії.

36. Опишіть етапи створення спеціального заходу.
37. Дайте визначення поняття концепції.
38. Охарактеризуйте розробку концепції як важливий етап у плануванні спеціального заходу.
39. Дайте визначення поняття дедлайну.
40. Охарактеризуйте особливості підбору часу та місця для проведення спеціального заходу.
41. Охарактеризуйте зміст та сценарій спеціального заходу як основи майбутньої події.
42. Розкрийте значення інформаційної підтримки як обов'язкового елемента організації спеціального заходу.
43. Дайте визначення спонсорства.
44. Поясніть переваги спонсорства заходів як способу маркетингової комунікації.
45. Охарактеризуйте мету спонсорського заходу.
46. Опишіть систему роботи зі спонсорами, їх пошук та заохочення до співпраці.
47. Поясніть етапи створення пакету спонсорської пропозиції.
48. Опишіть процес систематизації потенційних спонсорів за напрямками діяльності.
49. Поясніть завдання організатора та команди, що реалізує проект.
50. Охарактеризуйте створення інформаційного центру як запоруки успішної реалізації майбутнього проекту.
51. Опишіть три напрямки роботи по організації спеціального заходу.
52. Розкрийте особливості творчої частини спеціального заходу.
53. Охарактеризуйте процес постановки завдання для підрядників, контроль їх роботи.
54. Опишіть роботу зі ЗМІ у рамках створення event-проекту.
55. Розкрийте три основні етапи роботи зі ЗМІ.
56. Дайте визначення поняття репетиції. Опишіть види репетицій.
57. Розкрийте важливість проведення репетицій для майбутньої спеціальної події.
58. Дайте визначення поняття брифу. Основні пункти брифу.
59. Опишіть умови, реалізація яких необхідна для створення ефективного спеціального заходу.
60. Охарактеризуйте фактори споживчої поведінки.
- 61.
- 62.