

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Факультет туризму

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Організація івентивних заходів

Освітня програма «**Менеджмент соціокультурної діяльності**»
Перший (бакалаврський) рівень

Спеціальність **028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»**

Галузь знань **02 «Культура і мистецтво»**

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “30” серпня 2020 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Організація Івентивних заходів
Викладач	Вичівський Павло Павлович
Контактний телефон викладача	+380951261040
E-mail викладача	pavlo.vuchivskui@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Змішаний (<i>blended</i>) – очно-дистанційний
Обсяг дисципліни	Кредити ЄКТС –6 (180 год.) 180 год
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://cutt.ly/jei5wQ0
Консультації	Обговорення питань, що виникають у студентів під час вивчення тем, у класі Classroom https://classroom.google.com/r/MzEwOTI3NjlyMTBa/sort-last-name
2. Анотація до курсу	
Курс спрямований на вивчення особливостей організації івентивних заходів. При вивченні дисципліни розглядаються схеми класифікацій івентів, звернуто увагу на відображення ступеня залучення різноманітних івентів до розвитку туризму.	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Мета – сформувати необхідні теоретичні знання та практичні компетенції з основ організації івентивних заходів, сформувати у майбутнього фахівця глибокі знання про організацію івентів та принципи їх вивчення.</p> <p>Цілі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – засвоєння студентами головних закономірностей проведення івентів в Україні та світі; – вивчення студентами теоретичних засад проведення івентів; – формування знань щодо сучасних тенденцій організації івентів; – визначення характерних особливостей проведення івентів у західноєвропейських країнах; – вивчення студентами можливостей проведення івентів у своїх населених пунктах. 	
4. Результати навчання (компетентності)	
<ul style="list-style-type: none"> - Використовує здобуту освіту для розв'язування комплексних завдань і проблем у сфері організації івентивних заходів та застосування вітчизняних і міжнародних професійних стандартів в процесі діяльності, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов та вимог; - Об'єктивно оцінює свої можливості й перспективи в сфері дозвілля, розуміє ринок дозвіллевої діяльності; - Вдосконалює й розвиває свій інтелектуальний і загальнокультурний рівень; - Сприймає, аналізує й реалізує управлінські рішення й інновації у професійній діяльності; - Застосовує базові знання в галузі дозвілля й навички організації івентивних заходів у соціокультурній сфері; - Виконує всі фахові виробничі та творчі операції у дозвіллевій діяльності, організаційно-технічні роботи, пов'язані з організацією івентивних заходів; - Застосовує методiku аналізу сучасного ринку дозвіллевих заходів; - Застосовує знання про найвідоміші світові івенти; 	
5. Організація навчання курсу	
Обсяг курсу	

Вид заняття		Загальна кількість годин			
лекції		24			
семінарські заняття / практичні / лабораторні		36			
самостійна робота		120			
Ознаки курсу					
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий		
II	Менеджмент соціокультурної діяльності	2	Нормативний		
Тематика курсу					
Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
<p>Тема 1. Зв'язок івент-менеджменту з подієвим туризмом Івентивний менеджмент – інноваційний інструмент управління підприємствами сфери послуг. Івент-менеджмент в системі маркетинг-менеджменту, його роль і місце у створенні і підтримці іміджу фірми, компанії, підприємства або їх продукції, послуг. Теоретичні аспекти івент-менеджменту, особливості організації роботи івентивних компаній, використання засад івентивного менеджменту в туристичній діяльності та організації івентивних заходів на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Івент-менеджер. Івент-менеджмент як бізнес. Кар'єрні можливості івент-менеджера в сфері обслуговування. Взаємопов'язаність івент-менеджменту з туризмом, зокрема подієвим туризмом.</p>	лекція, самостійна робота	15, 17, 18, 19	вивчення тематичного матеріалу (2 год+6год с.р.)	5 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема 2. Сутність та зміст івенту (event) як</p>	лекція, семі-	22, 23, 27	вивчення тематичного матеріалу	5 бали	протягом семестру

<p>основного елементу івент-менеджменту. Класифікація подій (івентів) в івент-менеджменті. Сутність та трактування поняття «івент», «івент-менеджмент». Діапазон «івент-менеджмент» в системі туристичної та готельно-ресторанної індустрії. Концептуальний підхід до івенту, Мета івенту та її досягнення.. Заходи і їх класифікація. Учасники та відвідувачі івент-заходів. Характер івентів. Фази та етапи івент-менеджменту. Планування заходів. Класифікація івент-заходів.</p>	<p>наर्सьке заняття, самостійна робота</p>		<p>лу (2 год+1год+10год. с.р.)</p>		<p>згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 3. Фактори, що формують стратегію івент-менеджменту. Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івентів. Стратегія і мета івентів. Концепція івенту. Концепція бренду. Цільова група івенту Маркетинг як інструмент доведення івенту до споживачів. Івент-спонсорування. Організація івент; планування, контролінг, інформація.</p>	<p>лекція, семінарське заняття, самостійна робота</p>	<p>4, 5, 6, 2</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (2 год+1год+10год. с.р.)</p>	<p>5 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 4. Логістика в івент-менеджменті Сутність Event-логістики. Організація харчування і логістика товарів. Контролінг. Інфраструктура. Маркетинг для кейтерингу та інфраструктури. Менеджмент інформації.</p>	<p>лекція, семінарське заняття, самостійна робота</p>	<p>10, 24, 26</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (2 год+1год+10год. с.р.)</p>	<p>5 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 5. Загальні умови івент-менеджменту</p>	<p>лекція, семі-</p>	<p>14, 26, 28,</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу</p>	<p>5 бали</p>	<p>протягом семестру</p>

Право і відповідальність. Ризики в івент-менеджменті: фінансовий ризик; експлуатаційний ризик; правовий ризик. Процес управління ризиками. Дозвілля, здоров'я, і техніка безпеки. Фінанси і податки в івент-менеджменті.	нарське заняття, самостійна робота		лу (2 год+1год+14год. с.р.)		згідно з розкладом занять
Тема 6. Методологія дослідження виняткових подій. Дослідження як інструмент організації заходу. Власні дані компанії. Опитування. Людина-«монітор». Маркетингові дослідження.	лекція, семінарське заняття, самостійна робота	3, 4, 15	вивчення тематичного матеріалу (2 год+2год+10год. с.р.)	5 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 7. Евент агентств. Ціль і місія агентств. Визначення діяльності та специфіки організації роботи евент агентств. Цільовий початок в управлінні евент агентством. Місія і ціль агентства. Філософія організації події. Групи людей що впливають на діяльність агентства. Сфера діяльності, інтереси суб'єктів.	лекція, семінарське заняття, самостійна робота	4, 25, 26	вивчення тематичного матеріалу (2 год+2год+10год. с.р.)	5 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 8. Функціональні особливості менеджменту евент заходів. Структури управління агентством. Методи управління евент агентством. Прийняття управлінських рішень при організації події. Управління конфліктами та страми при організації події.	лекція, семінарське заняття, самостійна робота	1,13,15	вивчення тематичного матеріалу (2 год+2год+10год. с.р.)	5 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 9. Сутність планування евент заходів.	лекція, семі-	23,27,28	вивчення тематичного матеріалу	5 бали	протягом семестру

<p>Організаційні засади. Що таке планування? Особливості та сутність планувального процесу. Мета планування евент заходів та діяльності евент агентств. Основні види та функції планування евент подій. Етапи розробки плану організаційної роботи при впровадженні події в життя.</p>	<p>наर्सьке заняття, самостійна робота</p>		<p>лу (2 год+2год+10год. с.р.)</p>		<p>згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 10. Event-менеджмент як головний мотиватор у будь-якій сфері бізнесу. Головною запорукою успіху є наявність згуртованого, мотивованого персоналу, співробітників, лояльних до організації. У зв'язку з цим зростає роль інструментів нематеріального мотивування персоналу, одним з яких є event-менеджмент (event-management), або організація заходів. Значення цього способу мотивування виросло в останні роки настільки, що виник цілий бізнес-напрямок. Фахівці з організації подій (event): корпоративних свят, маркетингових заходів, інсентивного (корпоративного заохочувального і тематичного) туризму, тренінгів, конференцій і семінарів - вміють знаходити найбільш доречні та ефективні рішення проблем, що виникають при роботі з людьми. Event-менеджмент - це не просто віяння часу, а</p>	<p>лекція, семінарське заняття, самостійна робота</p>	<p>2,4,11</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (2 год+2год+10год. с.р.)</p>	<p>5 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>

результат розвитку теорії та практики управління та мотивування.					
Тема 11. Планування івент заходу. Організація івент заходу. Формулювання цілей і завдань та вибір концепції заходу. Планування часу для проведення івент.	лекція, семінарське заняття, самостійна робота	7,9,10	вивчення тематичного матеріалу (2 год+2год+10год. с.р.)	5 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 12. Технологія розробки заходу. Мозковий штурм як технологія колективної креативної творчості. Документація ідей в розробці івент. Конкурс ідей для програми заходу. Творчий вплив ззовні.	лекція, семінарське заняття, самостійна робота	21,27,31	вивчення тематичного матеріалу (2 год+2год+10год. с.р.)	5 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
6. Система оцінювання курсу					
Загальна система оцінювання курсу	100б = 60б (поточний контроль) + 20б(контр. роб) + 20б(теорет. контроль (тест)) Оцінка за поточний контроль (максимум 60 балів) – середнє арифметичне з округленням до цілого оцінок отриманих на практичних заняттях та при перевірці самостійної роботи студентів, помножених на деякий коефіцієнт.				
Вимоги до письмової роботи	Виконувати чітко до вказаних інструкцій				
Практичні заняття	Оцінюються за 5-ти бальною шкалою				
Умови допуску до підсумкового контролю	Здача і захист практичних робіт, контрольної роботи та тесту з теоретичним контролем знань				
7. Політика курсу					
Політика курсу: Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення 1 і Положення 2					
8. Рекомендована література					
<p>1. Колбер Ф. Маркетинг культури и искусства / Франсуа Колбер при участии Ж. Нантель, С. Билодо, Дж. Д. Рича; [пер. с англ. Л. Г. Мочаловой]. - Санкт-Петербург : АРТ-Пресс, 2004. – 255 с.</p> <p>2. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / Марк Сондер; [пер. с англ. Д.В. Скворцова]; под общ. ред. Стрижак. – Москва: Вершина, 2006. – 544 с.</p> <p>3. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2007. – 528 с.</p> <p>4. Хальцбаур У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р.</p>					

Мозер, М. Целлер; [пер.с нем. Т. Фоминой] – М. : Эксмо, 2007. – 384 с.

5. Шумович А.В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management / А. В. Шумович. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.

6. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова – М., Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

7. Кули К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой / Карен Кули и Кирсти МакЭван; худож.-оформ. А. Киричек – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 256 с.

8. Лемер Синди. Искусство организации мероприятий: стоит только начать! / Синди Лемер. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 288 с.

9. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебн. Пособие / Переверзев М.П., Косцов Т.В. [под редакцией М.П. Переверзева]. – М. : Инфра-М, 2007. – 192 с.

10. Пресс Скип. Как пишут и продают сценарии в США для видео, кино и телевидения: (Пер. с англ.) / Скип Пресс. – М. : Изд-во ТРИУМФ, 2004. – 400 с.

11. Иванова О. В. Методичні підходи до розробки бізнес-івенту [Электронный ресурс] / Иванова О. В., Марковський О. В. - Режим доступу: <http://firearticles.com/economika-pidpnyemstv/220-metodichn-pdhodi-do-rozrobkibznes-ventu-vanova-o-v-markovskiy-o-v.html>

12. Шмитт Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт. -М. : Вильямс, 2005. - С. 14-49.

13. Кацадзе Н. Антикризисные формулы для ивент-агентств / Н. Кацадзе // About Event. - 2009. - № 2. - С. 28-34.

14. Крысов. А. Разрабатываем деловой ивент [Электронный ресурс] / А. Крысов. - Режим доступа: event-consulting.info/a2710-razrabatyvaem-delovojivent.html.

15. Назимко А. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. - М. : Вершина, 2006. -С. 5-94.

16. Пасмуров А. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Пасмуров. - СПб. : Питер, 2006. - С. 25-49.

17. Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации / А.Н. Романцов. - Дашков и Ко, 2009. - С. 14-19.

18. Хамініч С.Ю. Стратегічне планування на підприємствах: теоретико- методологічний аспект / С.Ю. Хамініч // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. - Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. - Вип. 249 : в 6 т. - Т. 5. -С.1317-1322.

19. Агеев В. С. Механизмы Event-концепции / В. С. Агеев // Менеджмент. - 2008.

- № 2. - С.12-16.

20. Алибасов Б. Концепция прорыва в коммерческом ивент-менеджменте [Электронный ресурс] // Бизнес образование России : общерос. информ. портал. - [Б.м., 2006-2010]. - Режим доступа: <http://www.rbedu.ru/articles/management/article6237.html>.

21. Андриенко В. П. Феномен Event-концепции / В. П. Андриенко // Маркетинг - 2009. - № 6 - С. 66-70.

22. Ахметов Р. Эксклюзивно для Вас. Нестандартные корпоративные мероприятия / Р. Ахметов // Корпоративная культура. - 2007. - № 1. - С. 17-19.

23. Бармичев В. Выставочный EVENT / В. Бармичев // Рекламодатель : теория и практика. - 2006. - № 5. - С. 23-25.

24. Березкин А. А. Морские фестивали - эффективный вид событийного туризма / А. А. Березкин, А. В. Жукова // Вестник Национальной академии туризма. - 2009. - № 3. - С. 48-51.

25. Берязева Н. Event-маркетинг : мода или необходимость / Н. Берязева // Рекламодатель : теория и практика. - 2006. - № 6. - С. 29-32.

27. Берлов А. Эволюция ивент-менеджера [Электронный ресурс] / А. Берлов - Режим доступа: <http://www.eventmarket.ru/articles/org/detail.php?ID=6380>.

28. Брижевский С. Ивент нового времени / С. Брижевский // Рекламодатель : теория и практика. - 2009. - № 12. - С. 23-27.

29. Булатова М. Н. Event-marketing-управление событиями. Бизнес и профессия / М. Н. Булатова. - Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2009. - 195 с.

30. Гирин М. Как из промоушена сделать событие, которое запомнят? Чек-лист по организации эвента / М. Гирин // Рекламодатель : теория и практика. - 2006. - № 6. - С. 33-38.

31. Давыдова Е. Event-маркетинг как средство формирования уникальной личности / Е. Давыдова // Маркетинговые коммуникации. - 2005. - № 2. - С. 37-

32. Дримс Дж. Зачем нужны праздники / Дж. Дримс // Ресторанные ведомости. - 2009. - № 8. - С. 40-42.

33. Капустина Л. М. Маркетинговые технологии брендинга / Л. М. Капустина, Т. Л. Решетило ; Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург, 2009. - 103 с.

34. Король З. Это модное слово - "EVENT" / З. Король // Отель. - 2008. - № 6. - С. 18-22.

35. Костылева Т. А. Современная реклама: соотношение atl- и btl- технологий / Т. А. Костылева, С. С. Марочкина // Омский научный вестник. - 2009. - № 2. - С. 206-209.

36. Пашутин С. Как событие продвигает бренд : event-маркетинг : продажи + ин-

формационный повод / С. Пашутин // PR в России. - 2006. - № 2. - С. 13-16.

37. Симановская О. М. Event-менеджмент в свете мотивационных теорий / О. М. Симановская // Мотивация и оплата труда. - 2008. - № 4. - С. 258-263.

38. Толкачев А. Н. Special events : секреты эффективности / А. Н. Толкачев // Личные продажи. - 2010. - № 3. - С. 216-231.

**Викладач: доцент кафедри управління
соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу
та івентменеджменту**

Вичівський П.П.