

Міністерство освіти і науки України
Центральноукраїнський національний технічний університет

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні вказівки для проведення практичних занять для
здобувачів вищої освіти на I (бакалаврському) рівні
спеціальності 073 «Менеджмент»

Затверджено на засіданні кафедри
«Економіка, менеджмент та комерційна
діяльність»,
Протокол № 8 від “ 31 ” січня 2025 року

Event-менеджмент : метод. вказівки для проведення практичних занять для здобувачів вищої освіти на I (бакалаврському) рівні спеціальності 073 «Менеджмент» / [уклад. Т. В. Тушевська] ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : ЦНТУ, 2025. – 40 с.

Укладач: Тушевська Тетяна Володимирівна, асистент кафедри «Економіка, менеджмент та комерційна діяльність»

Рецензенти: к.е.н., проф. В'юник Ольга Володимирівна
к.е.н., доц. Немченко Тетяна Анатоліївна

Відповідальний за випуск: Рябоволик Тетяна Федорівна, к.е.н., доц., завідувач кафедри «Економіка, менеджмент та комерційна діяльність»

Методичні матеріали розроблені відповідно до програми курсу та враховують сучасні тенденції у сфері event-індустрії. Містять актуальність вивчення курсу; структуру та програму навчальної дисципліни; рекомендації щодо проведення практичних занять із завданнями; порядок оформлення та захисту результатів самостійної роботи; критерії оцінювання практичних завдань; контроль знань студентів; список рекомендованої літератури

© Тушевська Т.В.
Event-менеджмент.
Методичні вказівки, 2025
Центральноукраїнський національний
технічний університет

ЗМІСТ

ВСТУП	4
МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ	5
КОМПЕТЕНТІСНИЙ РЕЗУЛЬТАТ	6
СТРУКТУРА ТА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	11
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ	26
КРИТЕРІЇ ТА ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ	28
ГЛОСАРІЙ ДИСЦИПЛІНИ «EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ»	32
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	34
ДОДАТКИ	37

ВСТУП

У сучасному суспільстві, що швидко змінюється під впливом цифровізації, глобалізації та трансформації економічних процесів, зростає роль подієвих комунікацій як інструменту взаємодії, просування і формування репутації організацій. Event-менеджмент перетворився на окрему сферу професійної діяльності, яка охоплює широке коло знань, навичок та стратегічного мислення.

Event-менеджмент як навчальна дисципліна є відповіддю на запит сучасного ринку праці та суспільства загалом. У добу інформаційного перенасичення, конкуренції за увагу споживача, емоційного маркетингу та бренд-комунікацій, здатність створювати змістовні, ефективні та цінні події є стратегічною навичкою менеджера.

Сфера Event-менеджменту – це не лише частина креативної економіки, а й дієвий механізм управління командною взаємодією, репутацією, лояльністю клієнтів і корпоративною культурою. Івенти стали ключовими точками дотику між організацією та її цільовими аудиторіями.

Для менеджера XXI століття володіння технологіями створення подій означає здатність ініціювати зміни, працювати з емоціями, досягати цілей через інтеграцію творчості та стратегічного планування.

Дисципліна «Event-менеджмент» покликана сформувати у студентів нову управлінську оптику, що поєднує креатив, аналітику, логістику та комунікації. Вона є невід'ємною частиною підготовки майбутніх фахівців у галузі менеджменту, які прагнуть ефективно впливати на внутрішні та зовнішні середовища організації через організацію заходів, подій і комунікаційних ініціатив.

Курс спрямований на формування у здобувачів теоретичних знань та практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та оцінювання подієвих заходів як інструменту управлінської діяльності. У межах курсу

розглядаються Event-менеджмент як наукова категорія та галузь індустрії, класифікація подій, цілі та завдання заходів, роль і функції event-менеджера.

Особлива увага приділяється стратегії event-менеджменту, логістиці, психологічним аспектам взаємодії з учасниками подій, комунікаційним стратегіям, кадровому забезпеченню, управлінню ризиками та оцінці ефективності заходів. Дисципліна охоплює всі фази подієвого циклу – від формування концепції до пост-event-аналізу, з урахуванням специфіки різних видів подій. Отримані знання дозволять студентам ефективно впроваджувати Event-технології у професійну діяльність в умовах сучасного ринку.

Дані методичні рекомендації спрямовані на систематизацію змісту практичних занять, структурування навчального процесу, забезпечення гнучких форматів взаємодії студентів з дисципліною, а також надання інструментів для самостійного розвитку компетентностей в event-менеджменті.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мета – формування у здобувачів сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань з event-менеджменту та передбачає вивчення теоретичних та практичних основ Event-технологій, опанування, навиками професіонального планування, організації подій в службовому, суспільному та приватному житті, включаючи розробку концепції і програми, формування і контроль виконання бюджету, координацію роботи субпідрядників, передбачення та розрахунок можливих ризиків, а також вивчення ефективності проведеного івенту.

Мета здійснюється через процес формування здібностей у здобувачів:

- переводити досвід спілкування на рівень теоретичного осмислення, спираючись на отримані знання;
- поєднувати теоретичні та практичні аспекти отриманих знань з івент менеджменту;

- застосовувати отримані знання в професійній діяльності фахівців, зокрема у процесі організації та проведення різного роду івентів.

Зазначені здібності допоможуть майбутньому фахівцю удосконалити напрями його професійної діяльності, розвивати креативне мислення, що спонукатиме до вироблення нестандартних рішень.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Event-менеджмент» є:

- формування у студентів цілісної уяви про галузь Event-менеджменту, як окрему форму діяльності;
- вивчення інноваційних підходів в області event-менеджменту;
- розуміння сутності терміну «івент». Визначення класифікації подій, цілей та завдань подієвих заходів;
- опанування основами методології дослідження технологій розробки програми івент;
- вивчення фаз та етапів проведення івент заходів;
- оволодіння основами event-психології;
- здійснення оцінки ризиків та непередбачуваних ситуацій;
- оволодіння методами оцінки результатів івент та визначення ефективності управління заходами.

КОМПЕТЕНТІСНИЙ РЕЗУЛЬТАТ

Після завершення курсу студенти повинні опанувати як базові, так і поглиблені аспекти подієвого управління. У результаті навчання студенти зможуть:

Знати:

- основи подієвого менеджменту та його місце у сучасному управлінні;
- принципи класифікації подій та визначення їх мети;
- структуру розробки концепції і програми івенту;
- підходи до організації івентів у різних сферах діяльності;
- методи бюджетування, оцінки ефективності та управління ризиками.

Уміти:

- розробляти концепцію івенту, адаптовану до конкретної аудиторії;
- планувати та організовувати події з урахуванням логістики, бюджету та термінів;
- координувати командну роботу та взаємодію з підрядниками;
- аналізувати успішність проведення заходу та формувати висновки щодо його ефективності;
- впроваджувати інноваційні підходи до створення та реалізації івентів.

Таким чином, дисципліна не лише озброює здобувача інструментами, але й виховує стратегічного мислителя, здатного творити події, які трансформують організації, громади та ринки.

СТРУКТУРА ТА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Структура навчальної дисципліни «Event-менеджмент»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб	інд	с.р.	л		п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Event-менеджмент як наука та індустрія	6	2				4	9	1				8
Тема 2. Сутність та зміст івенту як основного елементу event-менеджменту. Event-менеджер	7	2	1			4	9	1				8
Тема 3. Класифікація подій, їх цілі та завдання.	10	2	2			6	9					9
Тема 4. Фактори, що формують стратегію Event-менеджменту	8	2	2			4	9		1			8
Тема 5. Планування Event-заходів	11	4	1			6	9	1				8
Тема 6. Логістика в Event-менеджменті	9	2	1			6	8					8
Тема 7. Event-психологія	10	4	2			4	9		1			8
Тема 8. Формування кадрового складу івенту	8	2	2			4	8					8
Тема 9. Координація та контроль заходів	7	2	1			4	9					9
Тема 10. Фази та етапи event-менеджменту	7	2	1			4	9	1				8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 11. Комунікації та способи привернення уваги громадськості	10	4	2			4	9					9
Тема 12. Управління ризиками та непербачуваними ситуаціями	10	4	2			4	8					8
Тема 13. Оцінка та ефективність проведення івентів	9	2	1			6	9					9
Тема 14. Особливості проведення заходів залежно від спрямування	8	2				6	6					6
Усього годин	120	36	18			66	120	4	2			114

Програма курсу «Event-менеджмент»

Змістовний модуль 1. Теоретико-методологічні основи Event-менеджменту

Тема 1. Event-менеджмент як наука та індустрія

Event-менеджмент – інноваційний інструмент управління підприємством. Передумови виникнення event-менеджменту як науки. Засновники івент-руху. Event-менеджмент в системі маркетинг-менеджменту, його роль і місце у створенні і підтримці іміджу особистості, компанії, підприємства або їх продукції, послуг. Теоретичні аспекти event-менеджменту, особливості організації роботи івентивних компаній. Використання засад івентивного менеджменту в публічному управлінні та організації. Event-менеджмент як бізнес.

Тема 2. Сутність та зміст івенту як основного елементу Event-менеджменту. Event-менеджер

Сутність та трактування поняття «івент». Концептуальний підхід до івенту. Мета івенту та її досягнення. Event-менеджер. Якості, якими має володіти event-менеджер. Ролі event-менеджера.

Тема 3. Класифікація подій, їх цілі та завдання

Характер івентів. Класифікація Event-заходів. Цілі та завдання івентів. Семінари та тренінги. Святкові івенти. Ділові івенти. Основні формати спеціальних заходів: відкриття, презентація, виставка, свято. Відкриття, як найпопулярніший формат заходів. Основне завдання відкриття. Основні вимоги до організації відкриття будь-якого об'єкту. Поняття презентації, її види: закриті, відкриті. Основна мета презентації. Поняття виставки. Класифікація виставок за різними ознаками. Поняття свята. Співвідношення розважальної і інформаційної складової у святі. Переваги і недоліки кожного виду заходів. Учасники та відвідувачі Event-заходів.

Тема 4. Фактори, що формують стратегію Event-менеджменту

Стратегія і мета івентів. Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івентів. Концепція івенту. Концепція бренду. Цільова група івенту. Маркетинг як інструмент доведення івенту до споживачів. Event-спонсорвання.

Тема 5. Планування Event-заходів

Складання плану робіт. Основні елементи планування івенту. Визначення цілей та задач заходу. Поняття цільової аудиторії. Важливість визначення цільової аудиторії для створення спеціального заходу. Види цільової аудиторії. Широта охоплення та частота повторення цільової аудиторії. Поняття первинної та вторинної аудиторії. Концепція івенту. Визначення часу та місця проведення. Поняття темпу виконання проекту. Шляхи досягнення цілей проведення івенту. Планування витрат на ресурси (персонал, техніка, бюджет). Планування роботи з постачальниками та субпідрядниками. Таймінг.

Тема 6. Логістика в Event-менеджменті

Сутність Event-логістики. Організація харчування і логістика товарів. Контролінг. Інфраструктура. Маркетинг для кейтерингу та інфраструктури. Менеджмент інформації.

Тема 7. Event-психологія

Психологія ділового спілкування. Специфіка сприймання інформації різними групами людей. Мова жестів. Способи утримання уваги. Wow-фактор, модель Кано. Правило 150-ти (число Данбара). F-паттерн. Правила 5 відчуттів. Управління емоціями. Групова ідентифікація учасників заходу (скептик, зірка, колекціонер візитівок, мовчун, активіст). Формування позитивних вражень та спогадів.

Змістовний модуль 2. Організація івентів та оцінка їх результативності

Тема 8. Формування кадрового складу івенту

Персонал, як принципово ключовий та важливий елемент заходу. Компетенції персоналу. Стилї та етикет. Оцінка та підбір персоналу. Мотивація персоналу. Способи розвитку креативного мислення у організаторів івентів. Команда проекту. Формування Event-команди. Розвиток команди проект. Партнерство між усіма учасниками івенту як одна із цілей організації заходу. Створення інформаційного центру як запорука успішної реалізації майбутнього проекту. Конфліктні ситуації в команді та шляхи їх вирішення.

Тема 9. Координація та контроль заходів

Попередній, поточний та завершальний контроль. Відмінні риси видів контролю. Координатор, його функції та обов'язки. Розподіл сфер впливу.

Тема 10. Фази та етапи Event-менеджменту

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

Тема 11. Комунікації та способи привернення уваги громадськості

Поняття Event-комунікацій. Способи привернення уваги до івенту. Робота із ЗМІ. Формат заходів для преси. Особливості подачі інформації про

івент через соціальні мережі. Основи SMM. PR-менеджмент заходу. Event-маркетинг, як інструмент просування товарів.

Тема 12. Управління ризиками та непередбачуваними ситуаціями

Поняття ризиків. Елементи ризику: ризикова подія, ймовірність прояву ризику, величина ставки. Ідентифікація ризиків. Ризики в Event-менеджменті: фінансовий ризик; експлуатаційний ризик; правовий ризик. Особливості сприйняття ризиків менеджерами. Процес управління ризиками. Методологія оцінки статусу ризиків. Помилки в організації івенту.

Тема 13. Оцінка та ефективність проведення івентів

Завершення івенту. Очікування та страхи клієнтів. Умови, реалізація яких необхідна для створення ефективного заходу. Елемент імпровізації або інтерактивності. Відхід в сторону реалізації бажань учасників за будь-яку ціну як помилка організатора. Оцінка ефективності проведеного заходу. Анкетування. Опитування.

Тема 14. Особливості проведення заходів залежно від спрямування

Найважливіші типи івентів в професійній, суспільній та приватній сферах. Характеристика окремих івентів в туризмі та готельно-ресторанній справі. Семінар у фірмі. День відкритих дверей. Ярмарок. Виставка. Екскурсії. Інформаційні тури. Кейтеринг. Вечірка. Конференція. Свято. Фестиваль. Ювілей. Церемонія. Корпоративний захід. Конкурси і лотереї.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практична складова дисципліни «Event-менеджмент» має на меті сформувати у студентів прикладні навички організації подій різного формату та масштабу, розвинути креативне мислення, командну взаємодію та здатність ухвалювати ефективні управлінські рішення в умовах динамічного середовища.

Сучасний Event-менеджер – це не лише організатор, а й стратег, комунікатор, аналітик, здатний перетворити подію на дієвий інструмент формування іміджу, просування бренду та зміцнення репутації.

У рамках практичних занять здобувачам пропонується робота над реальними кейсами, моделюванням івентів, аналізу їх успішності, де вони навчаються плануванню, бюджетуванню, взаємодії з підрядниками, оцінці ефективності заходів. Запропоновані завдання покликані сприяти розвитку системного мислення, гнучкості та проактивності, що є ключовими компетентностями майбутнього фахівця у сфері менеджменту подій.

Методичні матеріали розроблені відповідно до програми курсу та враховують сучасні тенденції у сфері Event-індустрії.

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Event-менеджмент як наука та індустрія		
2.	Сутність та зміст івенту як основного елементу Event-менеджменту. Event-менеджер	1	
3.	Класифікація подій, їх цілі та завдання.	2	
4.	Фактори, що формують стратегію Event-менеджменту	2	1
5.	Планування Event-заходів	1	
6.	Логістика в Event-менеджменті	1	
7.	Event-психологія	2	1
8.	Формування кадрового складу івенту	2	
9.	Координація та контроль заходів	1	
10.	Фази та етапи Event-менеджменту	1	
11.	Комунікації та способи привернення уваги громадськості	2	
12.	Управління ризиками та непербачуваними ситуаціями	2	
13.	Оцінка та ефективність проведення івентів	1	
14.	Особливості проведення заходів залежно від спрямування		
	Всього	18	2

Практичне заняття 1. Сутність та зміст івенту як основного елементу Event-менеджменту. Event-менеджер

1. Передумови та причини виникнення напрямку event-менеджменту

2. Розвиток event-менеджменту в Україні.
3. Event-менеджмент: цілі та задачі.
4. Сутність та трактування поняття «івент».
5. Мета івенту та її досягнення.
6. Професія «event-менеджер».
7. Ролі Event-менеджера.

Завдання 1. Створити таблицю для порівняння класичного менеджменту та event-менеджменту за критеріями: цілі, задачі, інструменти, часові рамки, КРІ тощо (див. табл. 1)

Таблиця 1 - Порівняльна характеристика класичного менеджменту та event-менеджменту

Критерій	Класичний менеджмент	Event-менеджмент
Цілі		
Задачі		
Інструменти		
Часові рамки		
Ключові показники		

Завдання 2. Скласти узагальнений портрет професії Event-менеджера за такими параметрами, як ключові функції, компетенції, soft & hard skills, приклади посад у вакансіях тощо.

Завдання 3. Дискусія на тему «Професійні якості Event-менеджера: гендерні, психологічні та кваліфікаційні особливості»

Завдання 4. Написати есе на тему: «Проблеми розвитку вітчизняної Event-індустрії в умовах сьогодення».

Практичне заняття 2. Класифікація подій, їх цілі та завдання

Питання для обговорення

1. Класифікація Event-заходів.
2. Цілі та завдання івентів відповідно до типу.

3. Співвідношення розважальної і інформаційної складової у святі.
4. Особливості та складнощі проведення кожного виду заходів.
5. Аналіз поведінки учасників та відвідувачів Event-заходів.

Завдання. Заповнити таблицю для порівняння сутнісних характеристик різних заходів.

Таблиця 2 - Класифікація івентів та їх зміст

Вид заходу	Мета заходу	Цільова аудиторія	Місце проведення	Результат	
				для учасників	для організаторів
Для ЗМІ					
Прес-конференції					
Прес-тури					
Виїзні заходи					
Презентації					
Маркетингові заходи					
Відкриття магазину					
Презентація нового продукту					
Розважальні					
Корпоративні свята					
Ювілей організації					
Освітні					
Тренінг					
Конференція					
Святкові					
Банкети, фуршети					
Прийом гостей					
Благодійні					
Благодійні обіди					
Концерти					
Акції по збору коштів					
Масові					
Міські свята					
Фестивалі					
Виставки					
Концерти					

Спортивні					
Змагання					
Марафони					

Практичне заняття 3. Фактори, що формують стратегію Event-менеджменту

Питання для обговорення

1. Стратегія і мета івентів.
2. Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івентів.
3. Концепція івенту. Концепція бренду.
4. Цільова група івенту.

Завдання 1. Розглянути реальний бренд (напр., Coca-Cola, UNICEF, KFC, Rozetka) й придумати івент, який:

- відповідає цінностям бренду;
- відображає його стиль;
- викликає емоцію, що асоціюється з брендом.

Пояснити, як концепція івенту підсилює бренд.

Завдання 2. Обрати конкретний вид івенту. Відповідно до типу та специфіки заходу:

- визначити мету заходу (користуючись принципом SMART);
- розробити загальну стратегію: які інструменти залучити, яких результатів досягти;
- скласти портрет цільової аудиторії (вік, цінності, стиль життя);
- створити карту болей та потреб;
- продумати формат події, що відповідає цій аудиторії.

Результати відобразити у презентації.

Практичне заняття 4. Планування Event-заходів. Логістика в Event-менеджменті

Питання для обговорення

1. Основні елементи планування івенту. Складання плану робіт.

2. Визначення часу та місця проведення.
3. Поняття темпу виконання проєкту.
4. Шляхи досягнення цілей проведення івенту.
5. Планування витрат на ресурси (персонал, техніка, бюджет).
6. Планування роботи з постачальниками та субпідрядниками.
7. Спонсорування.
8. Сутність event-логістики.
9. Організація харчування і логістика товарів.
10. Забезпечення інфраструктури заходу.

Завдання 1. Складіть чеклист підготовки до обраного на третьому практичному занятті івенту з поділом на етапи:

- 60 днів до події (затвердження концепції, бронювання локації...),
- 30 днів до події (контракти, реклама, план В),
- 7 днів до події (репетиція, перевірка обладнання...),
- день івенту (брифінг, пункти контролю, резервні ресурси).

Зразок чек листа міститься у додатку 1. Результати відобразити у презентації.

Завдання 2. Визначити загальний бюджет проєкту (наприклад: 50 000 / 100 000 / 150 000 грн – обрати самостійно).

1. Вказати джерела фінансування (власні кошти, грант, спонсорство, квитки, внески учасників тощо).
2. Розподілити витрати за основними статтями (див. табл. 3).
3. Оформити бюджет у вигляді таблиці з такими колонками:
 - назва статті витрат;
 - обґрунтування потреби;
 - орієнтовна вартість;
 - примітки.
4. Включити резервний фонд (не менше 5-10% від загального бюджету).
5. Порахуйте загальну суму, вкажіть співвідношення витрат за категоріями у %.

6. Визначте, на чому можна буде зекономити, а де буде ймовірно збільшення витрат.

Таблиця 3 – Приклад розподілу витрат за статтями

Категорія	Приклади витрат
Локація	Оренда приміщення, меблі, прибирання
Технічне забезпечення	Звук, світло, екран, проектор
Персонал	Ведучий, координатор, охорона, техніки
Декор і візуальне оформлення	Банери, фотозони, брендування
Реклама і PR	SMM, флаєри, афіші, зовнішня реклама
Харчування / кейтеринг	Кава-брейки, вода, обіди для учасників
Сувеніри або подарунки	Пакети, брендovanі блокноти, грамоти
Логістика	Транспорт, доставка обладнання
Резервний фонд	На непередбачені витрати (5–10%)

Результати відобразити у презентації.

Завдання 3. Здобувачам дається опис ситуації, наприклад: «За 2 години до початку івенту виявилось, що кейтеринг не привіз воду, а єдиний в'їзд перекрито ремонтними роботами». Здобувачі в усній формі:

- визначають помилку в плануванні;
- пропонують рішення;
- описують, як цю помилку можна було передбачити через логістичну модель.

Практичне заняття 5. Event-психологія

Питання для обговорення

1. Психологія ділового спілкування.
2. Специфіка сприймання інформації різними групами людей.
3. Мова жестів.
4. Способи утримання уваги.
5. Управління емоціями.

Завдання 1. «Адаптація повідомлення». Здобувачі обирають повідомлення: наприклад, «Запрошення на подію» або «Опис формату івенту».

Треба адаптувати його для трьох різних аудиторій:

- підлітків;

- людей похилого віку;
- бізнес-партнерів.

Проаналізуйте, як змінюється форма, стиль, довжина, емоційність, канали доставки (Instagram, лист, особиста бесіда тощо).

Завдання 2. Здобувачам пропонується переглянути фрагмент відео (інтерв'ю, сцена переговорів, фрагмент презентації тощо). Після перегляду аналізується міміка, жести та поведінка учасників відео.

Завдання 3. Розробити повний сценарій заходу (обраного здобувачем на практичному занятті 3), зосередивши увагу на елементах видовищності, емоційності та динаміки. Обов'язкові складові сценарію:

1. Назва події, дата, місце проведення.
2. Цільова аудиторія заходу.
3. Короткий опис концепції/ідеї події.
4. Хронометраж (помісячний таймінг):
 - час початку / закінчення;
 - поділ на блоки (вітання, шоу, виступи, інтерактиви, фінал).
5. Опис ведучих / героїв / учасників шоу.
6. Спец ефекти та акценти видовищності:
 - відео інсталяції;
 - світлове/лазерне шоу;
 - артистичні номери (танці, вокал, театр);
 - фаєр-шоу, піротехніка (за потреби);
 - взаємодія з аудиторією (інтерактив).
7. Фонове оформлення: музика, декорації, сцена, візуальні елементи.
8. Кульмінаційний момент заходу.
9. Післясмак події: як вона закінчиться (подарунки, флешмоб, емоційне завершення).

Результати відобразити у презентації.

Практичне заняття 6. Формування кадрового складу івенту

Питання для обговорення

1. Персонал, як принципово ключовий та важливий елемент заходу.
2. Компетенції персоналу.
3. Стили та етикет.
4. Оцінка та підбір персоналу.
5. Мотивація персоналу.
6. Способи розвитку креативного мислення у організаторів івентів.
7. Формування Event-команди.
8. Конфліктні ситуації в команді та шляхи їх вирішення.

Завдання 1. Скласти список персоналу, який потрібен для проведення заходу (обранного здобувцем на практичному занятті 3). Для кожної ролі потрібно вказати: функції, відповідальність, кількість осіб, час залучення (до/під час/після події). Створити профіль компетентній для визначених ролей (див. табл. 4)

Таблиця 4 - Склад персоналу івенту

Ролі	Функції	Компетенції			Відповідальність	Кількість осіб
		професійні знання	комунікативні навички	особистісні		
<i>Ведучий</i>						
<i>Координатор</i>						
...						

Результати відобразити у презентації.

Завдання 2. Розвинути креативне мислення, гнучкість мислення та вихід за шаблони у здобувачів-організаторів. Гра «Шалений івент». Здобувачам пропонується уявити, що потрібно організувати проведення події для: котів, марсіан, роботів, мовчазної аудиторії. У командах протягом 15 хвилин розробити концепцію події, яка відповідатиме цій абсурдній аудиторії.

Практичне заняття 7. Координація та контроль заходів. Фази та етапи

Event-менеджменту

Питання для обговорення

1. Сутність та характеристика семи основних фаз **Event**-менеджменту: ініціювання; старт; підготовка; пуск, дія, наслідки; підведення підсумків.
2. Попередній, поточний та завершальний контроль.
3. Відмінні риси видів контролю.
4. Координатор, його функції та обов'язки.
5. Розподіл сфер впливу

Завдання 1. Створити порівняльну таблицю видів контролю по проведенню заданого івенту (див. табл. 5)

Таблиця 5 – Порівняння видів контролю

Вид контролю	Мета	Що контролюється	Інструменти
Попередній			
Поточний			
завершальний			

Завдання 2. Розробити таймінг для обраного здобувачем івенту. Орієнтовна структура таймінгу:

1. Підготовчий блок (до початку події):
 - час приїзду персоналу, волонтерів, підрядників;
 - монтаж техніки, сцени, декорацій;
 - тестування обладнання;
 - реєстрація, підготовка роздаткових матеріалів;
 - інструктаж команди;
 - відкриття реєстраційної зони/зони вітання гостей.
2. Основна частина заходу:
 - вступне слово/відкриття;
 - виступи спікерів/артистів/ведучих;
 - інтерактивні блоки (опитування, конкурси, активності);
 - перерви на каву/обід;
 - зміна локацій, паралельні сесії (якщо є);
 - запуск відеороликів, презентацій;
 - робота фото- та відео-зйомки.

3. Завершення події:
 - підбиття підсумків;
 - вручення подарунків, сертифікатів;
 - подяки партнерам/учасникам;
 - фото на згадку;
 - офіційне закриття.
4. Післяподійні дії:
 - демонтаж техніки, пакування матеріалів;
 - прибирання локації;
 - вивіз інвентарю;
 - виїзд команди.

Оформити таймінг у вигляді таблиці (див. табл. 6) та викласти в презентацію.

Таблиця 6 – Таймінг заходу

Час	Подія / Активність	Відповідальний	Локація	Примітки
08:00– 09:00	Прибуття технічної команди, монтаж сцени	Тех. координатор	Головна зала	Необхідний доступ до розеток
09:00– 10:00	Реєстрація учасників	Волонтери	Вхідна зона	Друк списків, бейджі
10:00– 10:15	Відкриття заходу, вступне слово	Ведучий	Сцена	
...				

Практичне заняття 8. Комунікації та способи привернення уваги громадськості до заходу
Питання для обговорення

1. Поняття Event-комунікацій.
2. Способи привернення уваги до івенту.
3. Робота із ЗМІ.
4. Формат заходів для преси.
5. PR-менеджмент заходу.

Завдання 1. Пропонується розглянути реальні приклади кількох подій.

Здобувачі усно:

- пропонують для кожної – яскраву ідею/інфопривід, який може привернути увагу цільової аудиторії;
- пояснюють, чому ця ідея ефективна/не ефективна саме для цієї події (з погляду психології сприйняття, актуальності, креативу);
- порівнюють, що краще працює для масової публіки, а що – для професійної.

Завдання 2. Розробити комплексний медіаплан обраного здобувачем заходу для інформування, залучення та утримання уваги цільової аудиторії щодо організованого заходу. Медіаплан повинен містити інформацію про джерела, формати, канали комунікації, часові межі та відповідальних. Розділи медіа плани:

1. Канали комунікації та інструменти сповіщення (див. табл. 7)

Таблиця 7 – Канали комунікації (приклад)

Канал комунікації	Інструменти / формати	Цільова аудиторія	Термін використання	Відповідальний
Соціальні мережі	Пости, сторіс, рекламні кампанії	Молодь, активні користувачі	за 30–5 днів до події	SMM-менеджер
Email-розсилки	Лист-запрошення, нагадування	Підписники, партнери	за 20–2 дні до події	Менеджер з комунікацій
Офіційний сайт/блог	Стаття про захід, форма реєстрації	Відвідувачі сайту	за 30–1 день	Контент-менеджер
Телеграм/месенджери	Анонси, нагадування, чат для учасників	Студенти, молодіжна аудиторія	за 10–1 день	Ком'юніті-менеджер
Партнерські ресурси	Розміщення анонсу, банерів	Нові потенційні учасники	за 20–7 днів	PR-відділ
ЗМІ / місцеві портали	Прес-реліз, афіша	Широка громадськість	за 30–10 днів	PR-менеджер
Офлайн-реклама	Плакати, листівки	Місцеве населення	за 20–3 дні	Дизайнер + координатор
Прямі повідомлення	Особисті запрошення в месенджерах	Цільові гості	за 10–1 день	Куратор учасників

2. Типи контенту, які варто підготувати:

- анонс заходу;
- графічні банери;
- сторіс із відліком часу;
- відео-анонс (за можливості);
- заклик до реєстрації;
- пост з деталями: дата, місце, спікери/виконавці;
- нагадування за день до заходу;
- пост-звіт (після події).

3. План публікацій (приклад):

Дата	Контент/активність	Канал
за 30 днів	Офіційний анонс події	Instagram, сайт
за 25 днів	Реклама в Telegram-каналі партнерів	Telegram
за 20 днів	Email-розсилка з програмою	Email
за 15 днів	Відео-презентація, пост з ведучим	Facebook/Instagram
за 7 днів	Розіграш квитків	Instagram
за 3 дні	Нагадування + СТА	Сторіс
у день події	Прямий ефір, live-звіт	Instagram/Facebook
наступного дня	Пост-звіт + дякуємо за участь	Усі канали

Результати відобразити у презентації.

Практичне заняття 9. Управління ризиками та непербачуваними ситуаціями. Оцінка та ефективність проведення івентів

Питання для обговорення

1. Ризики в Event-менеджменті: фінансовий ризик; експлуатаційний ризик; правовий ризик.
2. Процес управління ризиками.
3. Типові помилки в організації івенту.
4. Завершення івенту. Очікування та страхи клієнтів.
5. Умови, реалізація яких необхідна для створення ефективного заходу.
6. Елемент імпровізації або інтерактивності.

Завдання 1. Скласти ризик-таблицю для проведення обраного івенту (див. табл. 8), де визначається:

- тип ризику (фінансовий, правовий, технічний, людський, форс-мажор тощо);
- приклад конкретного ризику (напр., «не приїде ведучий», «піде дощ», «відмовив генератор»);
- імовірність (низька, середня, висока);
- вплив на захід (незначний, помірний, критичний).

Таблиця 8 – Таблиця ймовірності ризиків

Тип ризику	Конкретна ситуація	Імовірність	Вплив	Примітка
Технічний	Відмова звуку на сцені	Середня	Критичний	Уточнити постачальника
Погодні умови	Сильний дощ	Висока	Помірний	Запасні намети
Людський	Захворів хореограф	Низька	Помірний	Запасна програма
...				

Результати відобразити у презентації.

Завдання 2. Провести аналіз ефективності заходу (після завершення)

Скласти короткий звіт про ефективність, де вказати:

- чи вдалося досягти мети;
- що пішло не за планом і чому;
- як спрацювали запасні рішення;
- які помилки ви врахували б наступного разу;
- показники успішності заходу.

Критерії оцінювання практичних занять

Таблиця 8

Мінімальні та максимальні порогові встановлення максимальної кількості балів для конкретних видів робіт

Види робіт	Мінімальний поріг	Максимальний поріг
Відповіді на теоретичне питання під час поточного опитування	Не оцінюється	2 бали
Аналітичні завдання	1 бал	4 бали
Написання есе	1 бал	10 балів

Участь в груповій роботі	1 бал	4 балів
Виступ з доповіддю/презентацією	1 бал	5 балів
Участь в розробці проєктів, кейс-челенджів, та кейс-стаді	1 бал	5 балів
Тести до рубіжних контролей	0,5 балів	5 бали
Тест підсумковий	1	10

Таблиця 9

Оцінювання видів робіт під час поточного оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів під час поточного оцінювання	Максимальна кількість балів за один вид робіт	Орієнтовна кількість робіт, яку має виконати здобувач аби отримати максимальну кількість балів за поточним оцінюванням при оцінюванні кожного виду робіт максимальною кількістю балів	В тому числі розподіл за рубіжними контролями, враховуючи розподіл балів	
				I	II
Поточне опитування	18	2	9 відповідей	9 балів	9 балів
Аналітичні завдання	16	4	4 заняття	8 балів	8 балів
Тест до рубіжних контролів	10	5	2 тести	5	5
Тест підсумковий	10	10	1 тест	-	10
Есе	10	10	1 есе	10 балів	-
Підготовка усних доповідей та презентації	20	5	4 усні доповіді з презентаціями	10 балів	10 балів
Групова робота	16	4	4 групові роботи	8 балів	8 балів
Разом	100 балів			50 балів	50 балів

У разі, якщо здобувач не набрав необхідної кількості балів за підсумками практичних занять, йому надається можливість виконати індивідуальне завдання з метою часткової компенсації недоотриманих балів.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

При вивченні дисципліни «Event-менеджмент» студентам запропоновано виконувати наступні індивідуальні завдання:

- написання реферату з узгодженої теми;
- підготовка статті з елементами аналізу практичного досвіду у сфері Event-менеджменту;
- створення тез доповіді на наукову конференцію за тематикою дисципліни.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) включає додаткову роботу здобувача протягом навчального семестру. Метою ІНДЗ є самостійне детальне дослідження окремих проблем функціонування та розвитку конфліктів в організаціях, вивчення оптимальних методів для організації ефективної роботи менеджерів, удосконалення методичних та практичних підходів в області психології праці, а також систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з дисципліни, розвиток навичок самостійної роботи.

Студенти, що бажають прийняти участь у науковій роботі, можуть підготувати *матеріали для участі у науково-практичних студентських конференціях*. Для самостійної роботи пропонується написання тез доповіді або наукової статті для студентів, які зацікавлені у поглибленому вивченні дисципліни.

Орієнтовна структура індивідуальних навчально-дослідних завдань для студентів:

- вступ (зазначається тема, мета та завдання роботи);
- теоретичне обґрунтування (виклад базових теоретичних положень, законів, принципів тощо, на основі яких виконується завдання);

- основні результати роботи та їх обговорення (подаються статистичні або якісні результати роботи, схеми, малюнки, моделі, описи, систематизована реферативна інформація та її аналіз тощо);

- висновки;
- список використаних джерел.

Теми індивідуальних завдань

1. Аналіз сучасного стану ринку event-послуг в Україні.
2. Розгляд компаній-лідерів в Event-індустрії та принципи їх роботи.
3. Event-менеджмент як складова сучасної індустрії креативної економіки.
4. Еволюція професії Event-менеджера: від координатора до стратега.
5. Івент як інструмент маркетингової комунікації: цілі, завдання, ефективність.
6. Формування концепції заходу: як стратегія стає подією.
7. Роль аналітики у плануванні івентів.
8. Сценарне мислення в Event-менеджменті: мистецтво передбачення.
9. Event-логістика: забезпечення події від транспорту до технічного таймінгу.
10. Організація харчування на заходах.
11. Event-психологія: вплив атмосфери заходу на поведінку учасників.
12. Психологія ділового спілкування в команді івенту.
13. Мотивація персоналу як фактор успіху Event-проєкту.
14. Фази життєвого циклу івенту: від задуму до постаналізу.
15. Системи контролю під час реалізації події.
16. Event-комунікації: сучасні методи інформування та залучення аудиторії.
17. SMM-кампанія як частина підготовки публічного заходу.
18. Ризик-менеджмент в Event-індустрії: план «Б» як обов'язкова частина підготовки.

19. Оцінка ефективності заходів: які показники дійсно мають значення?
20. Види івентів за спрямуванням: особливості підходу до освітніх, культурних, комерційних подій.
21. Інновації в Event-менеджменті: новітні технології, діджиталізація, гібридні формати.
22. Найяскравіші спеціальні заходи в новітній історії України.
23. Конференція як комплексний спеціальний захід: її відкриття, основна частина та закриття.
24. Міжнародні конференції та особливості їх організації.
25. Специфіка організації благодійного заходу.
26. Святкування днів міста як комплексний спеціальний захід: ярмарки, виставки, урочиста та розважальна частини.
27. Прес-реліз, його різновиди та роль у організації майбутнього заходу.
28. Політичний спеціальний захід: поняття протоколу та його дотримання.
29. Види корпоративних заходів, їх специфіка та головна мета.
30. Тімбілдінг як ефективний інструмент внутрішньої комунікації та мотивації персоналу в системі Event-менеджменту
31. Соціальний проєкт: що, кому, навіщо?
32. Критерії оцінювання успішності неприбуткових заходів.

КРИТЕРІЇ ТА ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ

Протягом семестру здобувач вищої освіти може отримати максимум 100 балів, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів. По поточному контролю здобувач може набрати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, тестування, презентації індивідуальних завдань, вирішення практичних задач та кейсів.

Питання, що виносяться на залік

1. Передумови виникнення event-менеджменту як науки.
2. Засновники event-руху та відомі фігури в даній царині.
3. Event-менеджмент в системі маркетинг-менеджменту, його роль і місце у створенні і підтримці іміджу особистості, компанії, підприємства або їх продукції, послуг.
4. Теоретичні аспекти Event-менеджменту, особливості організації роботи івентивних компаній.
5. Сутність та трактування поняття «івент».
6. Мета івенту та її досягнення.
7. Якості, якими має володіти Event-менеджер. Ролі Event-менеджера.
8. Класифікація Event-заходів.
9. Цілі та завдання івентів.
10. Семінари та тренінги.
11. Святкові івенти.
12. Ділові івенти.
13. Основні формати спеціальних заходів: відкриття, презентація, виставка, свято.
14. Поняття презентації, її види: закриті, відкриті. Основна мета презентації.
15. Поняття виставки. Класифікація виставок за різними ознаками.
16. Поняття свята. Співвідношення розважальної і інформаційної складової у святі.
17. Переваги і недоліки кожного виду заходів.
18. Учасники та відвідувачі Event-заходів.
19. Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івентів.
20. Концепція івенту. Концепція бренду.
21. Основні елементи планування івенту.
22. Важливість визначення цільової аудиторії для створення спеціального заходу.

23. Види цільової аудиторії. Поняття первинної та вторинної аудиторії.
24. Визначення часу та місця проведення.
25. Планування витрат на ресурси (персонал, техніка, бюджет).
26. Планування роботи з постачальниками та субпідрядниками.
27. Таймінг.
28. Сутність event-логістики.
29. Маркетинг для кейтерингу та інфраструктури.
30. Формування бюджету заходу.
31. Психологія ділового спілкування в Event-команді.
32. Специфіка сприймання інформації різними групами людей.
33. Групова ідентифікація учасників заходу (скептик, зірка, колекціонер візитівок, мовчун, активіст).
34. Формування позитивних вражень та спогадів.
35. Персонал, як принципово ключовий та важливий елемент заходу.
36. Компетенції персоналу. Стилi та етикет.
37. Оцінка та підбір персоналу в Event-команду.
38. Способи розвитку креативного мислення у організаторів івентів.
39. Конфліктні ситуації в команді та шляхи їх вирішення.
40. Попередній, поточний та завершальний контроль. Відмінні риси видів контролю.
41. Координатор, його функції та обов'язки. Розподіл сфер впливу.
42. Сутність та характеристика семи основних фаз Event-менеджменту: ініціювання; старт; підготовка; пуск, дія, наслідки; підведення підсумків.
43. Поняття Event-комунікацій. Способи привернення уваги до івенту.
44. Робота із ЗМІ. Формат заходів для преси.
45. Особливості подачі інформації про івент через соціальні мережі.
46. Медіа-план заходу.
47. Управління ризиками та непередбачуваними ситуаціями в Event-менеджменті.
48. Методологія оцінки статусу ризиків. Помилки в організації івенту.

49. Завершення івенту.
50. Очікування та страхи клієнтів.
51. Елемент імпровізації або інтерактивності.
52. Оцінка ефективності проведеного заходу.
53. Найважливіші типи івентів в професійній, суспільній та приватній сферах.
54. День відкритих дверей. Ярмарок.
55. Виставка. Екскурсії. Інформаційні тури.
56. Кейтеринг. Вечірка.
57. Освітні івенти.
58. Ювілей. Церемонія.
59. Корпоративний захід.
60. Конкурси і лотереї.

Критерії оцінки заліку:

- «зараховано» – здобувач вищої освіти має стійкі знання про основні поняття дисципліни, може сформулювати взаємозв'язки між поняттями.

- «не зараховано» – здобувач вищої освіти має значні пропуски в знаннях, не може сформулювати взаємозв'язку між поняттями, що вивчаються в курсі, не має уявлення про більшість основних понять дисципліни, що вивчається.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
90 – 100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

ГЛОСАРІЙ ДИСЦИПЛІНИ «EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ»

Аудит події (event audit) — системна оцінка івенту за критеріями ефективності, відповідності цілям, бюджету та очікуванням клієнта.

Бекстейдж (backstage) — простір "за лаштунками", де перебуває персонал і проходить технічна підготовка до події.

Бриф (brief) — короткий опис очікувань замовника щодо заходу: мета, цільова аудиторія, формат, бюджет, побажання.

Бюджет (budget) — фінансовий план заходу з розподілом коштів на всі статті витрат (персонал, техніка, маркетинг, харчування тощо).

Графік монтажу/демонтажу (setup/breakdown schedule) — часовий план встановлення обладнання, декору, сцени перед і після заходу.

Дедлайн (deadline) — крайній термін виконання певного завдання в межах підготовки до заходу.

Івент (event) — цілеспрямована подія з унікальним сценарієм, яка організовується для конкретної аудиторії в заданий час і місце з чітко визначеною метою.

Event-логістика (event logistics) — система забезпечення івенту усіма необхідними ресурсами (локація, обладнання, транспорт, харчування тощо) з урахуванням просторових і часових чинників.

Event-менеджер (event manager) — спеціаліст, відповідальний за повний цикл організації заходу: від ідеї до реалізації та аналізу результатів.

Event-менеджмент (event management) — професійна діяльність з організації, планування, координації та оцінки подій (івентів) з метою досягнення певних цілей (маркетингових, соціальних, освітніх тощо).

Event-платформа (event platform) — онлайн-сервіс або застосунок, що використовується для організації, реєстрації, квитків, аналітики заходу (наприклад: Eventbrite, Reevent, Liki24 Event).

Інфлюенсер (influencer) — публічна особа, яка має вплив на аудиторію в соцмережах і може бути залучена до івенту для підвищення впізнаваності.

Кейтеринг (catering) — професійне обслуговування харчуванням на заході (часто на виїзді), включає доставку, сервірування, подачу.

Ко-брендинг (co-branding) — партнерство кількох брендів у межах одного заходу з метою взаємовигідного просування.

Коворкінг (coworking) — простір для спільної роботи, що іноді використовується як локація для невеликих івентів, воркшопів чи презентацій.

Концепція (concept) — творче та стратегічне бачення ідеї заходу, яке визначає стиль, настрій, візуальне оформлення та зміст події.

Координатор (coordinator) — особа, яка відповідає за взаємодію між усіма учасниками команди, дотримання таймінгу та вирішення поточних питань під час заходу.

Креатив (creative) — творчий підхід до розробки ідеї заходу, який формує його унікальність і привабливість для цільової аудиторії.

Локація (location) — місце проведення заходу, яке обирається відповідно до тематики, кількості учасників і технічних вимог.

Мерч (merch, merchandise) — брендowana продукція (футболки, чашки, блокноти тощо), яку розповсюджують серед учасників заходу як сувенір або маркетинговий інструмент.

Мітинг (meeting) — офіційна або неформальна зустріч команди організаторів, підрядників чи клієнта для обговорення планів заходу.

Нетворкінг (networking) — встановлення та розвиток професійних контактів між учасниками заходу.

Пітчінг (pitching) — коротка презентація ідеї івенту з метою переконати клієнта або інвестора підтримати проєкт.

Промо (promo) — дії з просування заходу: рекламні кампанії, роздача флаєрів, акції, відеоролики, інтерактив у соцмережах.

Промоутер (promoter) — людина або команда, що відповідає за розповсюдження інформації про івент, заохочення аудиторії до участі.

СММ-менеджер (SMM manager) — фахівець, який займається просуванням заходу в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok тощо), формує контент-стратегію та взаємодіє з аудиторією.

Спонсорство (sponsorship) — форма підтримки заходу організацією або брендом в обмін на рекламу або інші вигоди.

Стенд (stand) — місце презентації бренду/учасника на заходах типу виставки або ярмарку (включає візуальне оформлення, персонал, мерч).

Таймінг (timing) — розклад заходу з точними часовими рамками для кожного етапу, блоку чи активності.

Таргетинг (targeting) — налаштування реклами в інтернеті для охоплення чітко визначеної цільової аудиторії заходу.

Тізер (teaser) — короткий анонс або рекламний матеріал, що зацікавлює аудиторію перед публікацією повної інформації про івент

Фідбек (feedback) — зворотний зв'язок від учасників заходу, який дозволяє оцінити успішність івенту та визначити точки для покращення.

Флешмоб (flashmob) — спонтанна або організована масова активність для привернення уваги або створення wow-ефекту.

Чеклист (checklist) — перелік завдань або пунктів для перевірки, який використовується для контролю підготовки до заходу та уникнення помилок.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Блага Н. В. Управління проектами : навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.

2. Близнюк, Т., Кузь, О., & Кінас, І. (2024). EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСОБЛИВИХ ПОДІЙ. *Економіка та суспільство*, (64). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-20>

3. Дергачова, Г. М. Event-менеджмент. Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навчальний посібник для здобувачів ступеня магістра за освітньою програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування » спеціальності 073

Менеджмент / Г. М. Дергачова ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 643.75 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 99 с.

4. Дьяченко Ю.В., Седікова І.А., Бондар В.А. Event менеджмент як складник інформаційно комунікаційних технологій у публічному управлінні. Вчені записки таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: державне управління. 2020. Т. 31 (70). Вип. № 6. С. 39-44.

5. Малюта, Л. Я. Event-менеджмент в індустрії туризму / Л. Я. Малюта, Р. П. Шерстюк, Г. Й. Островська // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки : зб. наук. пр. Кропивницький : ЦНТУ, 2021. Вип. 6 (39). С. 220-230. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/11938/1/23.pdf>.

6. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». – Житомир: Вид-во «Рута», 2021. – 856 с.

7. Мисик В. М. Концептуальна модель побудови і використання Event-менеджменту в управлінні підприємством. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2020. Вип. 2(1). С. 29-36. URL: https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/5_-Misik-V.-M..pdf

8. Повалій Т. Л. Event-менеджмент : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, Н. Д. Світайло. Суми : Сумський державний університет, 2021. 198 с

9. Черчик Л. М. Проектний менеджмент. Теоретичний курс : навч. посіб. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 186 с

10. Bladen C. The service semiotics of luxury events: an exploration for future research and events management industry practice. Research in hospitality management. 2021. Vol. 11. Issue 1. Pp. 53-57

11. Goldblatt J. Creating and Sustaining a New World for Celebration. 2014. 7th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. 423 p.

12. HR-менеджмент : навч. посіб. / І. М. Сочинська-Сибірцева, А. О. Доренська, Т. В. Тушевська ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : ЦНТУ, 2022. – 278 с.

Допоміжна:

1. Кісіль З. Р. Основи управління : посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 232 с.

2. Микитюк П. П., Брич В. Я., Микитюк Ю. І., Труш І. М. Управління проектами: підручник. [для студ. вищ. навч. закл.]. Тернопіль, 2021. 416 с.

3. Молчанова С. А. Подієвий менеджмент в системі організації просвітницьких заходів (досвід наукової бібліотеки ХНУ) / С. А. Молчанова, С. В. Диха //Книги і бібліотеки в глобалізованому світі (до 100-річчя Подільського державного аграрно-технічного університету) : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 трав. 2019 р. – Кам'янець-Подільський : ПДАТУ, 2019. – С. 106-114.

4. Особливості розвитку Event-менеджменту як елемента інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні / В.І. Мельченко, І.П. Фоміченко, В.П. Баштовий, О.В. Пахомова. Вісник економічної науки України. 2021. № 2 (41). С. 106-112.

Інформаційні ресурси:

1. Наукова бібліотека "Буковина" - <http://buklib.net>
2. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського - <http://www.nbuv.gov.ua>
3. Українські підручники онлайн - <http://pidruchniki.ws>
4. Медіа про комунікації - <https://bazilik.media/>

ЧЕК-ЛИСТ

проведення майстер-класу з *Jazz-funk*



ПІДГОТОВКА

- ОБРАТИ СТИЛЬ ТАНЦЮ
- ЗНАЙТИ І ЗАПРОСИТИ ХОРЕОГРАФА
- УЗГОДИТИ ДАТУ, ЧАС, МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ
- РОЗРОБИТИ ТАЙМІНГ
- ПРОДУМАТИ ПЛАН ЕВАКУАЦІЇ НА ВИПАДОК НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ
- ЩО РОБИТИ У ВИПАДКУ ВІДКЛЮЧЕННЯ СВІТЛА

ОРГАНІЗАЦІЯ

- ПРИЗНАЧИТИ ВІДПОВІДАЛЬНИХ ОСІБ
- ОРГАНІЗУВАТИ ХАРЧУВАННЯ
- СТВОРИТИ QR-КОД ІЗ РОЗТАШУВАННЯМ ПОДІЇ АБО ЗАПИСАТИ ВІДЕО
- ПЕРЕВІРИТИ ГОТОВНІСТЬ ПРИМІЩЕННЯ ЗА ДЕНЬ ДО ПОДІЇ
- ЗРОБИТИ ЗАГОТОВКИ СЕРТИФІКАТІВ

ПРОСУВАННЯ

- СТВОРИТИ ПОДІЮ В СОЦМЕРЕЖАХ (INSTAGRAM, FACEBOOK, THREADS, ТІКТОК)
- ПІДГОТУВАТИ ВІЗУАЛИ (ПОСТЕРИ, ВІДЕО-ЗАПРОШЕННЯ)
- РЕГУЛЯРНІ ПОСТИ-НАГАДУВАННЯ ДО ТА В ДЕНЬ ПОДІЇ
- ЗАЛУЧИТИ МІСЦЕВИХ БЛОГЕРІВ/ПАРТНЕРІВ
- ЗАПУСТИТИ ПОПЕРЕДНІЙ ЗАПИС НА УЧАСТЬ
- ВЗАЄМОДІЯ З АУДИТОРІЄЮ: КОМЕНТАРІ, ПОВІДОМЛЕННЯ

під час події

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> РЕЄСТРАЦІЯ УЧАСНИКІВ | <input type="checkbox"/> ФІНАЛЬНА ПОСТАНОВКА/
ВИСТУП |
| <input type="checkbox"/> ВІТАЛЬНЕ СЛОВО,
ПРЕДСТАВЛЕННЯ ХОРЕОГРАФА | <input type="checkbox"/> ЗАГАЛЬНЕ ФОТО/ВІДЕО |
| <input type="checkbox"/> РОЗМИНКА | <input type="checkbox"/> ПОДЯКА УЧАСНИКАМ |
| <input type="checkbox"/> ОСНОВНА ЧАСТИНА: ТЕХНІКА +
ВИВЧЕННЯ ХОРЕОГРАФІЇ | |

після заходу

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ПРИБИРАННЯ ПРИМІЩЕННЯ | <input type="checkbox"/> ПОДЯКА В СОЦМЕРЕЖАХ
УЧАСНИКАМ |
| <input type="checkbox"/> ЗБІР ФІДБЕКУ (УСНИЙ/ЧЕРЕЗ
ФОРМУ) | <input type="checkbox"/> АНАЛІЗ ЗАХОДУ: ЩО ВДАЛОСЯ,
ЩО ПОКРАЩИТИ |
| <input type="checkbox"/> ПУБЛІКАЦІЯ ФОТО/ВІДЕОЗВІТУ
У СОЦМЕРЕЖАХ | |
| <input type="checkbox"/> НАДСИЛАННЯ МАТЕРІАЛІВ
УЧАСНИКАМ | |

Додаток 2

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Економічний факультет

Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності

РЕФЕРАТ

з дисципліни «Event-менеджмент»

на тему:

« _____ »

Виконав: здобувач вищої освіти на І
(бакалаврському) рівні
спеціальності _____ « _____ »

(ПП/б)

Перевірив: _____
(вчене звання, посада)

(ПП/б)

Навчально-методичне видання

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні вказівки для проведення практичних занять для
здобувачів вищої освіти на I (бакалаврському) рівні
спеціальності 073 «Менеджмент»

Укладач: Тушевська Тетяна Володимирівна, асистент кафедри «Економіка,
менеджмент та комерційна діяльність»