

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан соціально-гуманітарного
факультету
Оксана ГОМОТЮК

« 29 » 08 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« 29 » 10 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Директор
навчально-наукового
інституту новітніх
освітніх технологій
Святослав ПИТЕЛЬ

« 29 » 08 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «Івент-технології»

ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)
галузь знань 02 Культура і мистецтво
спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
освітньо-професійна програма «Документознавство та
інформаційна діяльність»

кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

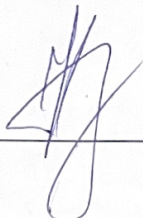
Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	3	6	32	14	3	8	93	150	6
Заочна	3	6	8	4	-	-	138	150	6

Тернопіль – ЗУНУ
2025

Робочу програму розробила кандидат історичних наук, доцент кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Олена СТЕФАНІШИН

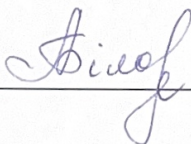
Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності, № 1 від 26 серпня 2025 року.

Завідувач кафедри
к. іст. н., доц.



Ірина НЕДОШИТКО

Гарант ОПІ
д. іст. н., проф.



Леся БІЛОВУС

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ»

1. Опис дисципліни «Івент-технології»

Дисципліна «Івент-технології»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	галузь знань 02 Культура і мистецтво	Статус дисципліни <i>вибіркова</i> Мова навчання <i>українська</i>
Кількість залікових модулів – 3	спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа	Рік підготовки: <i>Денна – 3</i> <i>Заочна – 3</i> Семестр: <i>Денна – 5</i> <i>Заочна – 5</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-професійна програма «Документознавство та інформаційна діяльність»	Лекції: <i>Денна – 32 год.</i> <i>Заочна – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 14 год.</i> <i>Заочна – 4 год.</i>
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)	Самостійна робота: <i>Денна – 93 год.</i> <i>Тренінг – 8 год.</i> <i>Заочна – 138 год.</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 3 год.</i>
Тижневих годин – 19, з них аудиторних – 6		Вид підсумкового контролю – залік

2. МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Івент-технології» є опанування студентами системи спеціальних знань з івент-технологій та формування фахових компетентностей з питань надання івент-послуг клієнтам соціокультурної сфери.

2.2. Завдання вивчення дисципліни:

- розуміння сутності поняття «івент», визначення класифікації подій, цілей та завдань подієвих заходів;
- опанування основами методології дослідження виняткових подій та технологіями розробки програми івент;
- вивчення особливостей організації та проведення івент заходів;
- оволодіння методами оцінки результатів івент та визначення ефективності управління заходами.

– Вимоги до знань і вмінь

У результаті вивчення дисципліни **студент повинен знати:**

- Знати основні поняття івент-технологій, їх види та характеристики.
- Розуміти роль і значення івент-технологій у соціокультурній сфері.
- Знати етапи підготовки та проведення івент-заходів.
- Розуміти особливості роботи з різними цільовими аудиторіями.
- Знати методи просування та рекламування івент-заходів.
- Розуміти питання безпеки та логістики під час проведення івент-заходів.
- Знати сучасні тенденції та інновації в івент-індустрії.

Студент повинен вміти:

- Вміти розробляти концепцію івент-заходу, визначати його мету, цільову аудиторію, формат, локацію та бюджет.
- Вміти складати детальний план підготовки та проведення івент-заходу, розподіляти обов'язки між учасниками організаційної команди.
- Вміти залучати спонсорів та партнерів до організації івент-заходу, проводити переговори, презентувати проект та укладати угоди про співпрацю.
- Вміти просувати івент-захід у різних медіа-каналах, розробляти рекламну стратегію, створювати контент для соціальних мереж та взаємодіяти з пресою.
- Вміти оцінювати ефективність проведеного івент-заходу, аналізувати досягнуті результати, отримувати зворотний зв'язок від учасників та готувати звіт для замовника або організаторів.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Тема 1. Вступ до курсу «Івент-технології»

Мета та завдання курсу «Івент-технології». Структура, предмет та зміст. Специфіка й значення даної дисципліни для підготовки фахівців. Тезаурус дисципліни.

Тема 2. Сутність та зміст івенту як основного елементу івент-технологій

Наукові підходи до визначення термінологічної системи «івент». Івент як подія, захід, церемонія та шоу. Характерні особливості івенту. Ключові аспекти управління заходами. Зміст понять «івент», «івент-діяльність», «івент-менеджмент», «івент-проект», «івент-технології», «івент-менеджери» та їх взаємозв'язок.

Тема 3. Івент-індустрія в Україні та світі: історія та сучасність

Історія розвитку івентів (дохристиянський період, давньослов'янська держава, період середньовіччя). Європейські реформи, що вплинули на розвиток свят. Чинники впливу на становлення й розвиток івентів. Специфіка та види сучасних заходів. Особливості розвитку та застосування івентів в Україні. Вітчизняний ринок потенційних клієнтів івент-послуг та чинники, які впливають на його структуру. Структура сучасного івент ринку.

Тема 4. Типологія та класифікація івентів

Ознаки та критерії класифікації івентів. Наукові підходи до класифікації івент-заходів. Узагальнений варіант класифікації івентів. Підхід О. Шумовича до класифікації івентів. Ознаки класифікації видів івент за В. Музиканта. Сутність спеціальних подій та їх роль у сучасному суспільстві й діловій практиці. Специфіка організації спеціальних подій та суспільних заходів: презентацій, конференцій, фестивалів, церемоній, народних, офіційних і приватних свят, конкурсних проектів, лотерей, виставок та ярмарок. Основні правила ефективності спеціальних подій.

Тема 5. Цілі та завдання подієвих заходів

Основні цілі івент заходів. Першочергові та другорядні цілі. Якісні та кількісні івент цілі. Основні завдання івенту відповідно до його типології. Проект як втілення завдань. Аналіз цільової аудиторії івенту. Спонсоринг та його особливості. Національні особливості щодо організації івент подій.

Тема 6. Методологія дослідження виняткових подій

Методологія досліджень як інструмент організації заходу. Внутрішні та зовнішні дослідження. Етапи організації івент заходів. Модель Дж. Голблатта.

Важливі показники при організації івент заходів. Різновиди опитування як метод збору інформації. Сутність проведення анкетування та інтерв'ю. Зміст понять «фокус-групи», «людина-«монітор»». Переваги та недоліки експертного опитування.

Тема 7. Технологія розробки програми заходу

Основні підходи розробки подієвого заходу. Мозковий штурм як технологія колективної креативної творчості. Технологічні особливості мозкового штурму при розробці івенту. Значущість документації ідей та проведення конкурсу ідей. Етапи оцінювання конкурсних заявок. Переваги та недоліки підходу «Творчий вплив ззовні» при розробці виняткових подій.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ТЕХНОЛОГІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ІВЕНТ-ЗАХОДУ

Тема 8. Специфіка планування і проведення івент-заходу

Умови підготовки і проведення події. Етапи формування ефективного івент-заходу. Особливості планування і організації івент-заходу. Етапи формування ефективного івент-заходу: дослідження, творча розробка, планування, реалізація та координація, аналіз результатів. Алгоритм прийняття рішень у процесі планування івент заходу. Типовий лист івент заходу. Формулювання цілей, завдань та вибір концепції заходу. Характеристика основних тем, ідей та концептів івенту. Відмінності між первинною та вторинною аудиторією. Складові атмосфери заходу та важливі елементи при планування часу заходу. Значущість та ефективність спеціальних подій як основи для розвитку зв'язків з громадськістю. Показники ефективності івент-заходів.

Тема 9. Ризик-менеджмент виняткових заходів

Поняття, властивості та функції ризиків. Основні види ризиків івент заходів. Сутність експлуатаційного ризику івент заходів. Управління ризиками. Головні складові безпеки проведення заходу. Характеристика необхідних якостей організатора заходу при ризик-менеджменті виняткових заходів.

Тема 10. Івент-маркетинг як інструмент просування і продажу подієвих заходів

Поняття івент-маркетингу та його сутність. Основні складові елементи івент-маркетингу та типологія івентів у контексті маркетингових завдань. Критерії, за якими розрізняються види маркетингу подій. Переваги та недоліки використання івент-маркетингу. Практичні інструменти щодо просування і продажу подієвих заходів. Специфіка реклами і рекламних каналів як інструмента просування івент. Організація роботи з пресою.

Тема 11. Ефективність управління заходами та фінансовий менеджмент івентів

Основні інструментами оцінки ефективності свят. Фінансове планування і грамотний фінансовий контроль – важливі аспекти результативного івент заходу. Фінансові питання при організації івенту. Класифікація івентів за фінансовими критеріями. Основні джерела фінансування івент заходів. Види витрат. Головні фактори, що впливають на бюджет подієвого заходу. Вимоги, що висувуються до бюджету заходу.

Тема 12. Івент-агентства як суб'єкти івент-ринку

Філософія та специфіка роботи івент-агентств: типова структура, організаційні засади, пріоритетні напрями діяльності. Основне призначення та методика складання бізнес-плану, вимоги до його оформлення. Рекламна та інформаційна підтримка діяльності івент-агентства. Вимоги до змістовного наповнення сайту івент-агентства. Особливості сайту-візитівки. Чинники, що впливають на підвищення ефективності сайту івент-агентства.

Тема 13. Командна робота і функції персоналу в організації заходів

Поняття та особливості командної роботи. Лідерство та управління командою. Конфліктологія та стресостійкість. Особливості роботи з різними цільовими групами. Сучасні підходи до формування складу персоналу для івент заходів. Основні функції управління персоналом. Переваги та недоліки роботи з підрядниками івент заходів. Структура корпоративної культури її вплив на діяльність організації. Основні характеристики та рівні управлінської культури. Форми існування корпоративних цінностей.

Тема 14. Медіа-комунікації та PR-супровід івентів

Інформування ЗМІ про івент, його хід та результати. Пресконференції та брифінги. Інтерв'ю та експертні коментарі. Залучення учасників, взаємодія з аудиторією. Проведення онлайн-конкурсів і розіграшів. Моніторинг згадок про івент у соцмережах. Digital-просування: створення тематичного сайту заходу, банерна, контекстна та таргетована реклама, Email-розсилки для зареєстрованих учасників. Партнерський PR. Офлайн-промо.

Тема 15. Тренди та інновації в івент-індустрії та івент-технологіях

Гібридні івенти. Поєднання віртуальних та офлайн-заходів. Персоналізація досвіду. Сталий розвиток. Інтеграція прямих трансляцій, створення контенту для соціальних медіа під час заходів. Гейміфікація. Використання ігрових механік для підвищення залучення та взаємодії учасників. Технології віртуальної та доповненої реальності. Штучний інтелект та чат-боти. Безконтактні технології.

Тема 16. Особливості діяльності та фахові компетенції івент-менеджерів

Професія івент-менеджера: вимоги, тенденції, перспективи. Особистісні та

професійні якості івент-менеджерів. Якості та вміння івент-менеджерів, які досягають професійного успіху. Сфера діяльності івент-менеджера та його фахові компетенції. Основні складові етики івент-менеджера. Значення підготовки фахівців івент-індустрії в умовах нової економічної та культурної політики держави.

4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Івент-технології» (денна форма навчання)

	Кількість годин					
	Лекції	Прак-тичні заняття	Індивідуальна робота	Тренінг	Самостійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи івент-технологій						
Тема 1. Вступ до курсу «Івент-технології»	2				5	Поточне опитування
Тема 2. Сутність та зміст івенту як основного елементу івент-технологій	2	1	1	3	5	Поточне опитування
Тема 3. Івент-індустрія в Україні та світі: історія та сучасність	2	1			6	Поточне опитування
Тема 4. Типологія та класифікація івентів	2	2			6	Поточне опитування
Тема 5. Цілі та завдання подієвих заходів	2				6	Поточне опитування
Тема 6. Методологія дослідження виняткових подій	2	2			6	Поточне опитування
Тема 7. Технологія розробки програми заходу	2	2			6	Поточне опитування
Змістовий модуль 2 . Технологічні інструменти івент-заходу						
Тема 8. Специфіка планування і проведення івент-заходу	2	1	2	5	6	Поточне опитування
Тема 9. Ризик-менеджмент виняткових заходів	2	1			5	Поточне опитування
Тема 10. Івент-маркетинг як інструмент просування і продажу подієвих заходів	2	2			7	Поточне опитування
Тема 11. Івент-агентства як суб'єкти івент-ринку	2				6	Поточне опитування
Тема 12. Ефективність управління заходами та фінансовий менеджмент івентів	2				6	Поточне опитування
Тема 13. Командна робота і функції персоналу в організації заходів	2				6	Поточне опитування
Тема 14. Медіа-комунікації та PR-супровід івентів	2				5	Поточне опитування

Тема 15. Тренди та інновації в івент-індустрії та івент-технологіях	2				6	Поточне опитування
Тема 16. Особливості діяльності та фахові компетенції івент-менеджерів	2				5	Поточне опитування
Разом	32	14	3	6	93	Залік

(заочна форма навчання)

Тема	Кількість годин			
	Лекції	Практичні заняття	Сам. робота	Контрольні заходи
Тема 1. Вступ до курсу «Івент-технології»	2	1	8	Поточне опитування, практичні завдання
Тема 2. Сутність та зміст івенту як основного елементу івент-технологій			8	
Тема 3. Івент-індустрія в Україні та світі: історія та сучасність			9	
Тема 4. Типологія та класифікація івентів	2	1	10	
Тема 5. Цілі та завдання подієвих заходів			9	
Тема 6. Методологія дослідження виняткових подій			9	
Тема 7. Технологія розробки програми заходу	2	1	8	
Тема 8. Специфіка планування і проведення івент-заходу			8	
Тема 9. Ризик-менеджмент виняткових заходів			9	
Тема 10. Івент-маркетинг як інструмент просування і продажу подієвих заходів			8	
Тема 11. Івент-агентства як суб'єкти івент-ринку	2	1	10	
Тема 12. Ефективність управління заходами та фінансовий менеджмент івентів			9	
Тема 13. Командна робота і функції персоналу в організації заходів			9	
Тема 14. Медіа-комунікації та PR-супровід івентів			8	
Тема 15. Тренди та інновації в івент-індустрії та івент-технологіях			9	
Тема 16. Особливості діяльності та фахові компетенції івент-менеджерів			8	
Підсумковий контроль	8	4	138	Залік

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття № 1

Тема: Сутність івенту як основного елементу івент-технологій

Мета: опанувати знання щодо сутності та змісту івенту як основного елементу івент-технологій.

Запитання для обговорення:

1. Наукові підходи до визначення термінологічної системи «івент».
2. Дайте визначення і коротку характеристику поняттю «івент».
3. Структурно зобразіть взаємозв'язок основних понять – «івент», «івент-діяльність», «івент-менеджмент», «івент-проект», «івент-менеджер».
4. Назвіть мотиви, що спонукають людей до участі в заходах.
5. За якими принципами формується цільова аудиторія івенту?
6. Складіть соціологічний портрет сучасного учасника івентів.

Практичне заняття № 2

Тема: Івент-індустрія в Україні та світі: історія та сучасність

Мета: засвоїти знання щодо історії становлення та сучасного розвитку івент-індустрії в Україні та світі.

Запитання для обговорення:

1. Назвіть відомі Вам історичні свідчення про свята в давньому світі (дохристиянський період, давньослов'янська держава, період середньовіччя).
2. Які європейські реформи вплинули на розвиток свят?
3. Охарактеризуйте чинники впливу на становлення й розвиток івентів.
4. Висвітліть специфіку та види сучасних заходів.
5. На основі аналізу літературних джерел дослідіть коли івент-індустрія сформувалась як самостійна галузь.
6. Обґрунтуйте класифікацію суб'єктів івент-індустрії, подану різними вченими.
7. На конкретних прикладах дослідіть ознаки сучасного івент-менеджменту.
8. Хто є основними суб'єктами івент-індустрії? Охарактеризуйте їх івент-послуги.
9. У чому полягає сутність географічного та фінансового принципів структурування івент-ринку.

Практичне заняття № 3

Тема: Типологія та класифікація івентів

Мета: засвоїти знання щодо типології та класифікації івентів.

Запитання для обговорення:

1. Висвітліть різноманітні погляди до класифікації івент заходів.
2. Назвіть ознаки та критерії класифікації івент.
3. Назвіть ознаки класифікації видів івенту за В. Музикантом.
4. Дано цільові групи: студенти, середній бізнес, домогосподарки, топ-менеджери, діти до 12 років. Для кожної з них підберіть по 2-3 найбільш підходящі типи заходів.
5. Висвітліть можливості використання терміна «HoReCa». Розробіть варіанти HoReCa для організації спеціальних заходів різних аудиторій: студенти, середній бізнес, домогосподарки, топ-менеджери, діти до 12 років.
6. Обґрунтуйте ефективність використання спеціальних івентів.

Практичне заняття № 4

Тема: Методологія дослідження виняткових подій

Мета: систематизувати знання студентів щодо методології дослідження виняткових подій.

Запитання для обговорення:

1. Що розуміється під дослідженням подієвих заходів.
2. Розкрийте сутність понять «фокус-групи», «людина-«монітор»».
3. Поясніть сутність проведення анкетування та інтерв'ю.
4. Охарактеризуйте зміст маркетингових досліджень та їх необхідність.
5. Означте основні відмінності при проведенні дослідження за допомогою фокус-групи та інтерв'ю.
6. Визначте переваги та недоліки дослідження при проведенні анкетування та інтерв'ю.
7. Назвіть особливості дослідження за допомогою експертної думки, поясніть хто може виступати в якості експерта івента.

Практичне заняття №5

Тема: Технологія розробки програми заходу

Мета: ознайомити студентів із технологією розробки програми заходу.

Запитання для обговорення:

1. Назвіть основні підходи розробки подієвого заходу.
2. Охарактеризуйте сутність підходу мозкового штурму при розробці івенту.
3. Визначіть значущість документації ідей та проведення конкурсу ідей.
4. Поясніть переваги та недоліки підходу «Творчий вплив ззовні» при розробці виняткових подій.
5. Що таке візуалізація і яка її роль в підготовці (демонстрації) проєкту.
6. Розробіть концепцію івент-заходу, за такими показниками:
 - 1) опис заходу (тип, цілі, завдання);
 - 2) маркетинг *івент-заходу*;
 - 3) цільова аудиторія івент-заходу: характеристика, особливості, ризики.
 - 4) характеристика зовнішнього середовища *івент-заходу*: основні чинники, учасники, поняття прямого і зворотного зв'язку.
 - 5) характеристика постачальників, особливості взаємодії та контролю.
 - 6) методи просування заходу.
 - 7) план роботи зі ЗМІ.
 - 8) логістика заходу.
 - 9) напрями роботи з друкарнею, з HoReCa, кейтеринговими службами, зі службами безпеки.
 - 10) основні форми і методи роботи з клієнтами.
 - 11) роботи з VIP.
 - 12) робота з артистами та іншими учасниками, що забезпечують творчу частину заходу.

13) методи забезпечення якості заходи.

14) документально-правове забезпечення заходу (документи, законодавча база).

Практичне заняття №6

Тема: Специфіка планування і проведення івент-заходу

Мета: ознайомити студентів із специфікою планування і проведення івент-заходу.

Запитання для обговорення:

1. Назвіть основні елементи планування івент подій.
2. Охарактеризуйте основні теми, ідеї та концепти івент.
3. Поясніть, що таке первинна та вторинна аудиторія.
4. Що є складовими атмосфери івент заходу?
5. Що важливо врахувати при планування часу заходу.
6. Чому є важливим розклад івент заходу.
7. Висвітліть методи зворотного зв'язку на різних етапах підготовки заходу, джерелах інформації.
8. Обґрунтуйте документальне забезпечення івента. Визначіть мінімальний набір необхідних документів для цього.
9. На конкретних прикладах розкрийте роль і місце ЗМІ в івенті. Розробіть алгоритм підбору інформаційного супроводу.
10. Розробіть сценарний план свята в рамках програми PR конкретної організації (установи, фірми).
11. Визначіть, який елемент із правила «п'ять почуттів» (зір, слух, дотик, нюх, смак) є найбільш важливим для івент-заходів.
12. Ризик-менеджмент виняткових заходів.

Практичне заняття № 7

Тема: Івент-маркетинг як інструмент просування і продажу подієвих заходів

Мета: ознайомити студентів із сутністю івент-маркетингу; систематизувати знання щодо ефективності використання івент-маркетингу в контексті просування і продажу подієвих заходів.

Запитання для обговорення:

1. Дайте характеристику основних видів маркетингових комунікацій.
2. Висвітліть особливості інтегрованих маркетингових комунікацій.
3. Розкрийте сутність тверджень: івент в маркетингу і маркетинг в івенті.
4. Назвіть основні інструменти продажів заходу.
5. Визначте сутність реклами і рекламних каналів.
6. Означте основні елементи, які повинні бути присутніми в запрошенні на особливий захід.
7. Охарактеризуйте рекламу в засобах масової інформації як інструмента просування івент.
8. Визначте формати організація роботи з пресою.

9. Поясніть відмінності між рекламою та Public Relations.
10. Назвіть переваги та недоліки Інтернету, як рекламного каналу.

6. Тренінг

Навчальний тренінг: вимоги та умови проведення.

Тренінг(training) – це запланований процес модифікації (зміни) відношення, знання чи поведінкових навичок того, хто навчається, через набуття навчального досвіду з тим, щоб досягти ефективного виконання поставлених завдань в одному із видів діяльності або в певній галузі. Тренування (від англ. to train – виховувати, навчати) – комплекс вправ для пристосування його до підвищених вимог і складних умов роботи й життя.

Порядок проведення тренінгу

- a. **Вступна частина** проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.
- b. **Організаційна частина** полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил у вигляді таблиць, бланків документів.
- c. **Практична частина** реалізується шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3–5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгового заняття.
- d. **Підведення підсумків.** Обговорюють результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносили на тренінгові заняття.

Тематика тренінгу:

1. Створення чек-листів івента.

7. Самостійна робота студентів

Самостійна робота студентів є основним способом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час. Головна мета проведення самостійної роботи полягає у необхідності більш детальнішого розгляду тематики курсу з використанням рекомендованих матеріалів і виконанням завдань.

Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим планом в межах встановленого обсягу годин із навчальної дисципліни, методичними вказівками викладача. Навчальний матеріал з дисципліни, передбачений для засвоєння студентом у процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд із навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні занять.

Самостійна робота студентів із дисципліни «Історія державності та культури України» передбачає:

- роботу із джерелами (пошук, збір та опрацювання);

- підготовка матеріалів (родовід, реферат, есе, анотація, презентація історико-культурних пам'яток краю).
- презентація результатів.

Реферат повинен містити такі розділи:

1. Титульний аркуш:

- назву університету;
- назву кафедри;
- назву навчальної дисципліни;
- тему;
- номер академічної групи;
- ПІБ студента.

2. Зміст.

3. Вступ. Вступ розкриває сутність, стан наукового завдання і його значення. Тут само вказують мету й завдання дослідження.

4. Основна частина. Розкриває наукове дослідження і відповідає обраній темі, вступу й висновкам роботи.

5. Висновки. У висновках вказують результати, отримані при проведенні дослідження, пропозиції або рекомендації щодо вирішення поставленого завдання відповідно до результатів дослідження.

6. Список літератури. Джерела розміщують за абеткою прізвищ авторів або заголовків.

7. Вимоги до оформлення. Шрифт Times New Roman, 14, півторачний інтервал; поля: верхнє й нижнє – 20 мм, лівє – 25 мм, правє – 15 мм.

Теми для рефератів

1. Загальна характеристика поняття «івент».
2. Івент-індустрія в Україні та світі: історія та сучасність.
3. Основні сфери застосування івент-технологій: загальна характеристика.
4. Івент-технології в соціокультурній сфері.
5. Івент-технології в рекламній діяльності.
6. Технології івент-менеджменту в системі Public Relations.
7. Нормативно-правова регламентація діяльності в рамках івент індустрії.
12. Основні підходи до визначення поняття «подія» (event) і його синоніми.
13. Основні риси спеціальної події.
14. Різні підходи до класифікації івент-заходів.
15. Класифікація івентів (на основі аналізу інформаційних ресурсів різних івент-агентств).
17. Основні принципи підготовки, організації та проведення івент-заходів.
18. Основні етапи івент-заходів і їх характеристика.
19. Основні підходи до аналізу ефективності івент-заходів.
20. Документаційний супровід івент-заходів.
21. Взаємодія зі ЗМІ в рамках організації і проведення івент заходів.

22. Основні вимоги до простору, в рамках якого здійснюється захід: типи просторів і їх основні характеристики.
23. Матеріально-технічне забезпечення івент-заходів.
24. Основні вимоги до оформлення заходів (музика, декор, мультимедіа, світло, меблі та ін.).
25. Організаційний план та фінансовий план заходу.
26. План та організація проведення заходу.
27. Можливі ризики, що виникають в процесі підготовки, організації та проведення заходу: способи їх подолання.
28. Особливості організації і проведення корпоративних заходів.
30. Особливості організації і проведення приватних заходів (весілля, ювілей, день народження та ін.).
31. Особливості організації і проведення заходів бізнес-формату (презентація, ділова зустріч та ін.).
32. Особливості організації і проведення заходів PR-формату.
33. Особливості організації і проведення заходів рекламного характеру.
34. Особливості організації і проведення дитячих заходів.
35. Особливості організації і проведення виїзних заходів.
36. Особливості організації і проведення концертно-видовищних заходів.
37. Особливості організації і проведення благодійних заходів.
38. Особливості організації і проведення масових заходів.
39. Основні форми суб'єктів господарювання в рамках івент-індустрії: коротка характеристика.
40. Суб'єкти івент-індустрії: загальна характеристика.
41. Типова структура і основні напрями діяльності івент-агентства.
42. Рекламна і PR-діяльність івент-агентства із просування своїх послуг.
43. Аналіз структури і діяльності івент-агентства (на прикладі конкретної української компанії на вибір студента).
45. Загальна характеристика партнерської середовища в рамках івент-індустрії.
46. Взаємодія з партнерами в рамках організації і проведення заходу.
47. Українська івент-індустрія на сучасному етапі: загальна характеристика.
48. Аналіз споживчого середовища івент-послуг.
49. Професійні та індивідуальні компетенції івент-менеджера.
50. Основні обов'язки івент-менеджера.
51. Функції івент-менеджера в процесі заходу.
52. Технології пошуку клієнтів.
53. Технології ведення переговорів з клієнтом.
54. Клієнтоорієнтованість як основний принцип роботи івент-менеджера.
55. Творчий потенціал як фактор антивигорання івент-менеджерів.
56. Методичні рекомендації щодо попередження професійного вигорання івент-менеджерів.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Івент-технології» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- розв'язування тестових завдань;
- завдання на конструювання оптимального набору понять і категорій власного дослідження;
- поточне опитування;
- вирішення проблемних запитань;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- аналітичні звіти, реферати;
- залік
- інші види індивідуальних та групових завдань.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Івент-технології» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Середнє арифметичне з поточних оцінок, отриманих під час занять (не менше 4 оцінок)	Тестування у комунікаційній навчальній платформі Moodle – 25 тестів по 4 бали – максимально – 100 балів	Складання чек-листів івентів (середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час тренінгу)	Оцінка, отримана за самостійну роботу (реферат, презентація на обрану тематику)

Критерії оцінювання поточного опитування – 40%

90–100 балів

Студент демонструє глибоке системне розуміння івент-технологій та івент-менеджменту; правильно, логічно та аргументовано відповідає на всі питання; виявляє вміння аналізувати етапи підготовки та проведення івент-заходів, розробляти концепції подій; вільно оперує професійною термінологією івент-індустрії; наводить конкретні приклади успішних івент-проектів; демонструє креативне мислення та розуміння сучасних трендів галузі.

75–89 балів

Відповідь повна і послідовна, але допускаються окремі незначні неточності; студент розуміє сутність івент-технологій, етапи організації заходів, здатний пояснити особливості роботи з різними цільовими аудиторіями; володіє

основною термінологією, може навести приклади класифікації івентів та методів їх просування; демонструє базові навички планування заходів.

60–74 бали

Відповідь неповна або поверхова; знання окремих понять івент-індустрії, типів заходів, але відсутні глибокі узагальнення; помітні труднощі у розробці концепції івент-заходу та визначенні його складових; логіка викладу частково порушена; обмежене розуміння технологічних аспектів організації подій.

35–59 балів

Відповідь фрагментарна, непослідовна; студент не розуміє суті івент-технологій, робить суттєві помилки у визначенні понять, етапів підготовки заходів; не вміє пояснити особливості різних типів івентів; відсутнє розуміння методології організації та проведення подієвих заходів.

0–34 бали

Студент не орієнтується у матеріалі, не дає відповідей або відповідає на рівні загальних суджень без конкретного знання специфіки івент-індустрії; демонструє відсутність розуміння базових принципів івент-менеджменту.

Критерії оцінювання тренінгу (створення чек-листів івента) – 5%

До 40 балів

Повнота та деталізація чек-листу; врахування всіх етапів підготовки івента; структурованість та логічність

До 20 балів

Практична застосовність чек-листу; реалістичність термінів та завдань; врахування специфіки типу заходу

До 20 балів

Креативність та інноваційність підходу; врахування сучасних трендів івент-індустрії; оригінальність рішень

До 10 балів

Якість оформлення; зручність використання; наявність візуалізації та чіткої структури

До 10 балів

Робота в команді; активність у обговоренні; конструктивність зворотного зв'язку іншим учасникам

Критерії оцінювання самостійної роботи (реферат, презентація) – 15%

90–100 балів

Тема розкрита повно та глибоко; присутній аналіз українського та світового досвіду івент-індустрії; використання актуальних джерел та конкретних кейсів; творчий підхід; бездоганне оформлення відповідно до вимог; наявність власних аналітичних висновків та пропозицій.

75–89 балів

Тема розкрита, є аналіз теоретичних та практичних аспектів; незначні неточності або недоліки в оформленні; використання рекомендованої літератури та приклади з практики івент-менеджменту; демонстрація розуміння специфіки галузі.

60–74 бали

Основний зміст подано, але є брак глибини аналізу івент-технологій; поверхнєве висвітлення окремих аспектів організації заходів; обмежене використання джерел та відсутність актуальних прикладів; формальний підхід до виконання.

40–59 балів

Поверхнєвий виклад, фрагментарність; відсутність аналізу конкретних івент-кейсів; формальне виконання без творчого підходу та власних висновків; значні недоліки в оформленні або структурі.

0–39 балів

Робота не відповідає вимогам; тема не розкрита; відсутній аналіз або значний плагіат; некоректне оформлення; не використано рекомендовані джерела.

Критерії оцінювання модульного контролю (тестування) – 40%

Тестові завдання (100 балів)

25 тестів по 4 бали = 100 балів

90–100 балів

Відмінне знання теорії та практики івент-технологій; правильні відповіді на 23–25 тестів; глибоке розуміння класифікації івентів, етапів організації, методів просування та оцінки ефективності заходів.

75–89 балів

Добре знання матеріалу; правильні відповіді на 19–22 тести; розуміння основних концепцій івент-менеджменту, типології заходів та основних технологічних інструментів з незначними прогалинами.

60–74 бали

Задовільне знання матеріалу; правильні відповіді на 15–18 тестів; базове розуміння сутності івент-технологій, основних етапів підготовки заходів з окремими прогалинами в знаннях.

35–59 балів

Незадовільне знання матеріалу; правильні відповіді на 9–14 тестів; фрагментарне розуміння івент-індустрії та технологій організації подієвих заходів.

0–34 бали

Недостатнє знання матеріалу; правильні відповіді на 0–8 тестів; відсутність базового розуміння принципів та технологій івент-менеджменту.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

ECTS	Бали	Зміст
A	90–100	Відмінно
B	85–89	дуже добре
C	75–84	Добре
D	65–74	Задовільно
E	60–64	Достатньо
FX	35–59	незадовільно з можливістю повторного

		складання
F	1–34	незадовільно з обов’язковим повторним курсом

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор	1–16
2.	Проекційний екран	1-16
3.	Наявність доступу до мережі Інтернет (за необхідності)	1-16
4.	Ноутбук	1-16
5.	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі онлайн (за необхідності)	1-16
6.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-16
7.	Інструменти Microsoft Office (PowerPoint і т.ін.)	1-16

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

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

2. Дергачова Г.М. Івент-менеджмент: конспект лекцій : навчальний посібник. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2022. 99 с. URL : <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/0718fb6e-2a67-4231-8105-840fdd101e72/content>

3. Зеленська Л. М. Івент-менеджмент : навч. посіб. Київ : НАКККиМ, 2018. 148 с.

4. Ніколюк О.В., Дьяченко Ю.В., Савченко Т.В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 98–103.

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

6. Олійник Г.М., Главацька О.Л., Брижак Н.Ю. Соціальний аніматор як суб’єкт соціокультурної діяльності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Педагогіка та психологія. Випуск 1 (11)*, 2020. С. 157–160. https://www.researchgate.net/profile/Volodymyr-Starosta/publication/343087438_Tasks_of_microteaching_in_the_context_of_Bloom%27s_taxonomy/links/5f21e6e4299bf13404925e52/Tasks-of-microteaching-in-the-context-of-Blooms-taxonomy.pdf

7. Пашкевич М. Ю. Івент-технології як інструмент формування державного іміджу. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. № 3. С. 176–181.

8. Повалій Т.Л., Світайло Н.Д. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми : СумДУ, 2021. 198 с.

9. Поплавський М. М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля. URL : <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/141600>

10. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології». Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 67 с.

11. Савицька Д.В. Event-менеджмент: тенденції та розвиток в Україні. URL : <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/141600>

12. Олійник Г.М., Главацька О.Л. Практичні аспекти формування і розвитку творчих здібностей підлітків методами соціокультурної діяльності. *The XV International Scientific and Practical Conference «Distance learning: problems, ways of development and the latest technologies»*, December 25-27 2023, Munich, Germany. P. 272–275.

13. Основи менеджменту: Конспект лекцій : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с.

14. Хитрова О.А., Харитонova Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Економіка і менеджмент. 2018. Вип. 30. С. 27–31.