

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ



Івент - маркетинг

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань *02 Культура і мистецтво*
Спеціальність *028 Менеджмент соціокультурної діяльності*
Освітній рівень *другий (магістерський)*
Освітня програма *«Подієвий менеджмент»*

Статус дисципліни *базова*
Мова викладання, навчання та оцінювання *українська*

Завідувач кафедри
менеджменту та бізнесу

Тетяна ЛЕПЕЙКО

Харків
2020

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри *менеджменту та бізнесу*
Протокол №2 від 27.08.2020 р.

Розробник:
Кінас І.О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнесу.

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Івент-маркетинг набуває в даний час все більшу актуальність в Україні, як комерційно значиме явище, як засіб підприємницької комунікації та активізації цільових груп. З розвитком ринкового суспільства в нашій країні стали проводитися ділові заходи, спрямовані на обмін ідеями та інформацією, заходи з метою отримання прибутку. Найчастіше івент-заходи стають ключовим елементом просування продукції компанії. Організація івентів значно впливає на суспільство в цілому. Проведення ділових івент-заходів — конференцій, семінарів і виставок допомагає появі ділових контактів і цим підстобує економічний розвиток. Івент-маркетинг стає усе більш популярним, і все більше компаній організують заходи, реалізуючи свою маркетингову стратегію. Це один з дієвих інструментів формування відношення до компанії або її продукту.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять, виконують завдання щодо практичного застосування одержаних знань. Вивчення основних положень навчальної дисципліни "Івент-маркетинг" потребує закріплення їх за допомогою практичних занять і це складає значну частину дисципліни.

Мета навчальної дисципліни: надання студентам необхідних теоретичних основ, методичних рекомендацій та практичних навичок щодо формування сучасного, на основі системного підходу, світогляду щодо створення, функціонування й управління івент - заходами.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	1 м
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	іспит

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
"Менеджмент організацій"	"Івент – стартапи та технології франдрайзингу"
"Культурна політика"	"Соціальні проекти та волонтерство"
"Бізнес – етика та ділові комунікації "	

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
ЗК3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	ПР3. Вміти збирати та інтегрувати докази власної дослідницької позиції, обґрунтовувати результати соціокультурних практик, презентувати і відстоювати власну думку щодо результатів досліджень та інновацій
ЗК 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)	ПР5. Використовувати міждисциплінарний підхід до вирішення складних задач і проблем соціокультурної діяльності
СК8. Здатність застосовувати креативні технології на практиці	ПР7. Розуміти і застосовувати сучасні світові соціокультурні практики
СК11. Здатність розробляти ефективні системи маркетингу соціокультурних продуктів та послуг (просування проектів, програм, акцій, івентів тощо)	ПР11. Організувати конструктивний діалог між зацікавленими стейкхолдерами соціокультурних трансформацій задля досягнення спільно визначеної мети (місії)

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи івент-технологій

Тема 1. Поняття та зміст event.

Типологія івентів. Класифікація подій. Event – технологія. Характеристики поняття event. Особливості івентів. Підходи до класифікації івент. Критерії класифікації. Узагальнений варіант класифікації івентів. Підхід О. Шумовіча до класифікації івент заходів.

Тема 2. Цілі та завдання подієвих заходів. Цілі івент заходів. Завдання подієвих заходів. Процес формування цілей і завдань заходу. Етапи розробки івентів. Бізнес-івенти. Ефективний спеціальний діловий захід. Аналіз цільової аудиторії івенту. Спонсоринг. Ключові моменти event marketing.

Тема 3. Методологія дослідження виняткових подій. Дослідження як інструмент організації заходу. Етапи життєвого циклу івент заходу. Власні дані компанії. Загальне число учасників. Число учасників по різних сегментах і категоріях. Активність учасників. Ефективність рекламних каналів. Задоволеність учасників. Фінансові показники. Опитування як метод збору інформації. Маркетингові дослідження.

Змістовий модуль 2. Організація та оцінка результатів івент заходів.

Тема 4. Планування івент заходів. Організація івент заходу. Розробка івенту (планування). Проведення івенту (організація). Етапи прийняття рішення в плануванні івент заходу. Типовий лист івент заходу. Процес формулювання цілей і завдань та вибір концепції заходу. Визначення теми та ідеї, сюжету заходу. Основні сюжети для проведення корпоративних свят. Визначення аудиторії. Ідеї заходу. Вибір осіб заходу. Атмосфера. Правило п'яти почуттів. Планування часу для проведення івент. Час і темп виконання. Складання розкладу заходу.

Тема 5. Склад та функції персоналу в організації заходів. Склад та підготовка персоналу для івент. Специфіка ринку івент – послуг. Хто такий Івентор. Корпоративна культура приорганізації та проведенні заходів. Механізм підбору команди під конкретний проект. Управління людськими ресурсами в івент індустрії. Структура персоналу. Організація роботи персоналу. Робота з підрядниками.

Тема 6. Ризик-менеджмент виняткових заходів. Поняття властивості та функції ризиків. Функції ризику. Види ризиків івент заходів. Управління ризиками. Безпека проведення івент заходу. Основні пріоритети у забезпеченні безпеки заходу.

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Методи навчання та викладання

Використовуються наступні методи навчання і викладання дисципліни, що спрямовані на досягнення очікуваних результатів: лекції-дискусії (тема 1 – тема 7), робота в малих групах (тема 2), презентації (тема 7), компетентнісно-орієнтовані завдання (тема 6), мозковий штурм (тема 2), метод кейсів (тема 1).

Порядок оцінювання результатів навчання

ХНЕУ ім. С. Кузнеця використовує накопичувальну (100-бальну) систему оцінювання. Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні, а також виконання самостійної роботи.

Контрольні заходи оцінювання включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти екзамен, – 35 балів);

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу (максимальна сума – 40 балів; мінімальна сума, що дозволяє зарахувати екзамен, – 25 балів).

Поточний контроль включає оцінювання знань студента під час лекцій, практичних занять та виконання компетентнісно-орієнтованих завдань, виконання та презентації виконаної роботи та проводиться за такими критеріями:

лекції – активна робота під час лекції (до 1 балу за кожне заняття залежно від рівня активності студента (загальна максимальна кількість балів – 8));

практичні заняття – активна робота під час заняття, ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни (оцінюється до 0,5 бали за кожне практичне заняття залежно від рівня активності студента (загальна максимальна кількість балів – 6));

компетентнісно-орієнтоване завдання за темами – вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді ситуацій; логіка, структура, стиль викладу матеріалу при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію (максимальна оцінка – 5 балів (загальна максимальна кількість балів – 10));

презентація роботи – вміння здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; вміння планувати та оцінювати ризики реалізації соціокультурних подій; логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної події; грамотність подачі матеріалу (максимальна оцінка – 24 бали);

виконання експрес контрольних робіт – застосування набутих теоретичних і практичних знань щодо розв'язання тестових завдань (оцінюється у 6 балів (загальна максимальна кількість балів – 12)).

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних та лабораторних заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Екзаменаційний білет включає в себе наступні завдання: теоретичні тести, одне стереотипне завдання, одне діагностичне завдання та одне евристичне завдання.

Тестові завдання становлять питання з одиничним і множинним вибором (14 питань).

Оцінка за вірну відповідь на кожне тестове завдання становить 1 бал, за невірну відповідь – 0 балів. Отже загальна максимальна оцінка тестових завдань становить 14 балів.

Діапазон балів при оцінюванні кожного з трьох завдань складає:

Стереотипне завдання: 1-6 балів;

Діагностичне завдання: 1-9 балів;

Евристичне завдання: 1-11 балів.

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано".

Виставлення підсумкової оцінки здійснюється за шкалою, наведено в таблиці "Шкала оцінювання: національна та ЄКТС".

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми контролю	Мак бал
Тема 1. Поняття та зміст event	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція щодо обзору Event – технологій. Характеристики поняття event. Особливості івентів. Підходи до класифікації подій.	Активна робота на лекції	1
	Практичне заняття	Завдання. Визначення критеріїв класифікації івентів із застосуванням підходу О. Шумовіча (метод кейсів). Завдання. Складання маркетинг-брифу на організацію заходу	Активна участь у виконанні завдань	1
	<i>Самостійна робота</i>			
	Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за тематикою “Маркетингові технології ехнології івент індустрії” Оформлення практичного/лабораторного завдання	Перевірка домашніх завдань	-

Тема 2. Підготовка та планування івенту.	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: методика процесу формування маркетингових цілей і завдань заходу. Складання маркетингових завдань на основі маркетинг-брифу; аналіз стейкхолдерів івент-події.	Активна робота на лекції	2
	Практичне заняття	Завдання. Формування маркетингової концепції івенту (мозковий штурм). Завдання. Виконання завдань щодо проведення аналізу цільової аудиторії івенту (робота в малих групах).	Активна участь у виконанні завдань	2
			Компетентісно-орієнтоване завдання за темою	5
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за тематикою “Національні особливості івент подій” Підготовка маркетингової концепції івенту, проведення аналізу цільової аудиторії івенту. Спонсоринг.	Перевірка домашніх завдань	-	
Тема 3. Методологія дослідження виняткових подій	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція-дискусія за питаннями: інструментарій дослідження виняткових подій; основні завдання івент-маркетингу; строки івент-маркетингу; дослідження як інструмент організації заходу.	Активна робота на лекції	2
			Експрес контрольна робота	6
	Практичне заняття	Завдання. Розрахунок етапів життєвого циклу івент заходу.	Активна участь у виконанні завдань	1
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за тематикою “Персонал креативних індустрій” Підготовка до контрольної роботи	Перевірка домашніх завдань	-	
Тема 4. Планування івент заходів	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція щодо питань: розробка івенту (планування). Проведення івенту (організація). Локації та робота на віртуальних платформах.	Активна робота на лекції	1
	Практичне заняття	Завдання. Розробка організаційного, технічного плану івенту.	Активна участь у виконанні завдань	1
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за тематикою “Особливості ризиків у соціо-культурній сфері” Визначення вимог щодо методики опитування як методу збору інформації	Перевірка домашніх завдань	-	

Тема 5. Склад та функції персоналу в організації заходів	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: Склад та підготовка персоналу для івент. Структура персоналу.	Активна робота на лекції	1
	Практичне заняття	Завдання. Вирішення ситуаційних завдань щодо тимбілдінгу.	Активна участь у виконанні завдань	0,5
			Компетентісно-орієнтоване завдання за темою	5
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за тематикою “Корпоративна культура при організації та проведенні заходів”	Перевірка домашніх завдань	-	
	Виконання та оформлення завдання			
Тема 6. Ризик-менеджмент виняткових заходів.	<i>Аудиторна робота</i>			
	Лекція	Лекція за питаннями: поняття невизначеності, сутність ризику; типи ризиків при організації заходів і можливі шляхи вирішення; методи визначення зниження рівня ризику.	Активна робота на лекції	1
			Експрес контрольна робота	6
	Практичне заняття	Завдання. Визначення та оцінка ризиків	Активна участь у виконанні завдань	0,5
	<i>Самостійна робота</i>			
Питання та завдання до самостійного опрацювання	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою	Перевірка домашніх завдань	-	
	Виконання завдань. Підготовка до контрольної роботи			
	Оформлення презентації за результатами розробки маркетингового брифу події.	Презентація проекту	24	
Екзамен			40	

Рекомендована література

Основна

1. Кінас І.О. Опорний конспект лекцій «Івент-маркетинг». Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4934>

Додаткова

2. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. [текст] / Т.О. Примак. : навч. посіб. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 202 с.

3. Кузів О. Поняття та особливості івент-маркетингу. - [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://intkonf.org/kuziv-o-ya-ponyattya-ta-osoblivosti-ivent-marketengu>.

4. Антоненко І. Івентивний маркетинг як інноваційний напрямок комунікаційної стратегії. - [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/191-194.pdf.

5. Бутенко Д.С., Кінас І.О. Розвиток інтернет-маркетингу та його вплив на

підприємницьку діяльність/ Бутенко Д.С., Кінас І.О.//Регіональна економіка та управління. - 2020. - 1 (27). - С.50-55.

6. Майстренко О.В. , Кінас І.О. Особливості формування іміджу закладів вищої освіти для підвищення рейтингу на ринку освітніх послуг / О.В. Майстренко, І.О. Кінас // Управління розвитком. – 2020. – Вип. № 18 (3) . – С. 14-27. Режим доступу: <https://businessperspectives.org/journals/development-management/issue-364/features-of-image-formation-of-higher-education-institutions-to-increase-the-rating-in-the-market-of-educational-services>. - ISSN 2663-2365.

7. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології» (для студентів 2-го курсу денної та заочної форм навчання напрямів підготовки 6.140101 – «Готельно-ресторанна справа», 6.140103 – «Туризм») / О. М. Радіонова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 67 с.

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

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

10. Назимко А. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. - М. : Вершина, 2006. – 66 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

11. Івент-маркетинг: страница на ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця (Moodle platform) / І.О.Кінас, – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4934>

12. Право. Украина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.legal.com.ua/cgi-bin/matrix.cgi/pravo.html.

13. Украинское право [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.ukrpravo.com.

14. Сайт з інформацією про кращі готелі світу, віртуальний турист – довідки про всі країни світу (карти, історія, культура, природні умови) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.top-hotels.ru>, <http://www.world-v-tourism.com>

15. Сайт з івент маркетингу : теорія і практика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eventmarket.ru>

16. Офіційний сайт бизнес Агентства праздников «КнязевЪ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.event-franshiza.ru>