

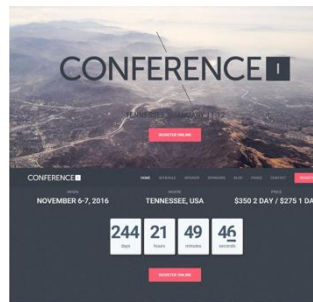


Міністерство освіти і науки України  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Навчально-науковий інститут мистецтв  
Кафедра управління соціокультурною  
діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту

*Качмар О., Базіняк І., Дутчак О., Маланюк Т., Шикеринець В.*

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК  
з дисципліни  
«ОРГАНІЗАЦІЯ ІВЕНТИВНИХ ЗАХОДІВ»**



**Івано-Франківськ 2024**

**УДК : УДК 005.5:7.05(075.8)**

Рекомендовано до друку Вченою Радою Навчально-наукового Інституту мистецтв Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Протокол № 1 від 18 вересня 2024 р.58 с.

**Розробники:** Качмар О., Базіняк І., Дутчак О., Маланюк Т., Шикеринець В.

***Рецензенти:***

Струк А.В. док. пед. наук, професор, професор кафедри початкової освіти та педагогічних інновацій Педагогічний факультет, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Барило С.Б., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри початкової освіти та педагогічних інновацій

Навчально-методичний посібник адресовано здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» II курсу денної та заочної форми навчання.

У методичних рекомендаціях викладені структура і зміст навчальної дисципліни «Організація івентивних заходів». Виокремлено тематичні плани, зміст, типи семінарських занять, запропоновано завдання для самостійної роботи, основна і додаткова література, форми і зміст контролю, силабус до дисципліни, вміщено додатки, запропонована тематика проведення івентів.

© Качмар О.В., 2024

© Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,  
2024

## Зміст

1. Пояснювальна записка.....	4
2. Силабус з дисципліни.....	6
3. Теми і плани практичних занять.....	14
4. Тези до лекцій.....	19
5. Індивідуальні завдання.....	27
6. Орієнтовна тематика проведення різних івентів.....	31
7. Контрольні тести .....	41
8. Глосарій.....	50

## Пояснювальна записка

Сучасне суспільство потребує яскравих, змістовних і добре організованих заходів – від фестивалів і концертів до виставок, конференцій та культурних проєктів. Успішний івент – це не лише про розваги, а й про стратегічне планування, креативність, комунікацію та вміння працювати в команді.

Дисципліна стане путівником у захопливий світ подієвого менеджменту, який є невід'ємною частиною соціокультурної діяльності. На цьому курсі розглянемо всі етапи створення івентів: від ідеї та концепції до реалізації та оцінки ефективності. Ви навчитеся працювати з партнерами та спонсорами, управляти бюджетом, формувати програму заходу та вирішувати організаційні виклики.

Майбутня професія пов'язана з культурою, мистецтвом і громадською діяльністю, тому вміння організовувати якісні події стане вашою конкурентною перевагою. Обговореннях та практичні завдання, саме практика є ключем до успішного оволодіння цією сферою.

Дисципліна є невід'ємною частиною вашої підготовки на спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності», адже вона допоможе вам освоїти ключові принципи та інструменти для ефективного планування і проведення культурних, соціальних та розважальних подій.

В умовах сучасного суспільства, коли активне залучення громадськості та створення змістовних івентів стає важливим елементом розвитку різноманітних соціокультурних практик, здатність організовувати такі заходи є необхідною для успішної кар'єри в управлінні культурними проєктами. На курсі студент здобудете не лише теоретичні знання, а й практичні навички для ефективного управління івентами різного масштабу – від локальних фестивалів до великих культурних подій.

Розглянемо важливі аспекти організації заходів: планування,

бюджетування, вибір локацій, взаємодія з учасниками та партнерами, робота з медіа та рекламою. Окрім того, звернемо увагу на етичні та соціокультурні аспекти, які є критично важливими для успішного проведення таких подій.

Мета курсу - сформувати у вас комплексний підхід до організації івентів, здатність працювати в команді, приймати стратегічні рішення та створювати ефективні культурні продукти, які матимуть значний вплив на розвиток місцевих громад та соціокультурної сфери в цілому.

Організація івентивних заходів - перспективний сектор економіки і сфера професійної діяльності, які динамічно розвиваються, мають свої особливості та значний потенціал. Як будь-яка галузь суспільної практики, івентменеджмент пройшов історично складний і яскравий шлях розвитку, створив конкурентне середовище, напрацював галузеві технології, посів своє місце в соціокультурній діяльності суспільства.

З огляду на це курс «Організація івентивних заходів» покликаний ознайомити здобувачів вищої освіти з логіко-понятійним апаратом та характерними ознаками івент-заходів, різновидами івентів та event-послугами в соціокультурному середовищі, технології обслуговування споживачів event-послуг.

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



Навчально-науковий інститут мистецтв  
Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та  
івентменеджменту

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Організація івентивних заходів**

Освітньо-професійна програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Затверджено на засіданні  
кафедри  
Протокол № 1 від 30.08.  
2023р.

м. Івано-Франківськ – 2023

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни



<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	«Організація івентивних заходів»
<b>Освітньо-професійна програма</b>	Менеджмент соціокультурної діяльності
<b>Спеціалізація</b>	–
<b>Спеціальність</b>	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
<b>Галузь знань</b>	02 «Культура і мистецтво»
<b>Освітній рівень</b>	Бакалавр
<b>Статус дисципліни</b>	Нормативна
<b>Курс/семестр</b>	2/3
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 48 год. Семінарські заняття – 58 год. Самостійна робота – 74 год.
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/b6d5bdafc8c0ce2cd283">https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/b6d5bdafc8c0ce2cd283</a>

<b>2. Опис дисципліни</b>	
<p><b>Предметом</b> вивчення навчальної дисципліни є особливості організації та проведення івент-заходів, відносини у галузі організації івентів. При вивченні дисципліни розглядаються схеми класифікацій івентів, увагу студентів скеровується на відображення ступеня залучення різноманітних івентів до розвитку соціокультурної сфери. Організація івентів – це окремий напрямок професійної діяльності, який перебуває на межі одразу кількох сфер: реклами, піару, ресторанної справи, шоу-бізнесу тощо. Ознайомити із призначенням, їх поділ, адже івентів, адже івенти – це не лише вечірка чи корпоратив. Бізнес-конференція, виставка промислової продукції, показ мод, семінар духовних практик, піар захід до ювілею компанії чи захід з нагоди її відкриття – це все івенти. І щоб вони пройшли ідеально, потрібно дуже ретельно підійти до питання їх підготовки, знати особливості, цільову аудиторію, вікову категорію та уподобання</p> <p><b>Мета вивчення</b> навчальної дисципліни - сформувані необхідні теоретичні знання та практичні компетенції з основ організації івентивних заходів, систематизувати у майбутнього фахівця глибокі знання про особливості організації івентів та принципи їх вивчення.</p> <p><b>Основними завданнями</b> вивчення дисципліни є – засвоєння студентами головних закономірностей проведення івентів в Україні ; вивчення студентами теоретичних засад проведення івентів; формування знань щодо сучасних тенденції організації івентів; визначення характерних особливостей проведення івентів у західноєвропейських країнах; вивчення студентами можливостей проведення івентів у своїх населених пунктах.</p> <p><i>У результаті вивчення студент повинен</i> вміти застосовувати знання у практичних ситуаціях, володіти навичками використання інформаційних та комунікаційних технологій, проявляти активність у роботі в команді, здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети, вміти планувати, управляти, контролювати виконання поставлених цілей, дотримуватись норм професійної етики, використовувати , критично аналізувати джерела інформації в області менеджменту соціокультурної діяльності.</p>	
<p><b>Компетентності:</b></p> <p><b>Інтегральна компетентність.</b> Здатність розв’язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у соціокультурній сфері, креативної економіки і культуротворчих</p>	

практик, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

**ЗК3.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

**ЗК5.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

**ЗК7.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

**ЗК9.** Здатність працювати в команді.

**ЗК12.** Здатність розробляти та управляти проектами

**СК21.** Здатність визначати стратегічні пріоритети та аналізувати особливості місцевих, регіональних, національних та глобальних стратегій соціокультурного розвитку.

**СК34.** Здатність створювати соціокультурні послуги.

**Програмні результати навчання:**

**РН3** Організувати професійний час.

**РН4.** Здійснювати практичну діяльність відповідно до чинного законодавства.

**РН6.** Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.

**РН7.** Здійснювати проектувальну роботу.

**РН11.** Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність.

**РН15.** Вміти встановлювати діалог з різними професійними суб'єктами та групами

**РН16.** Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.

**РН17.** Формувати професійні мережі, адвокації та лобіювати інтереси проектів/сектора (галузі).

**3. Структура курсу**

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Івентивний менеджмент - інноваційний інструмент управління підприємствами соціокультурної сфери	Ознайомитись з історією виникнення івент-індустрії від Древньої Греції до сучасності	Питання, тести, самостійна практична робота
2.	Івент-менеджер. Кар'єрні можливості івент-менеджера в сфері культури	Знати особливості організації роботи, кар'єрні можливості івент-менеджера в сфері івент-послуг	Питання, тести, самостійна практична робота
3.	Сутність та зміст івенту як основного елементу івентменеджменту	Розуміти особливості і значення івентів у суспільному житті	Питання, тести, самостійна практична робота
4.	Заходи та їх класифікація	Відповісти на такі питання: що таке виробничий процес та виробничий цикл підприємства. Сутність інноваційного процесу, вміти класифікувати заходи за метою і завданням	Питання, тести, самостійна практична робота
5.	Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івенту	Проаналізувати специфіку підприємництва щодо проведення івенту	Питання, тести, самостійна практична робота
6.	Особливості організації роботи івентивних компаній, використання засад івентивного менеджменту в соціокультурній діяльності та організації івентивних заходів	Розуміти поняття індустрії та володіти професійними термінами: кейтеринг, контролінг, звітність, оперувати понятійним апаратом	Питання, тести, самостійна практична робота
7.	Ризики та процес управління ризиками	Знати види ризиків та способи мінімізації ризиків при організації і проведенні івентів	Питання, тести, самостійна практична робота

8.	Менеджмент інформації	Вміти орієнтуватись у інформаційному полі, медіаграмотність, вивчати досвід європейських країн у соціокультурній сфері	Питання, тести, самостійна практична робота
9.	Реклама як основний засіб проведення подій.	Оволодіти знаннями про класифікації івент-заходів, методи оцінювання	Питання, тести, самостійна практична робота
10.	Методологія дослідження виняткових подій	Ознайомитися з методами ефективності проведення івентів, і розрахунками необхідної площі приміщення, бронювання	Питання, тести, самостійна практична робота
11.	Визначення діяльності та специфіка організації роботи івент-агенств	Дати змогу відповісти на наступні питання: які способи документування ідей ви знаєте? Які аббревіатури для ілюстрації ідей ви знаєте? 4W (Why, Who, When, Where) AIDA (Attention, Interest, Desire, Action- увага, інтерес, бажання, дія)	Питання, тести, самостійна практична робота
12.	Тренд. Бренд. Івент-агенції та їх функції	Проаналізувати сфери діяльності та інтереси суб'єктів Адаптуватися до нових умов,	Питання, тести, самостійна практична робота
13.	Управління конфліктами та стресами при організації подій	Розуміти, що без конфліктів і різносторонності думок вирішення питань не відбувається, знати способи і лайфаки зменшити конфліктні ситуації -	Питання, тести, самостійна практична робота
14.	Івент-індустрія в Україні та світі: теорія і сучасний стан	Ознайомитися з колом подій в соціокультурному просторі України, орієнтуватись у тематиці подій Охарактеризувати івент-індустрію в Україні, робити висновки, SWOT - аналіз	Питання, тести, самостійна практична робота
15.	т	Проаналізувати івент-індустрію в Україні, робити висновки, SWOT - аналіз	Питання, тести, самостійна практична робота
16.	Етикет спілкування івентменеджера	Знати правила етикету, культура спілкування, слідкувати за чистотою мови, зовнішній вигляд	Питання, тести, самостійна практична робота
17.	Особливості складання сценарію масових заходів	Створення атмосфери заходу, брифінги, вміти сегментувати аудиторію. скласти спеціальну програму, використовувати правило п'яти відчуттів для створення атмосфери	Питання, тести, самостійна практична робота
18.	Організація круглих столів	Ознайомитись з історією терміну «круглий стіл», знати мету проведення даного заходу, розуміти, що круглий стіл – демократичний	Питання, тести, самостійна практична робота

		варіант проведення дискусій, які організуються для винесення колегіальних рішень, Передбачити оптимальну кількість учасників, модератор, асистент, який забезпечує роботу технічних засобів	
19.	Організація та ризики при підготовці конференцій	Врахувати час на форс-мажорні обставини, знати тонкощі організації, вибір локації, продумати атракціони, кава-брейк тощо, орієнтуватись на аудиторію	Питання, тести, самостійна практична робота
20.	Особливості проведення онлайн-івентів	Розуміти, що проведення івенту не самодіяльність, це професійна робота, в якій потрібні знання з психології, володіти мистецтвом комунікації	
21.	Конкуренція	Вміти використовувати віртуальну та доповнену реальність, технології, рекламні інструменти, враховувати ключові аспекти :комунікація, координація між учасниками	
22.	Ефективне планування та стратегія створення івенту	Вміти фокусуватися на меті, знати цільову аудиторію, створювати план події,	
23.	Типи подій і види заходів		
24.	Сутність та особливості розвитку менеджменту та маркетингу шоу-бізнесу	Орієнтуватись у сучасних трендах та брендах., івент-інструмент маркетингу, вміти визначати спектр завдань, маркетинговий проєкт	

#### 4. Система оцінювання курсу

Лекції	0
Семінарські заняття	50
Самостійна робота студентів	20
Семестрова контрольна робота	10
Екзамен	20
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

#### 5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи													Підсумковий тестовий контроль (екзамен)	Сума
Поточний контроль									СРС		Семестрова контрольна робота			
Сем 1	Сем 2	Сем 3	Сем 4	Сем 5	Сем 6	Сем 7	Сем 8	Сем 9	СРС 1	СРС 2				
5	5	5	5	5	5	5	5	5	10	10	10			
<b>Max= 50</b>									<b>Max= 20</b>		<b>Max= 10</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	

## 6. Ресурсне забезпечення

- 1.Афанасьєв М. В. Управління проектами: навч.-метод. посіб. Харківський національний економічний університет. Х. : ІНЖЕК, 2007. 271 с.
2. Мазоренко О. В. Івент-менеджмент // Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4935>

### Основна література

1. Адієс, І. К. Управління змінами [Текст] : практичний посібник для студента К. : Форс Україна, 2018.128 с.
2. Бабець І. Г. Міжнародний менеджмент інноваційної діяльності. Львів, 2016., 493 с.
3. Зеленська Л. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів К. : НАКККіМ, 2015. 84 с.
11. Гирин М. Як з промоушена зробити подію, яку запам'ятають. Чек-лист для івентора. *About Event*. 2006. No С.33–38.
4. Економічний ризик: методи оцінки та управління *Навчальний посібник для студентів і викладачів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів*. Ред.: Т. А. Васильєва, Я. М. Кривич. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ» 2015. 207 с.
5. Кочубей Н.В. Соціокультурна діяльність. Суми : Університетська книга, 2015. 122 с.
- 6.Кулі К. Корпоративні заходи, які стали легендою. 2006. 256 с.
- 9.Лемер С. Мистецтво організації заходів. 2006. 288 с.
7. Скрипник Є. М. Управління закладами культури та мистецтв. Чернівці: Рута, 2015. 127 с.
8. Шумович А. Неймовірні події, технологія та практика event management. 2008. 336 с.
9. Дрімс Дж. Навіщо потрібні свята. *About Event*. 2009. No8. С. 40–42.
- 10 Конференц-сервіс в Україні. URL: <https://conferenceservice.com.ua> (дата звернення: 17.05.2024).
11. Кацадзе Н. Антикризисні формули для івент-агенцій. *About Event*. 2009. No2. С.
12. Менеджмент соціокультурної діяльності. За ред. В. П. Пасічник. Львів: Растр; 2018.208 с.

## 7. Контактна інформація

<b>Кафедра</b>	управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту, м. Івано-Франківськ, вул. Галицька, 201 д. Кабінет – 314. <a href="https://kotusd.pnu.edu.ua/">https://kotusd.pnu.edu.ua/</a>
<b>Викладачі</b>	к.н. істор. наук., доц. Вичівський П.П. док.філософ.наук,професор Качмар О.В.
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<a href="mailto:oleksandra.kachmar@pnu.edu.ua">oleksandra.kachmar@pnu.edu.ua</a>

## 8. Політика курсу

<b>Академічна доброчесність</b>	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну
---------------------------------	--

	<p>добросесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної добросесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн-трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України.</p>
<b>Пропуски занять</b>	Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни
<b>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</b>	Всі завдання здаються у встановлений термін, за винятком поважної причини у студента
<b>Невідповідна поведінка під час заняття</b>	Вирішується згідно чинного законодавства України, Статуту університету
<b>Додаткові бали</b>	Виставляються під час семінарських занять за оригінальні відповіді студентів з заявленої теми
<b>Неформальна освіта</b>	Зараховуються до загальної суми балів результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, EdEra, які відповідають програмі навчальної дисципліни (в обсязі не більше 30% від загальної суми балів)

## Теми і плани практичних занять

- Тема 1.** Івентивний менеджмент -інноваційний інструмент управління підприємствами соціокультурної сфери
- Тема 2.** Івент-менеджер. Кар'єрні можливості івент-менеджера в сфері культури
- Тема 3.** Сутність та зміст івенту як основного елементу івентменеджменту
- Тема 4.** Заходи та їх класифікація
- Тема 5.** Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івенту
- Тема 6.** Особливості організації роботи івентивних компаній, використання засад івентивного менеджменту в соціокультурній діяльності та організації івентивних заходів
- Тема 7.** Ризики та процес управління ризиками
- Тема 8.** Менеджмент інформації
- Тема 9.** Реклама як основний засіб проведення подій.
- Тема 10.** Методологія дослідження виняткових подій
- Тема 11.** Визначення діяльності та специфіка організації роботи івент-агентств
- Тема 12.** Сфера діяльності та інтереси суб'єктів
- Тема 13.** Управління конфліктами та стресами при організації подій
- Тема 14.** Івент-індустрія в Україні та світі: теорія і сучасний стан
- Тема 15.** Тайм-менеджмент у організації івентзаходів
- Тема 16.** Етикет спілкування івентменеджера
- Тема 17.** Особливості складання сценарію масових заходів
- Тема 18.** Організація круглих столів
- Тема 19.** Особливості проведення онлайн-івентів
- Тема 20.** Конкуренція
- Тема 21.** Професійна комунікація з командою під час підготовки до івенту.
- Тема 22.** Ефективне планування та стратегія створення івенту
- Тема 23.** Типи подій і види заходів
- Тема 24.** Сутність та особливості розвитку менеджменту та маркетингу шоу-бізнесу

**Тема 1.** Івентивний менеджмент -інноваційний інструмент управління підприємствами соціокультурної сфери

### План

1. Визначення поняття « івентивний менеджмент» і його основні функції.
2. Сучасні тенденції розвитку івентивного менеджменту в соціокультурній сфері.
- 3 Вплив івент-менеджменту на розвиток підприємств соціокультурної сфери
4. Інноваційні підходи в організації івентивних заходів.

**Тема 2.** Івент-менеджер. Кар'єрні можливості івент-менеджера в сфері культури

План

1. Обов'язки, функції та компетенції івент-менеджера.
2. Ключові навички необхідні для успішної кар'єри в івент-менеджменті.
3. Можливості кар'єрного зростання є в сфері культури та шоу-бізнесу.
4. Виклики та перспективи професії івент-менеджера.

**Тема 3.** Сутність та зміст івенту як основного елементу івентменеджменту

План

1. Що таке івент і як його визначають у сучасній практиці: зміст івенту.
2. Основні складові успішного івенту.
3. Як визначити цільову аудиторію заходу.
4. Ключові етапи підготовки івенту.

**Тема 4.** Заходи та їх класифікація.

План

1. Основні типи заходів існують.
2. Класифікація заходів за масштабом, тематикою та форматом.
3. Особливості організації культурних, ділових та розважальних заходів.
4. Вибір оптимального формату заходу.

**Тема 5.** Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івенту

План

1. Визначення концепції заходу відповідно до його мети.
2. Чинники впливу на ефективність організації івенту.
3. Значення місця, часу і сезонності і їх вплив на успіх заходу.
4. Оцінка ефективності проведеного заходу.

**Тема 6.** Особливості організації роботи івентивних компаній, використання засад івентивного менеджменту в соціокультурній.

План

1. Структура івент-агенцій та їхні основні функції.
2. Як працює команда івент-менеджерів.
3. Бізнес-моделі використання в івентивних компаніях.
4. Вплив соціокультурної діяльності на організацію івентів.

**Тема 7.** Ризики та процес управління ризиками.

План

1. Основні ризики під час організації заходів.
2. Використання методів аналізу та оцінки ризиків.
3. Стратегії мінімізації ризиків у івент-індустрії.



4. Як планувати антикризові заходи?

### **Тема 8. Менеджмент інформації**

План

1. Значення інформаційного менеджменту у сфері івентів
2. Основні джерела збору інформації про аудиторію та партнерів.
3. Організація ефективного управління інформаційними потоками.
4. Роль цифрових технологій в управлінні інформацією під час заходу.

### **Тема 9 Реклама як основний засіб проведення подій.**

План

1. Використання і види реклами для просування івентів.
2. Рекламна стратегія для майбутнього заходу.
3. Канали комунікації для ефективного просування подій
4. Як оцінити ефективність рекламної кампанії?

### **Тема 10 Методологія дослідження виняткових подій**

План

1. Визначення виняткових подій та їхня специфіка.
2. Які методи дослідження застосовуються для аналізу унікальних заходів?
3. Проведення аналізу ефективності виняткових подій?
4. Як дослідження допомагають у розробці унікальних концепцій заходів?

### **Тема 11 Визначення діяльності та специфіка організації роботи івент-агентств**

План

1. Основні бізнес-моделі івент-агенцій.
2. Процес організації роботи івент-агенції?
3. Які основні відділи існують в івент-агенції?
4. Особливості забезпечення ефективної роботи івент-агенцій.

### **Тема 12 Сфера діяльності та інтереси суб'єктів**

План

1. Хто є основними суб'єктами івент-індустрії?
2. Які інтереси мають організатори, партнери та спонсори?
3. Взаємодія різних гравців ринку івент-менеджменту.
4. Виклики та можливості для розвитку івент-індустрії.

### **Тема 13. Управління конфліктами та стресами при організації подій**

План

1. Основні причини конфліктів у процесі організації заходів.
2. Методи управління конфліктами та їх застосування в івент-менеджменті.

3. Як впоратися зі стресом під час організації події?
4. Підтримка ефективної комунікації в команді.

#### **Тема 14.** Управління конфліктами та стресами при організації подій

##### План

1. Основні тенденції розвитку івент-індустрії у світі.
2. Розвивок івент-індустрії в Україні.
3. Фактори впливу на глобальний ринок івентів.
4. Зміни в суспільстві та їх вплив на розвиток подієвого бізнесу.

#### **Тема 15** Тайм-менеджмент у організації івентзаходів

##### План

1. Методи ефективного планування часу при організації заходів.
2. Як створювати таймінг заходу та контролювати дедлайни?
3. Інструменти для управління часом у команді івент-менеджерів.
4. Аналіз успішних кейсів тайм-менеджменту в івент-індустрії.

#### **Тема 16.** Етикет спілкування івент-менеджера

##### План

1. Основи професійного спілкування івент-менеджера.
2. Діловий етикет у роботі з клієнтами, партнерами та командою.
3. Особливості комунікації з VIP-гостями та медіа.
4. Типові помилки у спілкуванні та шляхи їх уникнення.

#### **Тема 17.** Особливості складання сценарію масових заходів

##### План

1. Основні етапи розробки сценарію івенту.
2. Як створити динамічний сценарій для різних типів подій?
3. Співпраця сценариста з ведучими, технічною командою та артистами.
4. Практичний розбір сценаріїв відомих масових заходів.

#### **Тема 18.** Організація круглих столів.

##### План

1. Формати круглих столів та їх особливості.
2. Як ефективно модерувати дискусію та керувати аудиторією?
3. Підготовка роздаткових матеріалів та технічного забезпечення.
4. Аналіз успішних кейсів проведення круглих столів.

#### **Тема 19.** Особливості проведення онлайн-івентів

##### План

1. Вибір платформи та технічного забезпечення для онлайн-заходу.
2. Інтерактивні інструменти для залучення аудиторії.
3. Забезпечення якісного контенту та стабільного зв'язку.

4. Аналіз успішних онлайн-івентів та поширені помилки.

**Тема 20. Конкуренція**

План

1. Основні конкуренти на ринку івент-менеджменту.
2. Як розробити унікальну концепцію заходу для залучення аудиторії?
3. Маркетингові стратегії для підвищення конкурентоспроможності.
4. Кейси успішних івент-компаній та їх конкурентні переваги.

**Тема 21. Професійна комунікація з командою під час підготовки до івенту.**

План

1. Методи ефективної комунікації в команді.
2. Використання CRM-систем та месенджерів для координації команди.
3. Управління конфліктами та зворотний зв'язок у колективі.
4. Роль мотивації команди у підготовці успішного заходу.

**Тема 22. Ефективне планування та стратегія створення івенту**

План

1. Основні етапи стратегічного планування заходу.
2. Як визначити та проаналізувати цільову аудиторію?
3. Формування бюджету та розподіл ресурсів.
4. Контроль виконання стратегії та адаптація до змін.

**Тема 23. Типи подій і види заходів**

План

1. Класифікація заходів за форматом, тематикою та масштабом.
2. Вибір формату події відповідно до її цілей та аудиторії.
3. Як адаптувати захід під вимоги різних ринків?
4. Практичний аналіз успішних і невдалих івентів.

**Тема 24. Сутність та особливості розвитку менеджменту та маркетингу шоу-бізнесу**

План

1. Як працює менеджмент у сфері шоу-бізнесу?
2. Основні маркетингові стратегії просування подій у шоу-бізнесі.
3. Взаємодія івент-менеджера з артистами, спонсорами та медіа.
4. Кейси успішних шоу-проектів та їх особливості організації.

## Тези до лекцій

### **Тема 1. Івентивний менеджмент – інноваційний інструмент управління підприємствами соціокультурної сфери.**

Івентивний менеджмент – це сукупність методів і стратегій, що використовуються для планування, організації, реалізації та оцінки подій у соціокультурній сфері. Він спрямований на залучення аудиторії, створення унікального досвіду та розвиток бренду підприємства. Основні складові:

- Розробка концепції події.
- Стратегічне планування.
- Управління ресурсами (людськими, фінансовими, технічними).
- Використання сучасних технологій у менеджменті подій.

Івентивний менеджмент є потужним інструментом у культурних установах, громадських організаціях, шоу-бізнесі та корпоративному секторі.

### **Тема 2. Івент-менеджер. Кар'єрні можливості івент-менеджера в сфері культури**

Івент-менеджер – це спеціаліст, відповідальний за розробку, організацію та реалізацію заходів. Він керує всіма етапами підготовки подій, контролює бюджет, комунікує з клієнтами, підрядниками та командою.

#### **Кар'єрні можливості:**

- Робота в івент-агенціях, PR-компаніях, культурних установах.
- Самостійна організація заходів як фрилансер.
- Можливість стати арт-директором, продюсером, організатором фестивалів.
- Запуск власного бізнесу в сфері івентів.

Для успішної кар'єри важливі такі навички, як організаторські здібності, креативність, комунікація, вміння працювати під тиском і тайм-менеджмент.

### **Тема 3. Сутність та зміст івенту як основного елементу івент-менеджменту**

Івент – це будь-яка запланована подія, спрямована на досягнення конкретних цілей: розвага, освіта, просування бренду, нетворкінг.

#### **Основні етапи підготовки івенту:**

1. Визначення мети та цільової аудиторії.
2. Розробка концепції та сценарію.
3. Бюджетування та логістика.
4. Проведення заходу.
5. Оцінка ефективності та аналіз результатів.

#### **Тема 4. Заходи та їх класифікація**

Події можна класифікувати за різними критеріями:

##### **За масштабом:**

- Локальні (міські фестивалі, корпоративи).
- Регіональні (конференції, спортивні змагання).
- Національні (музичні фестивалі, премії).
- Міжнародні (Олімпійські ігри, «Євробачення»).

##### **За форматом:**

- Офлайн (живі зустрічі).
- Онлайн (вебінари, трансляції).
- Гібридні (поєднання офлайн і онлайн-формату).

##### **За тематикою:**

- Ділові (конференції, форуми, виставки).
- Культурні (концерти, театральні вистави, арт-фестивалі).
- Розважальні (вечірки, квест-шоу).
- Спортивні (турніри, марафони).

Кожен формат має свої особливості організації, технічного забезпечення та залучення аудиторії.

Ключовими факторами успішного івенту є унікальна концепція, чітке планування, якісний маркетинг та ефективна комунікація з аудиторією.

#### **Тема 5. Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івенту**

На успіх заходу впливають такі ключові фактори:

1. **Концепція** – яскрава, оригінальна ідея, яка відрізняє подію від конкурентів.
2. **Цільова аудиторія** – чітке розуміння, для кого організовується івент.
3. **Місце і час** – вибір локації та дати, що відповідають меті заходу.
4. **Бюджет** – грамотне розподілення фінансових ресурсів.
5. **Маркетинг і PR** – ефективна рекламна кампанія.
6. **Якість контенту** – програма, виступи спікерів, розважальні елементи.
7. **Технічне забезпечення** – якість звуку, світла, трансляцій.

Чим краще враховані ці фактори, тим вищий рівень залучення аудиторії та комерційний успіх події.

#### **Тема 6. Особливості організації роботи івентивних компаній**

Івент-компанії займаються плануванням, організацією та проведенням заходів різного формату. Вони працюють у різних сферах: бізнесові події, культурні заходи, спортивні події, PR-кампанії тощо.

##### **Основні етапи роботи івент-компанії:**

1. Аналіз ринку та визначення потреб клієнта.
2. Розробка концепції заходу.
3. Планування бюджету та логістики.

4. Координація роботи підрядників, персоналу, ведучих.
5. Проведення заходу та контроль процесів.
6. Оцінка результатів і розбір помилок.

#### **Структура івент-компанії:**

- **Івент-менеджери** (організатори, координатори).
- **Креативний відділ** (розробка концепцій).
- **PR та маркетинг** (реклама, співпраця з медіа).
- **Логістичний відділ** (перевезення, технічне забезпечення).
- **Фінансовий відділ** (бюджетування, звітність).

Івент-агенції можуть бути універсальними (організують будь-які заходи) або спеціалізованими (концерти, весілля, бізнес-конференції).

### **Тема 7. Ризики та процес управління ризиками**

Управління ризиками є важливою частиною івент-менеджменту, оскільки від цього залежить безпека учасників та фінансовий успіх заходу.

#### **Основні ризики:**

- **Фінансові** (перевищення бюджету, відсутність спонсорів).
- **Організаційні** (запізнення виконавців, проблеми з персоналом).
- **Технічні** (поломка обладнання, відсутність Інтернету).
- **Форс-мажорні** (погода, карантинні обмеження, скасування події).

#### **Процес управління ризиками:**

1. Виявлення можливих ризиків.
2. Оцінка ймовірності їх виникнення.
3. Розробка стратегій мінімізації ризиків.
4. Планування альтернативних рішень.
5. Контроль та реагування у разі настання ризикової ситуації.

### **Тема 8. Менеджмент інформації**

Менеджмент інформації в івент-індустрії включає:

Аналіз даних про аудиторію (опитування, соцмережі).

Облік ресурсів та планування (квитки, персонал, бюджети).

Роботу зі ЗМІ (підготовка прес-релізів, організація прес-конференцій).

Внутрішню комунікацію (розподіл завдань між командою).

Ефективний інформаційний менеджмент дозволяє швидко обробляти дані та приймати стратегічні рішення.

### **Тема 9. Реклама як основний засіб просування подій**

Реклама відіграє ключову роль у залученні учасників та партнерів до заходу.

Основні рекламні канали:

Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube).

Google-реклама та SEO-просування.

Традиційні медіа (радіо, телебачення, друковані ЗМІ).

Е-mail маркетинг та колаборації.

Блогери, інфлюенсери.

Для успішного просування заходу необхідно поєднувати кілька каналів та створювати якісний контент.

### **Тема 10. Методологія дослідження виняткових подій**

Виняткові події – це масштабні унікальні заходи, що відрізняються інноваційністю або особливою концепцією.

Методи дослідження:

- SWOT-аналіз (оцінка сильних і слабких сторін події).
- Анкетування учасників та партнерів.
- Аналіз конкурентів та трендів ринку.
- Моніторинг відгуків у соцмережах.

Такі дослідження допомагають створювати нові формати заходів та вдосконалювати івент-менеджмент.

### **Тема 11. Визначення діяльності та специфіка організації роботи івент-агенцій**

Івент-агенції можуть працювати у таких напрямках:

Організація корпоративних заходів.

Фестивалі та концерти.

Освітні події (конференції, семінари).

Весільний та святковий менеджмент.

Ключові фактори успіху агентства: професійна команда, хороша репутація, надійні підрядники.

### **Тема 12. Сфера діяльності та інтереси суб'єктів івент-індустрії**

Учасники ринку івент-менеджменту:

**Замовники** (корпорації, уряди, приватні особи).

**Організатори** (івент-агенції, фрилансери).

**Спонсори та партнери** (бренди, бізнеси).

**Підрядники** (технічні спеціалісти, декоратори, кейтеринг).

Кожен суб'єкт має свої інтереси, які потрібно враховувати в процесі організації заходу.

### **Тема 13. Управління конфліктами та стресами при організації подій**

Конфлікти можуть виникати у команді, з клієнтами, партнерами.

**Методи вирішення:**

- Чітке розподілення ролей.
- Використання CRM-систем для контролю завдань.
- Психологічна підтримка персоналу.

Навчання співробітників технікам комунікації. Ефективне управління стресом допомагає уникнути зривів у процесі підготовки події

## **Тема 14. Івент-індустрія в Україні та світі**

Світові тренди:

- Гібридні заходи (онлайн + офлайн).
- VR та AR у подієвому маркетингу.
- Персоналізація контенту.

Україна розвивається у сферах фестивального, корпоративного та освітнього івент-менеджменту, адаптуючи міжнародні тренди до локального ринку.

## **Тема 15. Тайм-менеджмент у організації івент-заходів**

Тайм-менеджмент є ключовим у підготовці заходу, адже дозволяє ефективно розподіляти час та уникати затримок.

**Основні принципи:**

Пріоритизація завдань (метод ABC, матриця Ейзенхауера).

Дедлайни та контрольні точки (таймінг події, підготовка етапів).

Делегування повноважень (чітке розподілення обов'язків серед команди).

Використання цифрових інструментів (Trello, Asana, Google Calendar).

**Методи покращення тайм-менеджменту:**

1. Чітке планування на етапі підготовки.
2. Регулярні командні брифінги.
3. Аналіз помилок попередніх заходів для оптимізації роботи.

Грамотний тайм-менеджмент знижує рівень стресу та підвищує ефективність роботи команди.

## **Тема 16. Етикет спілкування івент-менеджера**

Івент-менеджер працює з різними людьми – клієнтами, партнерами, командою, спонсорами, ЗМІ, тому комунікативні навички та дотримання етикету є надзвичайно важливими.

**Основні принципи:**

- Коректне ділове спілкування (тон, стиль, мова).
- Дотримання дрес-коду (офіційний стиль на ділових заходах).
- Вміння правильно вести переговори (діловий етикет, аргументування позиції).
- Управління конфліктами (запобігання суперечкам, конструктивний діалог).

**Комунікація в різних ситуаціях:**

- Спілкування з VIP-гостями та партнерами.
- Переговори зі спонсорами.
- Робота з пресою.
- Взаємодія з учасниками заходу.



Важливо підтримувати професіоналізм, бути ввічливим та відкритим до діалогу.

### **Тема 17. Особливості складання сценарію масових заходів**

Сценарій – це детальний план заходу, що містить послідовність подій, ролі учасників та технічні аспекти.

#### **Структура сценарію:**

1. **Вступ** (відкриття, привітання, представлення програми).
2. **Основна частина** (промови, виступи, інтерактиви, шоу-програма).
3. **Фінал** (підсумки, подяки, закриття).

#### **Ключові елементи:**

- Таймінг заходу.
- Опрацювання деталей (хто, коли, що робить).
- Врахування технічних аспектів (звук, світло, відео).
- Взаємодія ведучого з аудиторією.

Сценарій повинен бути гнучким, щоб адаптуватися до змін під час заходу із врахуванням непередбачуваних ситуацій.

### **Тема 18. Організація круглих столів**

Круглий стіл – це формат ділової дискусії, де учасники обговорюють певну тему.

#### **Етапи підготовки:**

1. Визначення теми та спікерів.
2. Підготовка питань та модератора.
3. Технічне забезпечення (мікрофони, проєктори, трансляція).
4. Регламент заходу (тривалість виступів, дискусія).
5. Підготовка підсумкових матеріалів (аналітичні звіти, прес-релізи).

Головна мета – створення якісного діалогу між експертами, аудиторією та медіа.

### **Тема 19. Особливості проведення онлайн-івентів**

Онлайн-заходи стали популярними завдяки цифровим технологіям та можливості залучати міжнародну аудиторію.

#### **Основні аспекти підготовки:**

- Вибір платформи (Zoom, Microsoft Teams, YouTube, Facebook Live, Meet, Google-class).
- Розробка сценарію та інтерактивних елементів (голосування, чати).
- Забезпечення якісного відео та аудіозв'язку.
- Просування заходу через соцмережі.
- Робота з технічними проблемами (підготовка резервного плану у разі збоїв).

Онлайн-івенти можуть бути як вебінари, конференції, воркшопи, фестивалі, віртуальні виставки.

## **Тема 20. Етикет спілкування івент-менеджера**

Івент-менеджер працює з різними людьми – клієнтами, партнерами, командою, спонсорами, ЗМІ, тому комунікативні навички та дотримання етикету є надзвичайно важливими.

### **Основні принципи:**

- **Коректне ділове спілкування** (тон, стиль, мова).
- **Дотримання дрес-коду** (офіційний стиль на ділових заходах).
- **Вміння правильно вести переговори** (діловий етикет, аргументування позиції).
- **Управління конфліктами** (запобігання суперечкам, конструктивний діалог).

### **Комунікація в різних ситуаціях:**

- Спілкування з VIP-гостями та партнерами.
- Переговори зі спонсорами.
- Робота з пресою.
- Взаємодія з учасниками заходу.

Важливо підтримувати професіоналізм, бути ввічливим та відкритим до діалогу.

## **Тема 21. Особливості складання сценарію масових заходів**

Сценарій – це детальний план заходу, що містить послідовність подій, ролі учасників та технічні аспекти.

### **Структура сценарію:**

1. **Вступ** (відкриття, привітання, представлення програми).
2. **Основна частина** (промови, виступи, інтерактиви, шоу-програма).
3. **Фінал** (підсумки, подяки, закриття).

### **Ключові елементи:**

- Таймінг заходу.
- Опрацювання деталей (хто, коли, що робить).
- Врахування технічних аспектів (звук, світло, відео).
- Взаємодія ведучого з аудиторією.

Сценарій повинен бути гнучким, щоб адаптуватися до змін під час заходу.

## **Тема 22. Організація круглих столів**

Круглий стіл – це формат ділової дискусії, де учасники обговорюють певну тему.

### **Етапи підготовки:**

1. Визначення теми та спікерів.
2. Підготовка питань та модератора.
3. Технічне забезпечення (мікрофони, проектори, трансляція).

4. Регламент заходу (тривалість виступів, дискусія).
5. Підготовка підсумкових матеріалів (аналітичні звіти, прес-релізи).  
Головна мета – створення якісного діалогу між експертами, аудиторією та медіа.

### **Тема 23. Особливості проведення онлайн-івентів**

Онлайн-заходи стали популярними завдяки цифровим технологіям та можливості залучати міжнародну аудиторію.

#### **Основні аспекти підготовки:**

- Вибір платформи (Zoom, Microsoft Teams, YouTube, Facebook Live).
- Розробка сценарію та інтерактивних елементів (голосування, Q&A, чати).
- Забезпечення якісного відео- та аудіозв'язку.
- Просування заходу через соцмережі.
- Робота з технічними проблемами (підготовка резервного плану у разі збоїв).

Онлайн-івенти можуть бути вебінарами, конференціями, воркшопами, фестивалями, віртуальними виставками.

### **Тема 24. Конкуренція в івент-індустрії**

Івент-індустрія є високо конкурентною, тому важливо розробляти унікальні концепції заходів.

#### **Фактори конкурентоспроможності:**

- Ексклюзивність ідеї.
- Висока якість організації.
- Ефективний маркетинг.
- Відомі спікери чи артисти

Аналіз конкурентів дозволяє визначити сильні та слабкі сторони свого заходу та створити унікальні пропозиції для аудиторії.

### **Тема 21. Професійна комунікація з командою під час підготовки до івенту**

Командна робота є запорукою успішного заходу, тому важливо ефективно комунікувати.

#### **Методи управління комунікацією:**

- Використання корпоративних месенджерів (Slack, Telegram, Trello).
- Чіткий розподіл обов'язків.
- Регулярні мітинги та брифінги.
- Вирішення конфліктів у команді.

Злагоджена комунікація допомагає уникати помилок та зберігати контроль над подією.

### **Тема 22. Ефективне планування та стратегія створення івенту**

Планування івенту включає стратегічний підхід до організації.

**Основні етапи:**

1. Постановка цілей заходу.
2. Визначення формату та концепції.
3. Аналіз цільової аудиторії.
4. Розробка бюджету.
5. Вибір місця проведення.
6. Підготовка маркетингової кампанії. Грамотна стратегія дозволяє організувати захід із мінімальними ризиками.

**Тема 23. Типи подій і види заходів**

Основні типи подій: **Культурні** (концерти, фестивалі, виставки). **Бізнесові** (конференції, тренінги, презентації). **Спортивні** (турніри, марафони). **Корпоративні** (тимблдинги, нагородження, корпоративи). Кожен вид заходу має свої особливості організації та логістики.

**Тема 24. Менеджмент та маркетинг шоу-бізнесу**

Шоу-бізнес вимагає особливого підходу до організації подій.

Ключові аспекти:

- Робота з артистами та продюсерами.
- Організація гастролей, концертів.
- Спонсорство та бренд-партнерство.
- PR та промоція заходів.

Ефективний маркетинг у шоу-бізнесі включає залучення ЗМІ, соціальних мереж та вірусного контенту.

## **Індивідуальні завдання**

**Тематика та зміст індивідуальних завдань відповідно до кожної теми дисципліни «Організація івентивних заходів»**

### **Тема 1. Івентивний менеджмент – інноваційний інструмент управління підприємствами соціокультурної сфери**

□ **Індивідуальне завдання:**

- Провести аналіз сучасних інновацій у сфері івент-менеджменту (доповнена реальність, штучний інтелект, Big Data).
- Розробити пропозицію щодо застосування новітніх технологій у соціокультурних заходах.

### **Тема 2. Івент-менеджер. Кар'єрні можливості івент-менеджера в сфері культури**

□ **Індивідуальне завдання:**

- Дослідити ринок праці для івент-менеджерів у сфері культури та скласти огляд вакансій.
- Підготувати власне портфоліо івент-менеджера: резюме, список навичок, кар'єрний план.

### **Тема 3. Сутність та зміст івенту як основного елементу івент-менеджменту**

□ **Індивідуальне завдання:**

- Провести аналіз успішного івенту та визначити його основні компоненти.
- Створити опис концепції власного івенту з обґрунтуванням його мети, формату та очікуваних результатів.

### **Тема 4. Заходи та їх класифікація**

□ **Індивідуальне завдання:**

- Розробити таблицю класифікації заходів за типами, форматом, тематикою, масштабом.
- Описати приклади заходів для кожної категорії класифікації.

### **Тема 5. Стратегічні фактори впливу на успіх проведення івенту**

□ **Індивідуальне завдання:**

- Розробити SWOT-аналіз успішного івенту.
- Створити план заходів для мінімізації ризиків та підвищення ефективності заходу.

### **Тема 6. Особливості організації роботи івентивних компаній**

□ **Індивідуальне завдання:**

- Дослідити структуру роботи івент-агенції та скласти блок-схему її функціонування.
- Розробити бізнес-план для створення власної івент-компанії.

### **Тема 7. Ризики та процес управління ризиками**

Індивідуальне завдання:

- Скласти перелік потенційних ризиків у івент-менеджменті.
- Розробити антикризовий план для великого заходу.

### **Тема 8. Менеджмент інформації**

Індивідуальне завдання:

Проаналізувати інформаційні потоки під час проведення івенту.  
Запропонувати стратегію використання CRM-систем у роботі івент-агенції.

### **Тема 9. Реклама як основний засіб просування подій**

Індивідуальне завдання:

Розробити рекламну кампанію для певного івенту (цілі, цільова аудиторія, канали просування, бюджет).

Скласти контент-план для соціальних мереж івенту.

### **Тема 10. Методологія дослідження виняткових подій**

Індивідуальне завдання:

Провести кейс-аналіз унікального заходу та визначити його особливості.  
Розробити власний концепт унікального івенту.

### **Тема 11. Визначення діяльності та специфіка організації роботи івент-агенцій**

Індивідуальне завдання:

- Провести порівняльний аналіз кількох івент-агенцій.
- Написати рекомендації щодо ефективної організації роботи івент-агенції.

### **Тема 12. Сфера діяльності та інтереси суб'єктів івент-індустрії**

Індивідуальне завдання:

Скласти карту зацікавлених сторін (стейкхолдерів) івент-індустрії.

Проаналізувати взаємодію між основними суб'єктами ринку.

### **Тема 13. Управління конфліктами та стресами при організації подій**

Індивідуальне завдання:

- Скласти список можливих конфліктних ситуацій під час підготовки івенту та розробити стратегії їх вирішення.

- Проаналізувати рівень стресу серед організаторів подій та методи його зменшення.

#### **Тема 14. Івент-індустрія в Україні та світі**

Індивідуальне завдання:

Провести порівняльний аналіз розвитку івент-індустрії в Україні та іншій країні.

Дослідити найпопулярніші події у світі та їх вплив на економіку.

#### **Тема 15. Тайм-менеджмент у організації івент-заходів**

Індивідуальне завдання:

- Розробити покроковий таймінг проведення заходу.
- Запропонувати методи покращення тайм-менеджменту команди.

#### **Тема 16. Етикет спілкування івент-менеджера**

Індивідуальне завдання:

Проаналізувати правила ділового спілкування в івент-індустрії.

Скласти сценарій спілкування івент-менеджера з партнерами та клієнтами.

#### **Тема 17. Особливості складання сценарію масових заходів**

Індивідуальне завдання:

- Написати сценарій для масового заходу з урахуванням таймінгу.

#### **Тема 18. Організація круглих столів**

Індивідуальне завдання:

Розробити план проведення круглого столу на задану тему.

#### **Тема 19. Особливості проведення онлайн-івентів**

Індивідуальне завдання:

- Дослідити платформи для проведення онлайн-івентів та порівняти їх функціональність.

#### **Тема 20. Конкуренція в івент-індустрії**

Індивідуальне завдання:

Провести аналіз конкурентного середовища у сфері івент-менеджменту.

#### **Тема 21-24 (планування, типи заходів, шоу-бізнес)**

Індивідуальне завдання:

- Розробити власну стратегію проведення заходу у вибраній сфері.

#### **Орієнтовна тематика проведення івентів**

##### **Освітні івенти:**

1.Інновації в освіті.

2. Стратегії успіху в кар'єрі.
3. Лідерство та розвиток команд.
4. Технології в навчанні.
5. Мотивація та продуктивність.
6. Розвиток критичного мислення.

#### **Культурні події:**

1. Мистецтво та культура різних епох.
2. Національні традиції та ремесла.
3. Кіно та театр: від класики до новинок.
4. Міжнародні культурні обміни.
5. Музика та її вплив на суспільство.

#### **Корпоративні заходи:**

1. Побудова ефективних команд.
2. Інновації у бізнесі.
3. Ментальне здоров'я на роботі.
4. Взаємодія між відділами компанії.
5. Мотивація та досягнення цілей у бізнесі.

#### **Розважальні події:**

1. Ретро-вечірки.
2. Тема «Маскарад» або «Карнавальний стиль».
3. Вечірки в стилі різних епох (20-ті, 80-ті, тощо).
4. Космічна тематика (фантастика, наука).
5. Містифікація та таємничість (детективи, захопливі історії).

#### **Тематика для весіль:**

1. Класичний стиль або вінтаж.
2. Квітковий рай.
3. Міфологія та фантастика.
4. Вечірка у стилі luxury або королівська тематика.
5. Середземноморський стиль.



### **Тематичні заходи для дітей:**

1. Супергерої або мультперсонажі.
2. Казкові світи (теми фентезі).
3. Природа та тварини.
4. Спортивні змагання, естафети.
5. Мистецтво та творчість.

### **Круглі столи:**

#### **Освітні та академічні теми:**

**Майбутнє освіти:** Перехід до цифрового навчання та змішаних форматів.

**Інклюзивність в освіті:** Як створювати доступні освітні простори для всіх.

**Сучасні методи викладання:** Підходи до розвитку критичного мислення та креативності.

**Реформа системи вищої освіти:** Чи потрібно переглядати навчальні програми?

**Освітні технології:** Штучний інтелект та віртуальна реальність у навчанні.

#### **Бізнес та підприємництво:**

**Інновації в управлінні бізнесом:** Як технології змінюють корпоративний ландшафт.

**Інвестиції та стартапи:** Як знайти потенційних інвесторів та забезпечити фінансування.

**Зелені бізнеси та сталий розвиток:** Як підприємства можуть впливати на охорону навколишнього середовища.

**Лідерство в умовах змін:** Роль емоційного інтелекту в управлінні.

**Етика в бізнесі:** Як підтримувати баланс між прибутком і соціальною відповідальністю.

#### **Соціальні теми:**

**Глобальні виклики XXI століття:** Боротьба з бідністю, зміни клімату, соціальна нерівність.

**Роль жінок у суспільстві та на робочому місці:** Як подолати гендерні стереотипи.

**Ментальне здоров'я:** Психологічна підтримка в умовах постійного стресу.

**Технології і суспільство:** Вплив цифрових технологій на соціальні взаємодії та приватність.

**Міграція та культурна різноманітність:** Як адаптуватися до глобальних змін.

### **Культура та мистецтво:**

**Культура майбутнього:** Як технології змінюють музику, мистецтво та театр.

**Мистецтво як інструмент соціальних змін:** Як культурні проекти можуть вирішувати соціальні проблеми.

**Цифровізація культури:** Перехід музеїв, виставок та галерей в онлайн-простір

**Феномен глобалізації в культурі:** Як зберігати культурну ідентичність в умовах глобалізації.

**Креативні індустрії та стартапи:** Як культура стає бізнесом.

### **Здоров'я та соціальне благополуччя:**

**Здоров'я в умовах сучасного світу:** Проблеми та рішення для збереження здоров'я в умовах глобальних змін.

**Дієта та спосіб життя:** Як вибір способу життя впливає на тривалість життя.

**Психологія в повсякденному житті:** Важливість емоційного благополуччя.

### **Онлайн-івенти:**

#### **1.Вебінари та онлайн-курси:**

**Лідерство та менеджмент:** Як стати ефективним лідером в цифрову епоху.

**Підприємництво та стартапи:** Розвиток бізнесу за допомогою онлайн-платформ.

**Фінансове планування та інвестиції:** Поради для особистих фінансів в умовах економічних змін.

**ІТ-технології:** Оновлення в сфері програмування, кібербезпеки та штучного інтелекту.

**Дизайн та креативність:** Основи графічного дизайну, UX/UI, веб-дизайну.

**Віртуальні виставки та ярмарки:**

**Технології та інновації:** Презентація новітніх технічних рішень та стартапів.

**Культура та мистецтво:** Віртуальні галереї, арт-виставки, майстер-класи.

**Сталий розвиток та еко-технології:** Виставка екологічних технологій та зелених бізнесів.

**Фешн та стиль:** Віртуальні модні покази, презентація колекцій.

**Книги та літературні події:** Онлайн-презентації книг, авторські зустрічі, літературні вечори.

**Онлайн-форуми та панельні дискусії:**

**Глобальні виклики:** Проблеми зміни клімату, енергетичної безпеки та сталого розвитку.

**Соціальні інновації:** Як стартапи можуть змінити соціальну ситуацію.

**Футуризм та наука:** Візії майбутнього в науці, технологіях і суспільстві.

**Міжнародні відносини:** Вплив глобальних подій на національну політику.

**Цифровізація:** Як технології змінюють бізнес, освіту, медицину та повсякденне життя.

**Тематичні онлайн-зустрічі та нетворкінг:**

**Креативні індустрії:** Зустрічі для дизайнерів, художників, маркетологів, фотографів.

**Підприємці та стартапери:** Нетворкінг для створення нових бізнес-ідей.

**Психологія та особистісний розвиток:** Онлайн-зустрічі для обміну досвідом з розвитку емоційного інтелекту.

**ІТ-спільноти:** Обговорення новітніх досягнень у сфері програмування, розвитку штучного інтелекту, блокчейну.

### **Кейсове завдання 1: Організація корпоративної конференції**

**Контекст:** Ваша компанія планує провести корпоративну конференцію на 300 учасників, включаючи співробітників, партнерів і клієнтів. Захід має відбутися через три місяці і включатиме доповіді, панельні дискусії, нетворкінг-сесії та вечерю.

**Завдання:**

#### **Розробка концепції заходу:**

1. Визначте основну тему конференції і її цілі
2. Опишіть ключові етапи програми та їх зміст.

#### **Планування бюджету:**

1. Складіть орієнтовний бюджет, включаючи витрати на локацію, технічне забезпечення, харчування, спікерів та розважальні програми.
2. Визначте можливі джерела фінансування, такі як спонсорство або продаж квитків.

#### **Вибір локації та постачальників:**

1. Розгляньте кілька варіантів локацій для проведення конференції, порівняйте їх за критеріями вартості, доступності та зручності для учасників.
2. Виберіть постачальників для харчування, технічного забезпечення та інших послуг.

#### **Розробка програми:**

1. Створіть детальний розклад заходу, включаючи час для доповідей, обговорень, перерв та вечері.

2. Пропишіть план дій для кожного з етапів.

**Оцінка ризиків:**

1. Ідентифікуйте потенційні ризики, такі як проблеми з технічним забезпеченням або відмова спікера.

2. Запропонуйте стратегії для їхнього усунення або мінімізації.

***Кейсове завдання 2: Міжнародний фестиваль культури***

**Контекст:** Ваша організація планує провести міжнародний фестиваль культури, на який запрошені делегати з кількох країн. Захід включатиме культурні виступи, майстер-класи, виставки та кулінарні шоу.

**Завдання:**

**1. Розробка концепції фестивалю:**

Визначте основну ідею фестивалю і його основні цілі.

Опишіть культурні аспекти, які мають бути представлені на заході.

**2. Планування і координація:**

Розробіть план дій для організації заходу, включаючи підбір спікерів і виконавців, розробку програми, логістичні питання та управління учасниками.

Опишіть, як буде організовано мовний супровід і культурні обміни.

**3. Маркетинг і комунікація:**

1. Розробіть стратегію для залучення учасників і спонсорів.

2. Визначте ефективні канали просування заходу, такі як соціальні медіа, реклама і партнерства.

#### **4. Логістика:**

1. Складіть план логістики, включаючи транспорт для учасників, проживання, технічне забезпечення та організацію харчування.
2. Врахуйте культурні особливості і потреби учасників з різних країн.

#### **5. Оцінка результатів:**

1. Розробіть методи для збору відгуків від учасників і оцінки успішності фестивалю.
2. Запропонуйте рекомендації для покращення майбутніх заходів.

### **Кейсове завдання 3: Благодійний гала-вечір**

**Контекст:** Ваша неприбуткова організація планує провести благодійний гала-вечір для збору коштів на підтримку важливого соціального проекту. Захід має включати аукціон, виступи артистів та обід.

#### **Завдання:**

##### **1. Розробка концепції гала-вечору:**

Визначте мету заходу та основні елементи програми.

Опишіть, як ви будете залучати гостей та які емоції хочете викликати.

##### **Планування бюджету та залучення коштів:**

Складіть бюджет заходу, включаючи витрати на локацію, артистів, харчування та аукціон.

Визначте можливі джерела фінансування, такі як спонсорство або продаж квитків.

## **Організація аукціону:**

Розробіть план для проведення благодійного аукціону, включаючи підбір лотів, їхню презентацію та процес торгів.

Опишіть, як ви будете залучати лоти для аукціону та як забезпечите їхню якість.

## **Рекламна кампанія:**

Розробіть план маркетингової кампанії для просування гала-вечору.

Визначте канали комунікації для залучення потенційних учасників та спонсорів.

## **Управління заходом:**

Описуйте процеси, що стосуються управління заходом під час проведення.

Включіть плани для обробки несподіваних ситуацій та забезпечення комфортного проведення заходу.

### **Сценарій 1: Корпоративна конференція**

**Назва заходу:** «Інновації у бізнесі 2024»

**Дата:** 15-16 жовтня 2024

**Місце проведення:** Готель «Надія», конференц-зали 1, 2

**Кількість учасників:** 250 осіб

**Програма заходу:**

**День 1:**

- **09:00 - 10:00** Реєстрація учасників
- **10:00 - 10:30** Вітальне слово організаторів та відкриття конференції
- **10:30 - 12:00** Основна доповідь: «Тренди інновацій у бізнесі»

- **12:00 - 13:00** Перерва на каву та нетворкінг
- **13:00 - 14:30** Панельна дискусія: «Впровадження інновацій у компанії»
- **14:30 - 15:30** Обід
- **15:30 - 17:00** Майстер-клас: «Стратегії для розвитку бізнесу»
- **17:00 - 17:30** Підведення підсумків першого дня та закриття

## День 2:

- **09:00 - 10:30** Доповідь: «Цифрова трансформація»
- **10:30 - 11:00** Кава-брейк
- **11:00 - 12:30** Робочі групи: «Інноваційні рішення для бізнесу»
- **12:30 - 13:30** Обід
- **13:30 - 15:00** Воркшопи: «Практичне впровадження нових технологій»
- **15:00 - 16:00** Закриття конференції, підведення підсумків та вручення сертифікатів

## Ключові моменти:

Співпраця з постачальниками для організації технічного забезпечення

Розробка рекламних матеріалів і запрошень

Організація харчування та кава-брейків

## Сценарій 2: Міжнародний фестиваль культур

**Назва заходу:** «Світ культур: Віртуальні та реальні зустрічі»

**Дата:** 22-24 листопада 2024

**Місце проведення:** Виставковий центр Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Івано-Франківськ

**Кількість учасників:** 300 осіб (включаючи міжнародних делегатів)

## Програма заходу:

### День 1:

- **10:00 - 11:00** Реєстрація та вітальне слово



- **11:00 - 12:30** Виступи культурних груп з різних країн
- **12:30 - 13:30** Обід
- **13:30 - 15:00** Майстер-класи з художніх ремесел
- **15:00 - 16:30** Виставка культурних артефактів
- **16:30 - 18:00** Панельна дискусія: «Міжнародний культурний обмін»

#### **День 2:**

- **10:00 - 12:00** Кулінарні шоу: «Смаки культур»
- **12:00 - 13:00** Обід
- **13:00 - 14:30** Інтерактивні сесії: «Культурні традиції та сучасність»
- **14:30 - 16:00** Флешмоб: «Світ у танці»
- **16:00 - 17:00** Вечір культурного обміну та знайомств

#### **День 3:**

- **10:00 - 11:30** Доповіді про культурну дипломатію
- **11:30 - 12:30** Обід
- **12:30 - 14:00** Огляд культурних проєктів
- **14:00 - 15:00** Закриття фестивалю та вручення нагород

#### **Ключові моменти:**

Забезпечення перекладу і адаптації для іноземних учасників

Організація проживання та транспорту для міжнародних делегатів

Координація з культурними і гастрономічними постачальниками

## **КОНТРОЛЬНІ ТЕСТОВІ ПИТАННЯ**

**1. Що таке івент-менеджмент?**

- A) Організація та проведення заходів
- B) Управління фінансами компанії
- C) Планування міських інфраструктур
- D) Проведення маркетингових досліджень

**2. Які основні етапи включає івент-менеджмент?**

- A) Планування, реалізація, аналіз
- B) Планування, фінансування, контроль
- C) Концептуалізація, дизайн, виконання
- D) Управління персоналом, маркетинг, логістика

**3. Який з наступних пунктів не є частиною процесу івент-менеджменту?**

- A) Вибір локації
- B) Розробка бренду заходу
- C) Фінансова звітність
- D) Співпраця з медіа.

**4. Яка головна мета івент-менеджменту?**

- A) Максимізація прибутку
- B) Забезпечення логістики заходу
- C) Створення незабутнього досвіду для учасників
- D) Управління ресурсами

**5. Що таке концепція заходу?**

- A) Технічне обладнання, необхідне для проведення події
- B) Основна ідея або тема заходу
- C) Розклад подій на заході
- D) Маркетинговий план заходу

**6. Який аспект є ключовим при виборі локації для заходу?**

- A) Економічність
- B) Зручність для цільової аудиторії

С) Близькість до аеропорту

Д) Кількість парковок

**7. Який із наведених пунктів входить до планування бюджету заходу?**

А) Обрання музичного супроводу

В) *Визначення вартості оренди локації*

С) Підбір волонтерів

Д) Створення прес-релізів

**8. Що є важливим для організації простору на заході?**

А) Лише кількість місць для сидіння

В) *Логістика переміщення учасників та технічне забезпечення*

С) Вибір кольорової схеми

Д) Забезпечення сувенірної продукції

**9. Що включає логістичне планування заходу?**

А) Маркетингові стратегії

В) *Транспортні та технічні аспекти*

С) Вибір теми заходу

Д) Дизайн запрошень

**10. Який аспект не є частиною управління ресурсами на заході?**

А) Забезпечення харчування

В) Управління персоналом

С) *Підготовка звітності*

Д) Технічне обладнання

**11. Що таке управління потоком учасників?**

А) Вибір локації для заходу

В) *Організація реєстрації та навігації під час події*

С) Розробка контенту для заходу

Д) Створення маркетингових матеріалів

**12. Що включає забезпечення харчування на заході?**

А) Вибір закладів для розваг

В) *Врахування дієтичних потреб учасників*

С) Організація медичного обслуговування

Д) Залучення волонтерів

**13. Що є ключовим при оцінці ефективності заходу?**

- A) Використання нових технологій
- B) Збір та аналіз відгуків учасників
- C) Проведення заключного святкування
- D) Вибір місця для наступного заходу

**14. Який метод не підходить для збору зворотного зв'язку від учасників?**

- A) Опитування
- B) Інтерв'ю
- C) Аналіз соцмереж
- D) Заключна промова

**15. Що включає підготовка звіту про проведений захід?**

- A) Планування логістики
- B) Архівування інформації та аналіз результатів
- C) Проведення тренінгів для персоналу
- D) Вибір меню

**16. Яка мета рекомендацій для поліпшення після заходу?**

- A) Зменшення витрат
- B) Підвищення рівня залученості
- C) Збільшення кількості учасників
- D) Уникнення помилок у майбутньому

**17. Який з наступних пунктів є ключовим компонентом комунікаційної стратегії?**

- A) Обрання музичних композицій
- B) Визначення цільової аудиторії
- C) Встановлення ціни квитків
- D) Управління персоналом

**18. Що є основною метою маркетингу заходу?**

- A) Отримання прибутку
- B) Залучення спонсорів
- C) Залучення та інформування цільової аудиторії
- D) Підготовка логістики

**19. Який канал не є ефективним для маркетингу заходів?**

- A) Соціальні мережі
- B) Електронна пошта
- C) Друковані медіа
- D) Внутрішні меморандуми компанії

**20. Що є важливим аспектом управління репутацією під час заходу?**

- A) Залучення відомих осіб
- B) Моніторинг відгуків у режимі реального часу
- C) Підготовка сувенірів
- D) Організація фуршету

**21. Що включає постаналіз заходу?**

- A) Проведення заключної вечірки
- B) *Оцінка успішності досягнення цілей*
- C) Планування майбутніх заходів
- D) Вибір нової теми для наступного заходу

**22. Яка мета проведення післязахідних опитувань?**

- A) Оцінка харчування на заході
- B) *Оцінка рівня задоволеності учасників*
- C) Планування розважальних програм
- D) Визначення тем для нових заходів

**23. Який крок є важливим після завершення заходу?**

- A) Розробка нової концепції
- B) *Проведення аналізу бюджету та фінансів*
- C) Вибір нової локації
- D) Найм нових співробітників

**24. Що допомагає запобігти помилкам у майбутніх заходах?**

- A) Повторення успішних дій з попередніх заходів
- B) *Ретельний аналіз попередніх помилок*
- C) Залучення тієї ж команди організаторів
- D) Збільшення бюджету

**25. Що є основною метою тренінгів для персоналу після заходу?**

- A) *Покращення навичок і підвищення кваліфікації*
- B) Визначення нових тем заходів
- C) Планування відпусток
- D) Розробка нових маркетингових стратегій

**26. Які тренінги найчастіше проводяться для персоналу після заходів?**

- A) Технічні тренінги
- B) *Тренінги з управління стресом*
- C) Тренінги з продажів

D) Тренінги з роботи з клієнтами

**27.Що важливо враховувати під час навчання персоналу?**

A) Рівень досвіду та кваліфікації учасників

B) Розташування офісу

C) Стиль корпоративного одягу

D) Години роботи

**28. Як часто слід проводити тренінги для персоналу в івент-менеджменті?**

A) Один раз на рік

B) Після кожного заходу

C) Щокварталу

D) Лише перед великими заходами

**29. Які технології найчастіше використовуються в івент-менеджменті?**

A) CRM-системи, мобільні додатки для заходів, аналітичні інструменти

B) Технології віртуальної реальності, роботизовані системи

C) Платформи для стрімінгу, електронна пошта

D) Соціальні мережі, хмарні сховища

**30. Що не є перевагою використання CRM-систем у івент-менеджменті?**

A) Автоматизація процесів

B) Покращення комунікації з учасниками

C) Підвищення ефективності управління даними

D) Висока вартість впровадження

**31.Які мобільні додатки часто використовуються під час проведення заходів?**

A) Додатки для замовлення їжі

B) Додатки для навігації, планування та інтерактивності

C) Додатки для перегляду фільмів

D) Додатки для обміну файлами

**32. Що є основною функцією аналітичних інструментів в івент-менеджменті?**

A) Аналіз фінансових витрат

B) Відстеження активності учасників і оцінка їхнього досвіду

C) Управління персоналом

D) Вибір локації для наступного заходу

**33. Яка мета управління ризиками в івент-менеджменті?**

A) Зменшення витрат на заході

B) Запобігання можливим проблемам та їх розв'язання

C) Підвищення кількості учасників

D) Залучення нових спонсорів

**34. Що є прикладом ризику, пов'язаного з логістикою заходу**

A) Відмова спікера виступати

B) Збої в транспортних перевезеннях

C) Недостатня кількість місць для сидіння

D) Зміна теми заходу в останній момент

**35. Який метод найчастіше використовується для оцінки ризиків заходу?**

A) SWOT-аналіз

B) Фінансовий аналіз

C) Опитування учасників

D) Створення програми заходу

**36. Що включає план управління ризиками?**

A) Перелік можливих ризиків і стратегій їхнього усунення

B) Вибір локації для заходу

C) Планування маркетингових кампаній

D) Організацію фуршету

**37. Який аспект не входить до етичних норм в івент-менеджменті?**

- A) Конфіденційність учасників
- B) Дотримання бюджетних обмежень
- C) Чесне висвітлення інформації
- D) Дотримання контрактних зобов'язань

**38. Що є важливим при дотриманні правових аспектів у івент-менеджменті?**

- A) Організація розважальних програм
- B) Укладання контрактів із постачальниками та партнерам
- C) Розробка концепції заходу
- D) Забезпечення якісного харчування

**39. Що включає дотримання авторських прав під час заходу?**

- A) Використання ліцензованої музики та медіаконтенту
- B) Розробка програми заходу
- C) Організація технічного обслуговування
- D) Забезпечення сувенірної продукції

**40. Яка дія порушує етичні норми під час організації заходу?**

- A) Використання власних ресурсів
- B) Невиконання обіцяних умов договору
- C) Реклама заходу в соціальних мережах
- D) Планування логістики

**41. Які новітні технології сприяють інноваціям в івент-менеджменті**

- A) Робототехніка та штучний інтелект
- B) Традиційні методи маркетингу
- C) Прямі розсилки листів
- D) Офлайн конференції

**42. Що таке віртуальна реальність у контексті івент-менеджменту?**

- A) Технологія для створення віртуальних середовищ



- B) Метод управління проектами
- C) Новий формат фуршетів
- D) Стиль комунікації з учасниками

**43. Які інновації можуть покращити взаємодію з учасниками на заході?**

- A) Використання соціальних медіа
- B) Використання чат-ботів та інтерактивних додатків*
- C) Відмова від технологій
- D) Збільшення тривалості заходу

**44. Який аспект найчастіше покращується за допомогою інновацій у івент-менеджменті?**

- A) Лише логістика
- B) Весь процес організації заходів, включаючи комунікацію, управління та маркетинг*
- C) Розважальна програма
- D) Фінансовий контроль

**45. Що включає психологія учасників у контексті івент-менеджменту?**

- A) Вибір музичних композицій
- B) Розуміння потреб і очікувань учасників*
- C) Організація харчування
- D) Вибір місця для заходу

**46. Який з наведених аспектів є важливим для управління командою на заході?**

- A) Контроль за витратами
- B) Чіткий розподіл обов'язків і комунікація*
- C) Вибір теми для наступного заходу
- D) Організація соціальних заходів

**47. Що таке мотивація команди в контексті івент-менеджменту?**

- A) Розвиток фінансових навичок
- B) Стимулювання команди до досягнення цілей заходу*

С) Планування маркетингової стратегії

Д) Забезпечення фуршетів

**48. Який метод не підходить для управління командою на заході?**

А) Довіреність

В) Постійний контроль

С) Мотивація і заохочення

Д) Відсутність зворотного зв'язку

**49. Які особливості слід враховувати при підготовці міжнародних заходів?**

А) Різницю в часових поясах і культурні відмінності

В) Лише вартість квитків

С) Технічні вимоги

Д) Виключно маркетингові стратегії

**50. Який аспект є критичним для успішного міжнародного заходу?**

А) Місцеве законодавство і регуляції

В) Вибір кольорової гами

С) Використання місцевих страв

Д) Планування розважальних програм

:

## Глосарій

**1. Адаптивний дизайн** – підхід до розробки веб-сайтів та мобільних додатків, який забезпечує їх оптимальний вигляд і функціональність на різних пристроях (смартфонах, планшетах, комп'ютерах).

**2. Аналітика подій** – процес збору, аналізу та інтерпретації даних про поведінку учасників заходу для оцінки успішності та подальшої оптимізації заходів

**3. Аніматор** – особа, яка організовує розважальні активності та взаємодіє з учасниками для створення атмосфери на заході.

**4. Аудиторія** – люди, які відвідують або беруть участь в заході.

**5. Аутсорсинг** – передача деяких функцій організації на зовнішні компанії (наприклад, обслуговування гостей, кейтеринг).

**6. Акредитація** – процес надання офіційного дозволу або доступу учасникам, журналістам або партнерам на захід.

**7. Блокчейн** – це розподілена технологія зберігання даних, яка забезпечує прозорий, незмінний та безпечний запис інформації. Дані зберігаються у вигляді послідовних блоків, що зв'язані між собою за допомогою криптографічних хешів.

**8. Брендинг** – процес створення ідентичності для заходу або компанії через логотипи, символіку, стиль та комунікацію.

**9. Бюджет заходу** – фінансова оцінка всіх витрат, пов'язаних з організацією заходу.

**10. Вебінар** – онлайн-семінар або презентація, під час якої експерти діляться знаннями в режимі реального часу через відеоконференцзв'язок.

**11. Ведучий** – людина, яка веде захід, контролює хід програми і взаємодіє з аудиторією.

**12. Виставка** – захід, на якому представлені товари або послуги для ознайомлення або продажу.

**13.Відеоконференція** – засіб для проведення онлайн-зустрічей, семінарів чи конференцій з використанням відео- та аудіозв'язку, що дозволяє учасникам спілкуватися в режимі реального часу на відстані.

**14.Віртуальний івент** – захід, що відбувається в онлайн-форматі, без фізичної присутності учасників.

**15.CRM-система** – програмне забезпечення для управління взаємовідносинами з клієнтами та учасниками заходу, яке допомагає відслідковувати контакти, продажі та комунікації.

**16.Гейміфікація** – використання ігрових механік (балів, рівнів, нагород) у неігрових процесах для підвищення залученості та мотивації учасників заходу.

**17. Гібридний івент** – захід, який поєднує в собі елементи як фізичного, так і онлайн-форматів.

**18. Діджиталізація** – перехід від традиційних методів організації заходів до використання цифрових технологій, що дозволяє автоматизувати процеси, розширити аудиторію та підвищити ефективність.

**19. Івент (Event)** – захід, організований з метою досягнення певної мети, як правило, в галузі культури, бізнесу або розваг.

**20.Івент-логістика** – координація та організація ресурсів для проведення заходу (перевезення, розміщення, інфраструктура).

**21.Івент-менеджер** – професіонал, який займається організацією, плануванням та координацією івентів.

**22. Івент-простір** – приміщення або зона, призначена для проведення заходу.

**23. Інтерактивний контент** – матеріали, які стимулюють активну участь аудиторії під час заходу (опитування, голосування, чати, вікторини), що сприяє підвищенню взаємодії з учасниками.

**24. Кейтеринг** – послуги з організації харчування для учасників заходу.

- 25. Ключова сесія** – важлива частина заходу, яка має значний вплив на всю програму.
- 26. Команда організаторів** – група осіб, які займаються різними аспектами організації заходу (логістика, реклама, технічна підтримка).
- 27. Конференція** – офіційна зустріч або зібрання на певну тему, на якому фахівці обмінюються досвідом.
- 28. Контент-план** – планування і створення контенту для просування заходу в медіа та соціальних мережах.
- 29. Контракт** – офіційна угода між організаторами та постачальниками послуг чи партнерами заходу.
- 30. Коворкінг-зона** – простір, де учасники заходу можуть працювати, взаємодіяти та обмінюватися ідеями.
- 31. Клієнтська база** – група осіб або компаній, які зацікавлені в участі в подібних заходах.
- 32. Логістика** – організація та управління ресурсами для проведення заходу (транспорт, обладнання, персонал тощо).
- 33. Майданчик** – простір або платформа, де відбувається захід, наприклад, сцена, виставкова площа.
- 34. Майстер-клас** – практичне заняття, на якому учасники отримують навички або знання в певній галузі.
- 35. Медійний партнер** – організація або медіа, що співпрацює з організаторами заходу для висвітлення події.
- 36. Модератор** – особа, яка керує обговореннями, запитаннями та відповідями на панельних дискусіях.
- 37. Мобільна платформа** – спеціалізована мобільна програма або веб-сайт для управління реєстрацією та взаємодією з учасниками.
- 38. Неймінг** – створення та вибір назви заходу.
- 39. Наявність квитків** – процес продажу або розповсюдження квитків на захід.

- 40. Онлайн-нетворкінг** – Процес встановлення та розвитку професійних контактів та взаємодії між учасниками через інтернет-платформи та соціальні мережі, що особливо актуально для віртуальних заходів.
- 41. Оцінка ефективності** – процес вимірювання успішності заходу на основі визначених критеріїв (задоволеність учасників, досягнення мети).
- 42. Офіційний сайт заходу** – веб-ресурс, де розміщена вся важлива інформація про захід.
- 43. Панельна дискусія** – формат обговорення теми, де група експертів ділиться своїми думками з аудиторією.
- 44. Партнерство** – співпраця між організаторами заходу та іншими компаніями або організаціями.
- 45. Партнерська програма** – система співпраці з іншими організаціями для досягнення взаємовигідних результатів.
- 46. Пост-івент** – заходи або дії, які виконуються після проведення заходу для аналізу, оцінки результатів і підтримки зв'язків.
- 47. Призовий фонд** – грошові чи матеріальні призи, які надаються переможцям або учасникам змагань або конкурсів.
- 48. Пропозиція для спонсорів** – офіційний документ, що описує умови співпраці для компаній, які хочуть стати спонсорами заходу.
- 49. Промо-матеріали** – рекламні матеріали, які використовуються для просування заходу (флаєри, банери, буклети).
- 50. Промоція** – процес просування заходу та привернення уваги до нього.
- 60. Реєстрація учасників** – процес збору даних про учасників заходу для подальшого доступу до події.
- 61. Робочі зустрічі** – приватні або групові сесії для обговорення питань на заході.

- 62. Розважальна програма** – частина заходу, що включає в себе шоу, виступи, музику або інші форми розваг для учасників.
- 63. Сервіс підтримки учасників** – служба, що надає учасникам консультації та допомогу протягом заходу.
- 64. Секція** – окрема частина заходу, що зосереджена на певній темі або проблемі.
- 65. Служба підтримки** – група, відповідальна за обробку запитів і забезпечення нормальної роботи заходу.
- 66. Смарт-контракт** – автоматизована угода, що виконується на основі заздалегідь заданих умов у блокчейн-системі. Використовується для безпечного та прозорого проведення транзакцій, наприклад, при продажі квитків.
- 67. Спонсор** – особа або організація, яка надає фінансову підтримку або ресурси для заходу.
- 68. Стратегія комунікацій** – план взаємодії з учасниками, ЗМІ, партнерами та спонсорами до, під час і після заходу.
- 69. Тематичний захід** – івент, який має конкретну тему, що визначає його формат і зміст.
- 70. Тематичні зони** – різні частини заходу, які організовані відповідно до конкретних тем або інтересів.
- 71. Технічне забезпечення** – обладнання та пристрої, необхідні для проведення заходу (мікрофони, проектори, світло тощо).
- 72. Технічна підтримка** – підтримка в обслуговуванні технічного обладнання, що використовується на заході.
- 73. Токенізація** – процес перетворення активів або прав на цифрові токени, які можуть зберігатися та обмінюватися за допомогою блокчейн-технологій, що полегшує управління правами власності та транзакціями.
- 74. Турнір** – спортивний або інший змагальний захід.
- 75. Учасник** – особа або організація, яка бере участь в заході.

- 76. Фандрейзинг** – процес залучення фінансування для проведення заходу або підтримки благодійних ініціатив.
- 77. Форма участі** – спосіб, у який учасники взаємодіють з заходом (відвідування, виступ, участь у майстер-класі).
- 78. Фотовиставка** – захід, присвячений виставленню фотографій для перегляду або продажу.
- 79. Цільова група** – ключові учасники або аудиторія заходу, на яких орієнтована програма.
- 80. Цільова аудиторія** – група людей, на яку спрямований захід.
- 81. VIP-учасники** – важливі або відомі особи, яких запрошують на захід для підвищення його престижу



### Список додаткової використаної літератури

- 1.Бабич І. *Сучасні стратегії організації івентів*. Київ: Видавництво «Наука». 2020.250 с.
- 2.Іваненко О. *Організація івентів: Інноваційні підходи*. Харків: Університетське видання. 2020. 310 с.
- 3.Смирнова А. *Event Marketing: Створення успішних заходів*. Львів: Видавництво «Книгоманія». 2021. 280 с.
4. Петренко М. *Цифрові технології в організації заходів*. Одеса: «Технології та Бізнес». 2021. 220 с.
- 5.Johnson, M. (2020). *Modern Event Management: Strategies and Best Practices*. New York: Routledge. 350 p.
6. Smith, J. (2021). *Event Planning and Marketing: A Global Perspective*. London: Palgrave Macmillan. 400 p.
- 7.Brown, L. (2022). *Digital Transformation in Events*. Boston: Harvard Business Review Press. 270 p.
8. Taylor, S. (2020). *The Future of Hybrid Events*. San Francisco: Wiley.
9. O'Reilly, K. (2021). *Experiential Marketing in Event Management*. Chicago: University of Chicago Press. 230 p.
10. Miller, R. (2020). *Innovative Event Design: Trends and Techniques*. London: Sage Publications. 290 p.
11. Хмельницький П. *Організація культурних заходів у цифрову епоху*. Київ: Академія мистецтв .2022). 260 с .
12. Коваленко В. *Сучасний кейтеринг та логістика заходів*. Львів: Бізнес Видання .2020. 240 с.
13. Сергієнко А. *Управління подіями в епоху COVID-19: виклики та рішення*. Дніпро: Науковий Вісник. 2021. 210 с.
14. Колесникова Н. *Онлайн-івенти: Організація, технології, маркетинг*. Харків: Видавництво «Цифрова освіта». 2022. 300 с.

15. Thompson, R. (2021). *Blockchain Technology for Secure Event Management*. New York: Springer. 310 p.
16. Davis, E. (2022). *Smart Contracts and Their Role in Event Ticketing*. London: Routledge. 280 p.
17. Левченко С. *Організація конференцій та корпоративних заходів*. Київ: Видавництво «Експерт». 2021. 330 с.
18. Black, D. (2020). *Experiential Event Design: Engaging Your Audience*. Los Angeles: Chronicle Books. 260 p.
19. Williams, K. (2022). *The Role of Data Analytics in Modern Event Management*. Boston: MIT Press. 300 p.
20. Жукова О. *Тенденції розвитку івент-індустрії: аналіз та перспективи*. Київ: Видавництво «Бізнес Інсайт». 2021. 250 с.