

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

«_____» _____ 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні event-практики в рекламі та PR

для здобувачів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ-2024

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Код ЄДРПОУ 45307966	
Програма № <u>2555/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
<u>[Підпис]</u>	<u>[Підрозпис, ініціали]</u>
(підпис)	(підрозпис, ініціали)
«_____»	20 <u>24</u> р.

Розробник:

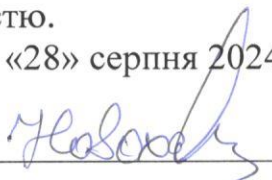
Баранова Катерина Олександрівна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Університету Грінченка

Викладач:

Баранова Катерина Олександрівна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Університету Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.

Протокол від № 1 від «28» серпня 2024 року

Завідувач кафедри  Новохатько Л.М.

Робочу програму перевірено

_____ 2024 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  В. Є. Сошинська

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), "____" ____ 20__ р., протокол № ____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), "____" ____ 20__ р., протокол № ____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), "____" ____ 20__ р., протокол № ____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), "____" ____ 20__ р., протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	-
Курс	4	-
Семестр	7	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	28	-
Форма семестрового контролю	залік	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни «Сучасні event-практики в рекламі та PR» – сформувати у здобувачів комплексні знання і навички планування, організації, проведення та оцінки ефективності офіційних та ділових івентів у сфері зв'язків з громадськістю у комерційній та некомерційній сферах.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- *формування загальних компетентностей:*
 - **ЗК 4.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
 - **ЗК 5.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- *формування загальних компетентностей:*
 - **СК 3.** Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації.
 - **СК 5.** Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт.
 - **СКУ 7.** Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного інформаційного ринку.
 - **СКУ 8.** Здатність володіти емоційним інтелектом в умовах професійної діяльності.

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *результатів навчання*:

- **РН 4.** Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
- **РН 5.** Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.
- **РН 15.** Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
- **РН 17.** Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.
- **РНУ 19.** Проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю з метою ефективного просування рекламного та PR-продукту.
- **РНУ 20.** Володіти емоціями з метою збереження емоційного балансу і налаштованості на позитивний результат в умовах професійної діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:

- розуміти теоретичні основи організації офіційних та ділових івентів, їх класифікацію, їх місце в загальному комунікаційному менеджменті та процесі пошуку організаційно-управлінських рішень;
- знати алгоритм дій при проведенні різних заходів створених для різних цільових аудиторій; принципи оперативного планування і оперативного контролю за діяльністю в сфері зв'язків з громадськістю; принципи проведення офіційних та ділових івентів; правила роботи із медіа в рамках організації та проведення офіційних та ділових івентів, правила складання супроводжуючих документів, ділових листів;
- вміти проводити офіційні та ділові івенти; взаємодіяти із медіа в рамках організації та проведення офіційних та ділових івентів, складати супроводжуючі документи.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем		Усього	Розподіл годин між видами робіт				
			Аудиторні		Самостійна робота	Модульний контроль	Семестровий контроль
			Лекції	Практичні			
Модуль І. Концептуальні засади ділової комунікації та технологічні засади організації та проведення офіційних та ділових івентів							
1.	Структура ділової комунікації: особливості, способи та форми	6	2	2	2		
2.	Державний Протокол і Церемоніал України. Етикет та протокол в діловій комунікації	6		2	4		
3.	Офіційні та ділові івенти як форми ділової комунікації: класифікація, основні види та аналіз особливостей	4	2		2		
4.	Організація офіційних та ділових івентів відповідно до цільових аудиторій	8	2	2	4		
5.	Динаміка основних трендів в проведенні офіційних та ділових івентів	4		2	2		
	Модульна контрольна робота 1	2				2	
	Всього за модуль №1	30	6	8	14	2	
Модуль ІІ. Організація, проведення та супровід офіційних та ділових івентів за сферами							
6.	Особливості організації та проведення офіційних та ділових івентів за сферами. Інновації у проведенні івентів.	4	2		2		
7.	Особливості проведення офіційних та ділових заходів в приватному, державному та громадському секторах	8	2	2	4		
8.	Документальний супровід офіційних та ділових івентів	8	2	2	4		

9.	Інформаційний супровід офіційних та ділових івентів	4		2	2		
10.	Партнерство та медіарілейшинз в організації офіційних та ділових івентів	4		2	2		
	Модульна контрольна робота 2	2				2	
	Всього за модуль №2	30	6	8	14	2	
	Всього за навчальним планом	60	12	16	28	4	

5. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ І.

Концептуальні засади ділової комунікації та технологічні засади організації та проведення офіційних та ділових івентів

Тема № 1: Структура ділової комунікації: особливості, способи та форми

Вступ. Мета і завдання курсу. Методи контролю. Основні поняття курсу: комунікація, спілкування, комунікаційний менеджмент, комунікативна компетентність, ділова комунікація (ділове спілкування), офіційна комунікація. Комунікативні здібності людини та їх вплив на ефективність спілкування.

Особливості і структура ділової комунікації. Способи і форми ділового та офіційного спілкування. Ділове листування. Поняття офіційних та ділових заходів.

Тема № 2: Державний Протокол і Церемоніал України. Етикет та протокол в діловій комунікації.

Поняття етикету та протоколу. Основні правила поведінки на офіційних заходах. Дрес-код, етикет спілкування та особливості міжнародного протоколу. Міжкультурні особливості ділової комунікації.

Цільові аудиторії ділової комунікації та значення їх визначення.

Державний Протокол і Церемоніал України.

Корпоративний імідж та його вплив на офіційну та ділову комунікацію.

Тема № 3: Офіційні та ділові івенти як одна із форм ділової комунікації: класифікація, основні види та аналіз особливостей

Поділ офіційних та ділових івентів за основними характеристиками.

Класифікація заходів: за характером представництва; за необхідністю дотримання протоколу; за характером взаємодії з аудиторією; за характером залученої аудиторії або спрямованості; за характером PR-завдання; за чисельністю залученої аудиторії; за характером відкритості заходу.

Основні види офіційних та ділових івентів та їх особливості: наради,

офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи. Інші форми ділових івентів: пресконференція, брифінг, презентація, прийом з особистих питань.

Тема № 4: Організація офіційних та ділових івентів відповідно до цільових аудиторій

Значення мети та цільової аудиторії для успішної організації івентів. Взаємозв'язок між метою івенту та його цільовою аудиторією.

Процес встановлення мети: аналіз потреб, визначення очікуваних результатів. Визначення цільової аудиторії івентів.

Тема № 5: Динаміка основних трендів в проведенні офіційних та ділових івентів

Гібридні події: мікс віртуальних та фізичних форматів. Використання передових технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, інтерактивні додатки для залучення учасників. Підвищена увага до екологічної стійкості, зменшення вуглецевого сліду, використання матеріалів, які легко переробляються, та заохочення учасників до екологічно відповідальної поведінки. Зосередження на заходах безпеки та гігієни. Інклюзивність та доступність. Інтерактивність та залучення аудиторії.

МОДУЛЬ II.

Організація, проведення та супровід офіційних та ділових івентів за сферами

Тема № 6: Особливості організації та проведення офіційних та ділових івентів за сферами. Інновації у проведенні івентів.

Особливості організації та проведення офіційних та ділових івентів відповідно до розподілу за сферами.

Алгоритм планування офіційних та ділових івентів. Стратегічне планування. Постановка цілей і завдань (які цілі стоять перед заходом, що організовується), визначення цільової аудиторії заходу, визначення часу проведення заходу, фактори, які впливають на визначення часу і терміну, визначення бюджету заходу, персонал, який обслуговуватиме захід. Інновації у проведенні ділових заходів

Управління ризиками та кризові комунікації: як ідентифікувати та мінімізувати ризики під час проведення офіційних заходів та ефективно реагувати на непередбачувані ситуації.

Оцінка ефективності.

Тема № 7: Особливості проведення офіційних та ділових заходів в приватному, державному та громадському секторах

Відмінності особливостей проведення офіційних та ділових заходів в різних секторах. Важливість адаптації підходів до організації та проведення

заходів відповідно до специфіки сектора. Характеристика приватного сектору: гнучкість, інноваційність, орієнтація на клієнта. Характеристика державного сектору: формальність, протокол, стабільність. Особливості громадського сектору: соціальна значущість, партнерство, відкритість, волонтерство.

Аналіз спільних характеристик та відмінностей в підходах до організації івентів у різних секторах, за характером представництва, за характером взаємодії з аудиторією, за характером залученої аудиторії або спрямованості, за характером PR-завдання тощо.

Особливості роботи івент-агенцій, які спеціалізуються на організації офіційних та ділових заходів, ключові тренди, виклики та можливості у цій галузі. Сучасний стан ринку івент-агенцій, провідні гравці, їхні стратегії та особливості послуг.

Тема №8: Документальний супровід офіційних та ділових івентів.

Правила та норми підготовки документів для проведення офіційних та ділових івентів.

Діловий протокол. Сценарний план, порядок денний, протокол заходу. Матеріали до обговорення і підсумкові документи зустрічі. Підготовка презентаційних матеріалів. Підготовка тез виступу.

Тема № 9: Інформаційний супровід офіційних та ділових івентів

Складові інформаційного супроводу. Підготовка інформаційних матеріалів. Анонсування подій.

Правила взаємодії із медіа. Акредитація медіа. Преспул. Роздаткові матеріали – прескіт, пресреліз, довідка для медіа, бекграундер. Електронна розсилка. Пресреліз як складова інформаційного супроводу офіційного та ділового івенту. Технології написання пресрелізу.

Тема № 10: Партнерство та медіарелейшинз в організації офіційних та ділових івентів

Поняття партнерства в контексті організації заходів. Методи пошуку партнерів. Медіарелейшинз. Інформаційне партнерство.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Вид діяльності здобувача	За один модуль		
	Максимальна кількість балів за одиницю	кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3
Відвідування практичних занять	1	4	4
Робота на практичному занятті	10	40	40
Самостійна робота	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25
Разом:			77
Максимальна кількість балів	77 балів x 2 модулі = 154 бали		
Коефіцієнт	Розрахунок: $154 : 100 = 1,54$ Здобувач отримав в процесі навчання 144 бали; $144 : 1,54 = 94$ бали (зараховано, А)		

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

МОДУЛЬ І

Завдання для самостійної роботи № 1

Здобувач обирає одне із запропонованих завдань

1 варіант

Дослідити погляди представників різних напрямів психології на проблему структури особистості та практику спілкування. Розглянути, як особливості особистості за цими теоріями впливають на вибір комунікативних стратегій, способи реагування на конфлікти та побудову відносин.

Результати дослідження викласти в аналітичній записці.

Форма виконання: письмова.

2 варіант

Дослідити, як новітні технології, такі як штучний інтелект, віртуальна і доповнена реальність, впливають на концепцію та організацію ділових заходів. Проаналізувати, як ці технології трансформують взаємодію між учасниками та організаторами.

Результати дослідження викласти в аналітичній записці.

Форма виконання: письмова.

МОДУЛЬ II

Завдання для самостійної роботи № 2

Здобувач обирає одне із запропонованих завдань

1 варіант

Дослідити та проаналізувати ринок івент-агенцій, які спеціалізуються на організації офіційних та ділових заходів, виявити ключові тренди, виклики та можливості у цій галузі.

Охарактеризувати сучасний стан ринку івент-агенцій, визначити провідних гравців, їхні стратегії та особливості послуг.

Результати дослідження викласти в аналітичній записці.

Форма виконання: письмова.

2 варіант

Скласти перелік державних органів та громадських організацій, які можуть виступити партнерами заходу, над яким працювали під час виконання практичного завдання №5.

Розподілити їх за напрямками, в яких вони можуть надати підтримку.

Сформулювати пропозицію для кожної з них.

Оформити у вигляді аналітичної записки.

Форма виконання: письмова.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- 1) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 2) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 3) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення кожного модуля. Передбачає використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання, розв'язання ситуаційних завдань.

Оцінюється у 25 балів за одну модульну контрольну роботу. Написання обов'язкове. Кількість – 2 роботи.

Модульна контрольна робота № 1

Здобувачам пропонується виконати практичне творче завдання: розробити сценарний план протокольного заходу (зустріч іноземної делегації, на чолі якої голова держави, який прибув для підписання міжнародного меморандуму про співпрацю у сфері енергоефективності).

Виконання цього завдання вимагає знання протокольних особливостей організації візитів іноземних делегацій за статусом особи, яка її очолює.

Критерії оцінювання:

Знання норм етикету та протокольних особливостей організації візитів іноземних делегацій – 15 б. (макс.);

Креативна складова – 10 б. (макс.).

Модульна контрольна робота № 2

Здобувачам пропонується виконати практичне творче завдання: розробити темплейт та чек-лист для планування інформаційного супроводу офіційних та ділових івентів для обраної державної, громадської або бізнес-структури.

Виконання цього завдання вимагає знання особливостей інформаційного супроводу офіційних та ділових івентів.

Критерії оцінювання:

Знання видів та особливостей інформаційного супроводу офіційних та ділових івентів – 10 б. (макс.);

Креативна складова – 15 б. (макс.).

Критерії оцінювання МКР:

- розуміння, ступінь засвоєння теоретичних знань та практичних навичок, отриманих у процесі вивчення навчальної дисципліни;
- ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- уміння наводити приклади;
- уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання;
- творчий підхід у виконанні завдання.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань здобувачів з навчальної дисципліни «Сучасні event-практики в рекламі та PR» відбувається у формі заліку. Залік проставляється за результатами накопичення балів поточної роботи здобувачів.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89

добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основна література

1. Баюра Д. Нові корпоративні комунікації та бізнес-етика. Веб-сайт : *Енергобізнес*. URL: <https://e-b.com.ua/novi-korporativni-komunikaciyi-ta-biznes-etika-2248> (дата звернення 15.08.2024).
2. Вудд Д, Блейкмор С., Когон К. Керування проєктами для «неофіційних» проджект-менеджерів ; пер. з англ. Ольги Кожушко, Марини Євсєєнко Харків : Фабула, 2019. 240 с.
3. Ігнатєєва І. А. Корпоративне управління : підручник. Київ : ЦНЛ, 2013. 600с.
4. Кінг П. Стратегії і тактики спілкування, або як знайти спільну мову з кожним ; пер. з англ. Маріанна Восковнюк. Київ : КНИГОЛАВ, 2017 . 128 с.
5. Лівшиц Д. М. Діловодство, яким воно має бути. Київ : ЦНЛ, 2017. 536 с.
6. Маркіна І. А., Таран-Лала О.М., Гунченко М.В. Контролінг для менеджерів : навч. посіб. Київ : ЦНЛ. 2013. 304 с.
7. Меєр Ерін Культурна карта. Бар'єри міжкультурного спілкування в бізнесі ; пер. з англ. Ольга Дубчак. Київ : Наш Формат, 2020. 224 с
8. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. Харків : Фоліо, 2019. 192 с.
9. Радіонова О. М. P15 Івент-технології : навч. посіб. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 168 с. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/61205/1/2020%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%2023%D0%9D%20%D0%86%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97.pdf> (дата звернення: 18.08.2024).
10. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : Центр навчальної літератури (ЦУЛ), 2016. 212 с.

Додаткова

1. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ : «Видавничий дім «Професіонал», 2008.
2. Гулевич Ю. Ділові заходи від івент-агенства ARENA CS. *Arenacs* : вебсайт. URL: <https://arenacs.ua/ua/news/delovye-meropryatytya-2/> (дата звернення: 23.01.2023).

3. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень. Київ, 2001.
4. Мисик В.М. Типологія івентів як об'єктів івент-менеджменту. *Бізнесінформ*. 2020. № 8. С. 203 – 210. URL: <https://oaji.net/articles/2020/727-1603789462.pdf> (дата звернення: 23.08.2024).
5. Мальська М. П., Мандук Н.Л., Занько Ю.С. Корпоративне управління: теорія та практика : підручник. Київ : ЦНЛ, 2012. 364 с.
6. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин. Київ : Кондор, 2008.
7. Паркер П. Мистецтво збиратися разом. Як організувати змістовну та результативну зустріч : пер. з англ. О. Гамурарь. Харків : Віват, 2020. 288 с.
8. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. Харків : Фоліо, 2019. 192 с.
9. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика : навч. посіб. Київ : «Знання», 2008. 663 с.
10. Роум Д. Говори та показуй. Мистецтво створювати надзвичайні презентації. Харків : Vivat, 2017. 272 с.
11. Шевчук С. П. Управління сучасним офісом : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2017. 184 с.
12. Яхно Т. П. Конфліктологія та теорія переговорів. ЦУЛ. 2012. 168 с. URL: http://culonline.com.ua/Books/Konfliktologiya_Yahno2012.pdf (дата звернення: 13.08.2024).

8. Навчально-методична карта дисципліни

Разом: 60 год., лекції – 12 год., практичні заняття – 16 год. , модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 28 год.

Модуль	Модуль 1		
Назва модуля	Концептуальні засади ділової комунікації та технологічні засади організації та проведення офіційних та ділових івентів		
Кількість балів	77		
Лекції	1		
Теми лекцій	Структура ділової комунікації: особливості, способи та форми		
Відвідування лекцій	1 бал		
Теми практичних занять, відвідування і робота	Структура ділової комунікації: особливості, способи та форми 1+10 б.		Державний Протокол і Церемоніал України. Етикет та протокол в діловій комунікації 1+10 б.
Лекції	2	3	
Теми лекцій	Офіційні та ділові івенти як форми ділової комунікації: класифікація, основні види та аналіз особливостей	Організація офіційних ділових івентів відповідно до цільових аудиторій	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	

Теми практичних занять, відвідування, робота		Організація офіційних та ділових івентів відповідно до цільових аудиторій 1 + 10 б.	Динаміка основних трендів в проведенні офіційних та ділових івентів 1 + 10 б.
Самостійна робота	СР № 1 5 балів		
Поточний контроль	Модульна контрольна робота 1 25 балів		
Модуль	Модуль II		
Назва модуля	Організація, проведення та супровід офіційних та ділових івентів за сферами		
Кількість балів	77		
Лекції	4	5	
Теми лекцій	Особливості організації та проведення офіційних та ділових івентів за сферами. Інновації у проведенні івентів	Особливості проведення офіційних та ділових заходів в приватному, державному та громадському секторах	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	
Теми практичних занять, відвідування і робота		Особливості проведення офіційних та ділових заходів в приватному, державному та громадському секторах 1 + 10 б.	
Лекції	6		
Теми лекцій	Документальний супровід офіційних та ділових івентів		
Відвідування лекцій	1 бал		
Теми практичних занять, відвідування, робота	Документальний супровід офіційних та ділових івентів 1 + 10 б.	Інформаційний супровід офіційних та ділових івентів 1 + 10 б.	Партнерство та медіарілейшинз в організації офіційних та ділових івентів 1 + 10 б.
Самостійна робота	СР № 2 5 балів		
Поточний контроль	Модульна контрольна робота 2 25 балів		