

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра журналістики, реклами і PR-технологій

Код РПНД – 071855



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Program of the Discipline

EVENT-ПРАКТИКИ

Event practices

рівень вищої освіти	_____ перший (бакалаврський) _____
тип дисципліни	_____ обов'язкова _____
мова викладання	_____ українська _____

Миколаїв – 2023 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Event-практики» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 06 Журналістика 061 Журналістика, освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю

«30» серпня 2023 року, с.

Розробник: *Клименко Н.Г. старший викладач кафедри журналістики, реклами і PR-технологій.*

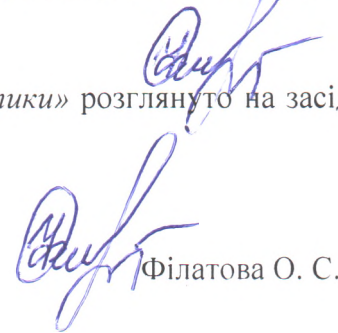
Проект робочої програми навчальної дисципліни «Event-практики» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» Філатова О.С., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики, реклами та PR-технологій

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Event-практики» розглянуто на засіданні *кафедри журналістики, реклами і PR-технологій*

Протокол № 3 від «24» 10 2023 р.

Завідувач кафедри



Філатова О. С.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Event-практики» розглянуто Науково-методичною комісією *Навчально-наукового гуманітарного інституту*

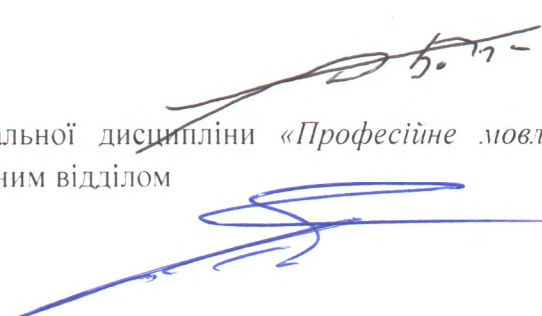
Протокол № 6 від «16» 09 2024р.

Голова

Бобіна О. В.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Професійне мовлення і практична стилістика» погоджено з навчальним відділом

Начальник відділу



Лабарткава А. В.

Робоча програма навчальної дисципліни «Event-практики» затверджено Навчально-методичною радою НУК

Протокол № 1 від «21» лютого 2024р.

Голова НМР НУК



Слободян С. О.

© НУК, 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1. Опис навчальної дисципліни	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни	5
3. Передумови для вивчення дисципліни	5
4. Очікувані результати навчання	5
5. Програма навчальної дисципліни	6
6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування.....	9
7. Форми поточного та підсумкового контролю.....	10
8. Критерії оцінювання результатів навчання.....	11
9. Рекомендовані джерела інформації	12

ВСТУП

Анотація

Навчальний курс «*Event-практики*» орієнтований на формування у здобувачів теоретичних знань і практичних навичок проведення подієвих заходів, засвоєння основних методів планування, організації та аналізу ефективності проведеного заходу.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є загальнотеоретичні положення концепції управління та організації подій у дозвілєвому просторі, принципи впровадження знань на практиці.

Ключові слова: дозвілєвий простір, дозвілєва подія, реклама та зв'язки з громадськістю, public relations, івент-менеджмент, подієвий маркетинг.

Abstract

The course «*Event-practice*» focused on formation theoretical knowledge and practical skills conducting events, asimilation of the main methods of planning, organization and analysis of the effectiveness of the event.

The subject of study of the discipline is the general theoretical provisions of the concept of management and organization of events in the leisure space, the principles of implementation of knowledge in practice.

Keywords: leisure space, leisure event, advertising and public relations, public relations, event management, event marketing.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 9	Галузь знань 06 Журналістика	Обов'язкова	
Модулів – 2		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 3		4-й	4-й
Електронний адрес РПНД на сайті Університету	Спеціальність 061 Журналістика Освітня програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»	Семестр	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – курсова робота		7-й	7-й
Загальна кількість годин – 180		Лекцій	
		30 год.	10 год.
		Семінарські	
		60 год.	20 год.
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 6; самостійної роботи студента – 12;	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Самостійна робота	
		90 год.	150 год.
		Індивідуальні завдання: 90 год.	
		Вид контролю: екзамен; Курсова робота	
		Форма контролю: комбінована	

2. МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «*Event-практики*» є формування у студентів комплексних знань і навичок планування, організації, проведення та оцінки ефективності офіційних та ділових івентів у сфері зв'язків з громадськістю у комерційній та некомерційній сферах.

Метою вивчення навчальної дисципліни «*Event-практики*» є формування у студентів відповідно до освітньої програми таких компетентностей:

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК11 Здатність спілкуватися державною мовою
- ФК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- ФК04 Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність
- ФК05 Здатність ефективно просувати створений медійний продукт
- ФК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності

- ФК07 Здатність здійснювати планування; координацію робіт із проведення рекламних, PR-кампаній; планування рекламних / PR-заходів; медіапланування
- ФК08 Здатність формувати напрямки комунікації зі створення, зміцнення, репозиціонування, оновлення бренду чи рекламного продукту
- ФК10 Здатність визначати потенціал та ефективність діяльності підприємства / установи / організації; управляти зовнішнім та внутрішнім іміджем організації, враховуючи соціологічні, маркетингові дослідження та психологію споживачів

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами для вивчення дисципліни є: оволодіння студентами базовими знаннями з предметів, що викладаються; актуалізація знань студентів з дисциплін «Стратегічні технології реклами та PR», «Основи візуальної комунікації та графічного дизайну», «Реклама в системі маркетингу».

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів таких результатів навчання:

- ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
- ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію
- ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах
- ПР19. Формувати інформаційний продукт для використання у рекламі та PR
- ПР21. Проектувати результати інформаційної діяльності у сфері реклами і зв'язків із громадськістю, формувати висновки про медіаефективність у короткостроковій / довгостроковій перспективі.

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи event-технологій.

Тема 1. Поняття-EVENT в системі маркетингу

Етимологія слова «event». Розвиток заходу, події, свята як театралізованого розважального дійства та впливу на громадськість. Зв'язок event маркетингу з мистецтвом і театральним дійством. Асоціативні символи в різних святах та заходах. Початок, кульмінація, фінал як основа театрального дійства та івенту. Емоційна складова та вплив на людей. Специфіка проведення та актуальність заходу в залежності від цільової аудиторії. Event практики в сучасному світі та різноманіття видів на ринку. Performence як частина заходу. Види заходів та цілі. Головна мета event-послуг.

Література: [7, с. 15-40]; [4, с. 4-10]

Тема 2. «Дозвіллева подія» як метод реалізації подієвого підходу в event-практиці.

«Дозвіллева подія» як одиниця проєктування у подієвому підході. Класифікація подій за видами: відкриття, освітні виставки, освітні ярмарки-конференції, презентації, свята, медіа(прес)-заходи, прес-тури, пресбрифінги, прес-конференції, прес-ланчі, круглі столи, майстер-клас (тренінг, семінар), фестивалі, концерти. Класифікація подій за групами учасників (представницько-цілеспрямовані, корпоративні спеціальні). Класифікація івентів за типом маркетингового середовища та характером взаємодії учасників. Емоційна насиченість івент-заходів. Алгоритм розгортання події. Івент-менеджер як фахівець освітньо-подієвих заходів. Етапи організації і реалізації діяльності event-менеджера.

Література: [3, с. 23-43]; [6, с. 80-90].

Тема 3. Креативність, творче мислення, уява, фантазія як основа створення спеціального заходу та event-послуг

Поняття креативності та творчого мислення. Уява та фантазія. Ігри як розвиток уяви, фантазії та творчого мислення. Сприйняття та запам'ятовування інформації, візуальне, аудіальне та кінестетичне. Поняття аудіал, візуал та кінестетик. Практичні вправи-ігри для розвитку пам'яті уяви та фантазії. Роль ідеї та втілення її в event-послугах. Гра як креативний спосіб комунікації між виконавцем та глядачем. Креативний підхід до створення івенту, візуальна комунікація.

Література: [4, с. 67-94]; [6, с. 78-92].

Змістовий модуль 2. Організація та оцінювання результатів дозвіллевих подій

Тема 4. Планування та програмування подій.

Фактори, що формують стратегію дозвіллевої події. Мета заходу та її досягнення. Цілі і завдання дозвіллевих подій. Підготовка та ресурси планування. Вироблення креативних ідей. Мозковий штурм як технологія колективної креативної творчості. Документування ідей та конкурс ідей. «Творчий вплив ззовні». Фази та етапи івент-заходу. Загальні умови організації дозвіллевого івенту (правові, інфраструктура, техніка безпеки). Умови проведення заходу. Підготовка локації, її оформлення. Вибір доповідачів.

Література: [1, с. 70-99]; [6, с. 90-130].

Тема 5. Склад та функції персоналу в організації дозвіллевих подій.

Поняття «культури управління персоналом». Характеристика видів культури управління (виховувати кадри, набирати команду під конкретний проєкт). Корпоративна культура управління персоналом. Тимчасовий персонал для організації подієвих заходів. Підходи до розподілу робіт. Розподіл робіт за проєктами. Розподіл робіт за функціями. Посередники-організатори, підрядники-організатори. Використання team-bulding для побудови успішної команди івент-менеджерів. Поняття «team-bulding». Специфіка використання team-bulding в дозвіллевій діяльності. Корпоратив як форма організації team-bulding.

Література: [1, с. 30-67]; [5, с. 80-90].

Тема 6. Основи подієвого менеджменту та маркетингу.

Сутність та функції івент-менеджменту. Подієвий маркетинг: цілі та види. Комплекс подієвого маркетингу. Реклама та рекламні канали. Реклама в подієвому менеджменті. Зв'язки з громадськістю, піар. Просування подій в соціальній мережі. Організація роботи з ЗМІ. Знання мотивації та побажань учасників заходу як обов'язкова умова роботи організаторів. Партнерство між учасниками події.

Проблема залучення та акумулювання коштів з різних джерел на здійснення освітньо-дозвіллевої діяльності. Поняття фандрейзингу. Його види. Планування фандрейзингової

кампанії. Спонсорінг як шлях залучення коштів для проведення подієвого заходу. Спонсорські градації.

Література: [4, с. 20-80]; [6, с. 80-90].

Тема 7. Особливості організації дозвіллевих заходів у різноманітних сферах.

Презентації та конференції як важливі освітньо-дозвіллеві події, їх значення та особливості організації. Сутність і види презентацій. Мета презентації. Сценарний та тематичний план презентації. Сутність і правила проведення конференції. Поняття свята. Співвідношення розважальної та просвітницької складової у святі. Етапи проведення свят. Виставки та ярмарки. Особливості організації у галузі дозвілля. Відмінності між виставкою та презентацією. Класифікація виставок: за складом учасників й місцем проведення; за характером експонатів; за терміном проведення. Основні вимоги до організації виставки. Семінар. Етапи підготовки і проведення семінару.

Література: [3, с. 10-56]; [5, с. 10-70].

Змістовий модуль 3. Документальне та інформаційне забезпечення івентів. Оцінювання результатів

Тема 8. Інформаційний супровід заходів: формування прес-кіту, написання тез виступу, прес-анонсів та прес-релізів.

Загальні рекомендації щодо підготовки PR-матеріалів. Прес-кіт. Підготовка тез виступу для спікерів. Написання офіційних прес-анонсів, прес-релізів: основні правила, структура тестів, вимоги, помилки, яких треба уникати.

Література: [4, с. 67-88]

Тема 9. Основи оформлення супроводжуючих документів. Клієнтський бриф.

Документальне забезпечення заходів. Формування клієнтського брифу. Формування пакету документів для організаторів та учасників заходів. Порядок денний; сценарний план; протокол доручень.

Література: [3, с. 150-180]; [4, с. 110-150].

Тема 10. Оцінювання ефективності проведеного івенту.

Критерії та показники ефективності дозвіллевого заходу. Збір та аналіз оцінювальних анкет/відгуків учасників дозвіллевих подій. Фінансовий звіт. Оцінка досягнутої мети івенту. Фото та відео звітність. Формування бази контактів, розсилання матеріалів заходу. Подяка учасникам дозвіллевої взаємодії. SWOT-аналіз події. Співвіднесення очікувань та отриманих результатів.

Література: [2, с. 120-180]; [4, с. 100-156].

Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	с	с.р.		л	с	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи event-технологій.								
Тема 1. Поняття-EVENT в системі маркетингу	20	4	4	12	20	2	2	16
Тема 2. «Дозвіллева подія» як метод реалізації подієвого підходу в event-практиці.	20	2	8	10	20	2	2	16
Тема 3. Креативність, творче мислення, уява, фантазія як основа створення спеціального заходу та event-послуг	20	2	8	10	20	–	2	18
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	60	8	20	32	60	4	6	50
Змістовий модуль 2. Організація та оцінювання результатів дозвіллевих подій								
Тема 4. Планування та програмування подій	15	4	6	5	15	2	2	11
Тема 5. Склад та функції персоналу в організації дозвіллевих подій.	15	2	4	9	15	2	2	11
Тема 6. Основи подієвого менеджменту та маркетингу	15	4	6	5	15	–	2	13
Тема 7. Особливості організації дозвіллевих заходів у різноманітних сферах.	15	2	4	9	15	–	2	13
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	60	12	20	28	60	4	8	48
Змістовий модуль 3. Документальне та інформаційне забезпечення івентів. Оцінювання результатів								
Тема 8. Інформаційний супровід заходів: формування прес-кіту, написання тез виступу, прес-анонсів та прес-релізів.	20	4	4	12	20	–	2	18
Тема 9. Основи оформлення супроводжуючих документів. Клієнтський бриф.	20	2	8	10	20	2	2	16
Тема 10. Оцінювання ефективності проведеного івенту.	20	4	8	8	20		2	18
<i>Разом за змістовим модулем 3</i>	60	10	20	30	60	2	6	52
Модуль 2								
ІНДЗ (КР)	90			90	90			90
Разом за курсом	270	30	60	180	270	10	20	240

Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність поняття «подія», «дозвілєва подія».	4	–
2	Основні підходи до класифікації подій. Концептуальний підхід до події в дозвілєвому просторі.	4	–
3	Цільова аудиторія освітньо-дозвілєвої події.	4	2
4	Співробітництво та співтворчість як рівні суб'єкт-суб'єктної взаємодії учасників. Партнерські морально-естетичні суб'єкт-суб'єктні відносини в подієвому середовищі.	4	2
5	Мозковий штурм як технологія колективної креативної творчості.	4	2
6	Потенціал «творчого впливу ззовні» та розробка програми дозвілєвої події.	4	–
7	Загальні умови організації освітнього івенту (інфраструктура, техніка безпеки).	4	–
8	Умови проведення заходу. Підготовка локації, її оформлення.	4	2
9	Поняття «культури управління персоналом». Види. Тимчасовий персонал для організації подієвих заходів, його функції.	4	2
10	Підходи до розподілу робіт (за проектами, за функціями). Організація роботи із підрядниками освітнього-івенту.	4	2
11	Сутність та функції івент-менеджменту.	4	2
12	Подієвий маркетинг: цілі та види. Комплекс подієвого маркетингу.		
13	Реклама в подієвому менеджменті. Зв'язки з громадськістю (Public Relations – PR).	4	2
14	Поняття фандрейзингу. Його види. Планування фандрейзингової кампанії.	4	2
15	Спонсорінг як шлях залучення коштів для проведення подієвого заходу. Спонсорські градації.	4	2
Разом		60	20

Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:

- підготовка до практичних занять – **2-4 год./1 заняття**;
- виконання практичних завдань протягом семестру – **2-4 год./1 заняття**;
- написання есе, власних текстів, аналітичний огляд – **мінімум 5 годин на 1 роботу**,
- підготовка до контрольних заходів – **5 год. на 1 захід**.

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до практичних занять	30	50
2	Виконання практичних завдань	20	50
3	Написання есе, власних текстів, аналітичний огляд	20	30
4	Підготовка до контрольної роботи	20	20
5	Виконання ІНДЗ (КР)	90	90
Разом		180	240

Індивідуальне науково-дослідне завдання

Індивідуальне завдання передбачає написання курсової роботи за орієнтовною тематикою:

1. Планування презентації для ... компанії / організації
2. Планування заходів для ЗМІ від ... компанії / організації
3. Планування презентації продуктів або послуг ... компанії / організації
4. Планування відкриття (презентації) місця реалізації товарів чи послуг ... компанії / організації
5. Планування офіційного прийому ... компанією / організацією
6. Планування виставки, експозиції ... компанією / організацією
7. Планування конференції, семінару ... компанією / організацією
8. Планування оригінального спеціального заходу ... компанією / організацією
9. Планування акції з використанням баз даних (у т. ч. онлайн) ... компанією / організацією
10. Планування PR-кампанії / PR-заходу для залучення спонсорів / інвесторів у ... сферу
11. Планування PR-кампанії / PR-заходу в екологічній сфері
12. Планування PR-кампанії / PR-заходу у волонтерській діяльності
13. Планування PR-кампанії / PR-заходу в соціальній сфері
14. Використання ЗМІ у виборчій PR-кампанії
15. Розробка проекту PR-кампанії / PR-заходу для просування комерційного товару (вказати якої фірми-виробника)
16. Розробка проекту PR-кампанії / PR-заходу для просування інтернет-магазину / сайту ...
17. Формування іміджу ... (вказати конкретну організацію, наприклад ГО «Волонтерський лідер», НУК імені адмірала Макарова або будь-яку іншу) шляхом проведення PR-кампанії в інтернеті
18. Розробка концепції PR-кампанії з привернення уваги до соціальної проблеми (наприклад, «Самотність підлітків» та інші)

6. МЕТОДИ НАВЧАННЯ, ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА МЕТОДИ ЇХ ДЕМОНСТРУВАННЯ

Методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- проблемного викладу;
- частково-пошуковий.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання виступають:

- усні відповіді;
- практичні завдання;
- контрольна робота.

7. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною системою Університету. Підсумкова оцінка навчального курсу включає в себе оцінки з поточного контролю. У кожного компонента своя частка в загальній системі оцінок. У проміжних оцінках студент може набрати до 100 балів.

Під компонентом проміжних оцінок розуміються поточні оцінки протягом семестру (активність, участь в дискусіях; виконання завдань та інше).

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних робіт. Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки після досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній з позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

Питома вага заключного екзамену в загальній системі оцінювання – 40 балів. Право здавати заключний екзамен надається студенту, якій з урахуванням отриманих балів проміжних оцінок і заключного екзамену може набрати разом не менше 60 балів. Підсумкова оцінка навчального курсу є сумою проміжних оцінок і оцінки екзамену.

Екзамен відбувається в усній формі шляхом відповіді на 4 питання екзаменаційного білету. За відповідь на кожне питання студент може отримати максимум 10 балів.

Форми контролю результатів навчальної діяльності студентів та їх оцінювання

Відповіді на практичних заняттях	Критерії оцінювання
1	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
0	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 30 (30 тем по 1 бали).</i>	

Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	Критерії оцінювання
1	Завдання виконано правильно, повно, логічно, текст містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використано міждисциплінарні зв'язки, представлено аргументовані висновки

0	Завдання виконано частково правильно, є неточності, недостатньо обґрунтована думка
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 30 (30 тем по 1 бали).</i>	

Контрольна робота (письмово)	Критерії оцінювання
31-40	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
21-30	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
11-20	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
1-10	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 40 балів</i>	

Екзамен	Критерії оцінювання
9-10	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
7-8	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
5-6	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
3-4	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
1-2	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 40 балів (по 10 балів за відповідь за одне питання)</i>	

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Відповіді на практичних заняттях	30х1 бали = 30 балів	10х1 бали = 10 балів
Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	30х1 бали = 30 балів	10х1 бали = 10 балів
Контрольна робота (письмово)	—	40
Екзамен	40	40
Всього	100	100

Оцінювання курсового проєкту

№	Складова оцінки	Максимальна оцінка
1	Формулювання мети, завдань, об'єкту та предмету дослідження, актуальності теми.	до 5
2	Оформлення роботи згідно вимог до курсових проєктів: титульна сторінка, зміст, розмітка і нумерація сторінок, оформлення таблиць, рисунків, посилань, списку використаних джерел, обсяг роботи.	до 5
3	Теоретичне обґрунтування дослідження, аналіз, узагальнення теоретичного матеріалів, коректність понятійного апарату, доцільність використання термінології, формулювання теоретичних висновків. Достатній обсяг опрацьованого теоретичного матеріалу	до 10
4	Структура роботи, логічність подання текстового матеріалу, наявність змістовних зв'язків у розділах роботи, відповідність теоретичних узагальнень до практичних завдань, поставлених у роботі. відповідність змісту роботи її темі, меті і завданням	до 10
5	Доцільність обраного діагностичного інструментарію.	до 10
6	Грамотна інтерпретація отриманих емпіричних даних, ґрунтовність і логічність сформульованих висновків	до 10
7	Самостійність виконаної дослідницької роботи, самостійність інтерпретації та висновків	до 10
8	Творчий підхід до роботи, оригінальність, перспективність до подальших досліджень	до 10
Загальна кількість балів за підготовку курсового проєкту		70
Захист курсового проєкту		
9	Якість доповіді, її структура, послідовність, ґрунтовність доведень і умовиводів	до 10
10	Якість відповідей на запитання (правильність, ґрунтовність, аргументованість)	до 10
11	Якість наочних матеріалів до захисту (відео, презентація)	до 10
Підсумкова оцінка		100

8. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

		Денне відділення		Заочне відділення	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
ЗМ1	Т1	Відповіді на практичних заняттях	2x1=2	Відповіді на практичних заняттях	1
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2x1=2	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1
	Т2	Відповіді на практичних заняттях	4x1=4	Відповіді на практичних заняттях	1
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	4x1=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1

		Денне відділення		Заочне відділення		
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів	
	Т3	Відповіді на практичних заняттях	4x1=4	Відповіді на практичних заняттях	1	
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	4x1=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1	
ЗМ2	Т4	Відповіді на практичних заняттях	3x1=3	Відповіді на практичних заняттях	1	
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	3x1=3	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1	
	Т5	Відповіді на практичних заняттях	2x1=2	Відповіді на практичних заняттях	1	
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2x1=2	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1	
	Т6	Відповіді на практичних заняттях	3x1=3	Відповіді на практичних заняттях	1	
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	3x1=3	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1	
	Т7	Відповіді на практичних заняттях	2x1=2	Відповіді на практичних заняттях	1	
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2x1=2	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1	
	ЗМ3	Т8	Відповіді на практичних заняттях	2x1=2	Відповіді на практичних заняттях	1
			Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2x1=2	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1
Т9		Відповіді на практичних заняттях	4x1=4	Відповіді на практичних заняттях	1	
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	4x1=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1	
Т10		Відповіді на практичних заняттях	4x1=4	Відповіді на практичних заняттях	1	
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	4x1=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	1	
Контрольна робота (письмово)			—		40	
Підсумковий контроль (Екзамен)			40		40	
Сума			100		100	

9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Вуд Д, Блейкмор С., Когон К. Керування проєктами для «неофіційних» проджект-менеджерів. Харків : Фабула, 2014. 240 с.
2. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с. URL: <http://www.info-library.com.ua/bookstext-5869.html>.

3. Ігнатська І. А. Корпоративне управління : підруч. Київ : ЦНЛ, 2013. 600 с.
4. Лівшиц Д. М. Діловодство, яким воно має бути. Київ : ЦНЛ, 2017. 536 с.
5. Мальська М. П., Мандук Н.Л., Занько Ю.С. Корпоративне управління: теорія та практика : підруч. Київ : ЦНЛ, 2012. 364 с.
6. Маркіна І. А., Таран-Лала О.М., Гунченко М.В. Контролінг для менеджерів : навч. посіб. Київ ЦНЛ. 2013. 304 с.
7. Пекар В. Різнобарвний менеджмент. Харків : Фоліо, 2019. 192 с.

Допоміжна література

1. Бутко Л. В., Баранов І. М. Сучасні вектори підготовки фахівців сфери культури. Ідеї академіка Вернадського і науково-практичні проблеми сталого розвитку освіти і науки (До 100-річчя НАН України та 155-річчя академіка В.І. Вернадського) : матеріали XVIII Міжнародної науковопрактичної конференції (Кременчук, 11-13 травня 2018 р.). Кременчук, 2018. С. 13.
2. Бутко Л. В., Василенко Д. П., Шабуніна В. В. Внутрішній імідж бібліотеки: складники, функції, основні етапи формування. Актуальні проблеми гуманітарних наук. 2020. 33. С. 27-33.
3. Маслак В. І., Бутко Л. В., Василенко Д. П. Дуальність підготовки фахівців сфери культури: pro at contra. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва. 2018. Вип. 3. С. 54–60.
4. Федоренко С. А., Бутко Л. В. Ключові компетентності як об'єкт дидактичних розвідок. Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Кременчук : КрНУ, 2019. Вип. 3/2019 (115). Ч. 2. С. 19-24.
5. Хитрова О. А., Харитонova Ю. Ю. Стан і тенденції івентменеджменту в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. С. 27-31. URL: <http://vestnik-esopom.mgu.od.ua/journal/2018/30-2018/8.pdf>.
6. Шабуніна В. В., Бутко Л. В., Саранча В. І. Культурно-дозвіллевий потенціал Університету третього віку як інноваційної соціально-педагогічної технології. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 32. Том 2. С.41-44. Bowdin G. A. J. Events Management (Vol. 3rd ed). Oxford, U.K.: Routledge. URL: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=459613> (дата звернення: 18.07.2020).
7. Butko L. V. Vasylenko D. P. Image of the modern library: problems of the realization. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Людина віртуальна: нові горизонти». Монреаль, 30-31 березня 2020 року. С. 115-117.

Інформаційні ресурси в інтернет

1. Дія. Освіта. <https://osvita.dia.gov.ua/courses/digital-marketing-manager>
2. Закон України «Про рекламу» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

Розробник програми

 Н.Г. Клименко