



ЗАТВЕРДЖЕНО на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Протокол №1 від 26 серпня 2022р.

Розробник:

*Дуб О.О.* – викладач кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Контактний телефон викладача	+38 (097) 967 34 06
e-mail	oleksandr.o.dub@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	<b>Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю</b>
Посилання на сайт УКД	<a href="https://ukd.edu.ua">https://ukd.edu.ua</a>

**Лист оновлення та перезатвердження силабусу  
навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри	Підпис гаранта освітньої програми
2022-2023	26.08.2022	№1		

## ВСТУП

**Мета:** формування системи теоретичних знань і практичних навичок з івент-маркетингу, просування подій в онлайні, вивчення та створення базових понять та структури подій, просування івентів онлайн-засобами.

**Завдання:** вивчення основних принципів та інструментарію в івент-маркетингу для просування та збільшення кількості учасників подій, і тим самим розвивати бізнес через проведення івентів, вміння проводити комплексне онлайн-просування подій через засоби та інструменти онлайн-маркетингу. Складання портретів цієї аудиторії та підбір майданчиків та інструментів для реалізації поставленої задачі щодо онлайн-просування івентів.

**Предмет:** навчальний курс з івент-менеджменту базується на структурі роботи фахівця з просування подій. Курс розрахований на 1 семестр викладання. Отримані слухачами курсу теоретичні знання будуть підкріплюватися за допомогою практичних завдань, під час яких студенти у групах (чи індивідуально) згідно проекту будуть вести активне просування впізнаваності реального бізнесу за допомогою родієвого маркетингу.

Впродовж семестру слухачі курсу виконують проміжні домашні завдання (що допомагають їм просуватись по проекту), а також періодично звітують про виконані конкретні етапи проекту у вигляді презентацій перед викладачем та іншими слухачами курсу. В кінці семестру студент здає іспит у вигляді презентації проекту просування бізнесу в мережі Інтернет засобами родієвого маркетингу, із поясненнями по всіх етапах, та із аналітичними даними щодо якісних та кількісних результатів які вдалося досягти за час ведення проекту (фактично, за навчальний семестр).

### ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	4	
Семестр	8	
Кількість кредитів ECTS	3	90 год
Аудиторні навчальні заняття	лекції	16 год.
	практичні	14 год.
Самостійна робота		60 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен	30 год.

### СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Цифрові комунікації	Стратегічний сторителінг

**Професійні компетентності, яких набувають студенти внаслідок вивчення навчальної дисципліни згідно стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (затвердженого наказом МОН України №1166 від 29.10.2018 року)**

<b>Код Компетентності</b>	<b>Назва компетентності</b>	<b>Результати навчання</b>
<b>ЗК 01</b>	Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.	ПРН2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. ПРН3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами. ПРН6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків. ПРН10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також
<b>ЗК 06</b>	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.	
<b>ЗК 07</b>	Здатність працювати в команді.	
<b>СК 01</b>	Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.	
<b>СК 04</b>	Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.	

## ПОЛІТИКА КУРСУ

### ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Дозволяється вільне відвідування лекцій студентам за індивідуальним графіком навчання. Якщо студент відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

### ПОВЕДІНКА В АУДИТОРІЇ

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися норм і правил внутрішнього розпорядку відповідно до Статуту ЗВО «Університет Короля Данила», Правил поведінки здобувачів освіти та Кодексу корпоративної етики. Кожен студент має виявляти наполегливість, старанність, зацікавлення дискутувати, ставити запитання викладачеві як під час лекцій, так і під час семінарських чи практичних занять.

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися один до одного, бути урівноваженими, уважними та дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

### АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

На початку вивчення курсу викладач знайомить студентів з основними пунктами Положення про академічну доброчесність, відповідно до якого і здійснюється навчальний процес.

Під час виконання письмових тестових завдань недопустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

### ОСКАРЖЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ПРОВЕДЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ КОНТРОЛЬНИХ ЗАХОДІВ

Оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів відповідно до «Положення про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти» розглядає та вирішує перший проректор або проректор з навчальної роботи на підставі заяви студента або подання декана.

### МЕТОДИ НАВЧАННЯ

- за організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції), практичні (виконання практичних завдань під час занять та розв'язування практичних завдань на комп'ютерах);
- за видами занять: лекції; практичні заняття (індивідуальні та групові вправи);
- за видами контролю: поточний контроль (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль); підсумковий контроль (екзамен у формі комп'ютерного тестування).

## ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання результатів навчання студентів III курсу за освітньою програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю» здійснюється відповідно до «Положення про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти». Кожен вид контролю передбачений з урахуванням результатів навчання.

Видами діагностики та контролю знань студентів з навчальної дисципліни є:

**1. Поточний контроль** – усне опитування та виконання письмових завдань (тестів), виступи, презентації на практичних заняттях. Оцінювання здійснюється за національною чотирибальною шкалою – “2”; “3”; “4”; “5”.

Фіксація поточного контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі автоматично обчислюється підсумкова оцінка та здійснюється підрахунок пропущених занять. Усереднена оцінка переводиться в 100-бальну шкалу згідно нижченаведеної таблиці.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів) без права перездачі.

*Студенти повинні мати оцінки з не менше 50% аудиторних занять.*

До підсумкового контролю допускаються студенти, які за результатами поточного контролю отримали 35 балів і більше. Усі студенти, що отримали 34 бали і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру.

ШКАЛА В БАЛАХ	ОЦІНКА ЗА ШКАЛОЮ ECTS	НАЦІОНАЛЬНА ШКАЛА	КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
90–100 балів	A	5 «відмінно»	повна відповідь на питання з проблематики теми, що обговорюються на занятті; ґрунтовність та послідовність викладу
83–89 балів	B	4 «дуже добре»	неповна відповідь на питання з проблематики теми, наявність незначних помилок
76–82 бали	C	4 «добре»	
68–75 балів	D	3 «задовільно»	недостатні ґрунтовність та

60–67 балів	E	3 «достатньо»	послідовність викладу; наявність помилок;
35–59 балів	FX	2«незадовільно»	невідповідність змісту відповіді
0–34 бали	F	2«неприйнятно»	проблематиці теми; відсутність відповіді.

**2. Підсумковий (семестровий) контроль** проводиться для встановлення рівня досягнення здобувачами освіти програмних результатів навчання з навчальної дисципліни (освітнього компонента), після завершення вивчення дисципліни.

Підсумковий контроль знань проводиться у формі екзамену у вигляді комп'ютерного тестування. Тестування відбувається в комп'ютерних лабораторіях навчального закладу (або в особливих випадках – дистанційно) з використанням програми Classroom і передбачає відповіді на 4 запитання стосовно тематики навчальних матеріалів, що студент прослухав протягом семестру.

За результатами підсумкового контролю студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не склали екзамен і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях, оцінюється в балах (національної шкали, 100-бальної шкали й шкали ЄКТС) і є сумою балів, отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Студенти можуть підвищувати свій рейтинг під час екзаменаційній сесії через одноразову повторну перездачу, попередньо подавши заяву адміністрації коледжу не пізніше одного робочого дня після сесії.

Одержаний при підвищенні рейтингу результат буде остаточним при виставленні підсумкового контролю.

Студенти, які не з'явилися на екзамени без поважних причин, вважаються такими, що отримали незадовільну оцінку.

**3. Оцінювання самостійної роботи** проводиться як під час поточного, так і під час підсумкового контролю знань.

*Оцінювання самостійної роботи, яка передбачена в тематичному плані дисципліни разом з аудиторною роботою, здійснюється під час проведення практичних занять.*

Поточний контроль передбачає усну відповідь, написання доповіді та виступ, вирішення тестових завдань, ситуаційних задач, виконання індивідуальних завдань, відпрацювання практичних навичок тощо.

Виставлення балів за самостійну роботу під час поточного контролю обов'язково супроводжується оцінювальними судженнями. Бали додаються до балів, які отримав студент під час поточного контролю, але не більше, ніж кількість балів з оцінювання окремої теми заняття.

*Оцінювання тем, які виносяться лише на самостійну роботу і не входять до тем аудиторних занять, контролюється під час підсумкового контролю.*

## **1. Зміст навчальної дисципліни**

### **Тема 1. Подія загалом та методи й способи її просування.**

1. Подія загалом та методи й способи її просування.
2. Поділ на команди для роботи над проектом. Представлення команд та проекту

### **Тема 2. Просування подій в інтернеті від сайту до соціальних мереж.**

### **Тема 3. Створення посадкової сторінки для просування івенту.**

1. Лендінг для заходу: яким він повинен бути.
2. Створення лендінгу/сайту для події.

### **Тема 4. Прес-релізи та сервіси для e-mail-розсилок.**

1. Як написати прес-реліз, який поставлять усі ЗМІ.
2. Мультимедійний прес-реліз.
3. Сервіси для e-mail-розсилок.

### **Тема 5. Фейсбук-події та розміщення інформації в онлайн-каталогах.**

1. Фейсбук-події. Контентне наповнення подій.
2. Нативна реклама.

### **Тема 6. User generated content.**

### **Тема 7. Спікер на івент та співпраця з блогерами.**

1. Спікер на івент: де знайти як домовитися та що робити далі.
2. Як бренду почати співпрацю з блогерами.

### **Тема 8. Бриф для копірайтера та написання слогану.**

### **Тема 9. Створення контент-плану для події на Facebook та для інших майданчиків.**

### **Тема 10. Аналітичний звіт перед замовником просування події.**

1. Аналітичний звіт як елемент оцінки рекламних активностей в мережі Інтернет
2. Створення звіту перед замовником.

## **2. Тематичний план**

№ теми	Назва теми	Кількість годин				
		в	а	ле	п	са
1	Подія загалом та методи й способи її просування.	2,5	0,5	0,5		2
2	Просування подій в інтернеті від сайту до соціальних мереж.	3,5	0,5	0,5		3
3	Створення посадкової сторінки для просування івенту.	4	3	1	2	1
4	Прес-релізи та сервіси для e-mail-розсилок.	5	3	1	2	2



5	Фейсбук-події та розміщення інформації в онлайн-каталогах.	4,5	2,5	0,5	2	2
6	User generated content.	1,5	0,5	0,5		1
7	Спікер на івент та співпраця з блогерами.	2	1	1		1
8	Бриф для копірайтера та написання слогану.	2	1	1		1
9	Створення контент-плану для події на Facebook та для інших майданчиків.	2	1	1		1
10	Аналітичний звіт перед замовником просування події.	3	2	1	1	1
	<b>Кількість годин на вивчення дисципліни</b>	30	15	8	7	15
	<b>Підсумковий контроль</b>	30				
	<b>Всього, годин</b>	60				

### 3. Теми лекційних занять

№ п/п	№ заняття	Теми лекцій	Кількість годин
1	Лекція 1	Подія загалом та методи й способи її просування.	0,5
2	Лекція 2	Просування подій в інтернеті від сайту до соціальних мереж.	0,5
3	Лекція 3	Створення посадкової сторінки для просування івенту.	1
4	Лекція 4	Прес-релізи та сервіси для e-mail-розсилок.	1
5	Лекції 5	Фейсбук-події та розміщення інформації в онлайн-каталогах.	0,5
6	Лекція 6	User generated content.	0,5
7	Лекція 7	Спікер на івент та співпраця з блогерами.	1
8	Лекція 8	Бриф для копірайтера та написання слогану.	1
9	Лекція 9	Створення контент-плану для події на Facebook та для інших майданчиків.	1
10	Лекція 10	Аналітичний звіт перед замовником просування події.	1
<b>Всього лекційних занять</b>			<b>8</b>

### 1. Теми практичних занять

№ з/п	№ заняття	Назва теми	Кількість годин
-------	-----------	------------	-----------------

1	3	Створення посадкової сторінки для просування івенту.	2
2	4	Створення e-mail-розсилки для події.	2
3	5	<u>Створення Фейсбук-події</u>	2
4	10	Створення аналітичного звіту перед замовником просування події.	1
<b>Всього практичних занять</b>			<b>7</b>

### 5. Самостійна робота

Назва теми	Зміст завдання для самостійної роботи	Кількість годин
<b>Тема 1.</b> Подія загалом та методи й способи її просування.	1. Ознайомитись з різновидами подій. Вивчити основні терміни родієвого маркетингу.	2
<b>Тема 2.</b> Просування подій в інтернеті від сайту до соціальних мереж.	1. Вивчити основні показники юзабіліті сайту. 2. Опрацювати поняття домену та хостингу сайту.	3
<b>Тема 3.</b> Створення посадкової сторінки для просування івенту.	1. Дослідити тему обов'язкових елементів сайту для події.	1
<b>Тема 4.</b> Прес-релізи та сервіси для e-mail-розсилок.	1. Дослідити та обрати сервіс e-mail-розсилок.	2
<b>Тема 5.</b> Фейсбук-події та розміщення інформації в онлайн-каталогах.	1. Вивчити відмінність між фейсбук-подіями, що створені від імені бізнес-сторінки, та подіями, що створені від особистого профілю користувача.	2
<b>Тема 6.</b> User generated content.	1. Знайти 10 прикладів використання user generated content для просування подій.	1
<b>Тема 7.</b> Спікер на івент та співпраця з блогерами.	1. Підібрати 5 блогерів для просування вашого івенту	1
<b>Тема 8.</b> Бриф для копірайтера та написання слогану.	1. Скласти бриф для копірайтера щодо вашого проекту.	1
<b>Тема 9.</b> Створення контент-плану для події на Facebook та	1. Створити контент-план для події на Facebook щодо вашого проекту.	1

для інших майданчиків.		
<b>Тема 10.</b> Аналітичний звіт перед замовником просування події.	Дослідити різновиди звітів, опрацювавши приклади звітів, що є в навчальних матеріалах.	1
<b>Разом самостійної роботи студентів</b>		<b>15</b>

**ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ**  
**навчальної дисципліни «ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ»**  
**для підготовки до підсумкового контролю**

1. Методи та способи просування події.
2. Основні та обов'язкові елементи сайту події.
3. Сервіси e-mail-розсилок: базові функції та можливості.
4. Основні критерії підбору блогерів для співпраці.

**РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ**

**Електронні інформаційні ресурси**

1. «Як просувати івенти: слово PR-менеджерам, організаторам та маркетологам київських конференцій, фестивалів і виставок». Стаття на сайті KyivMaps, 2021, URL: <https://kyivmaps.com/ua/blog/kak-prodvigat-iventy-slovo-pr-menedzeram-organizatoram-i-marketologam-kievskih-konferencij-festivalej-i-vystavok>
2. «Просування подій в інтернеті: від сайту до соціальних мереж». Стаття на сайті AG Marketing, 2020, URL: <https://ag.marketing/blog/prosuvannya-podij-v-interneti/>
3. Чабан Валерія. «Передусім потрібно думати про аудиторію. Конспект лекцій Віри Щербакрової». Стаття на сайті Bazilik Media, 2020, URL: <https://bazilik.media/peredusim-potribno-dumaty-pro-audytoriiu-konspekt-lektsii-viry-shcherbakovoi/>
4. Сорокіна Кіра. «Івенти у Facebook: створення та просування». Стаття на сайті Lanet Click, 2020, URL: <https://lanet.click/iventy-u-facebook-stvorennia-ta-prosuvannia/>
5. Константинова Вікторія. «Івент. Складові успіху: від ідеї до ефективного просування». Стаття на сайті Global Logic, 2021, URL: <https://www.globallogic.com/ua/insights/blogs/event-from-idea-to-success/>