

СИЛАБУС

з дисципліни «Медіакомунікації та організація event-заходів в туризмі»
на отримання ступеню вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю
242 «Туризм»

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Обсяг курсу – 3 кредити (ECTS): 30 годин лекції, 30 години – практичні заняття, 90 годин – самостійна робота.

Викладач курсу – Кухаренко Анжеліка Леонідівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри культурних універсалій (<http://kuharenko.angi@gmail.com>)

ОПИС КУРСУ

Постреквізити. Продовжують вивчення даного предмету наступні дисципліни: «Організаційна культура», «Соціокультурний сервіс».

Мета та основні задачі дисципліни.

Метою дисципліни є формування теоретичних і практичних основ сучасного управлінського мислення та системи знань із медіакомунікацій та організації event- заходів в туристичній галузі, для налагодження зв'язків у комунікативному секторі цифрового і мультимедійного ринку, опанування навиками професійного планування, організації подій службового, суспільного та приватного характеру, включаючи розробку концепції і програми, формування і контроль виконання бюджету, координацію роботи субпідрядників, а також вивчення ефективності проведеного event; володіння основним інструментарієм медіа ІТ, й PR-технологіями ефективного планування та проведення креативних івентів(подій) бізнес корпоративного та приватного характеру, формування позитивного іміджу Арт-агенцій, охоплюючи всі інструменти керування проектування, бюджетування, логістики, людських взаємовідносин тощо.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- ознайомитися із специфікою та особливостями теорій новітніх медіакомунікативних технологій задля просування і популяризації івентів;
- розвинути у студентів цілісну уяву про галузь медіа комунікацій та організацію event-подій в туризмі;
- розкрити сутність організаційних та технічних засад існування сучасних медіа комунікацій щодо створення й впровадження ексклюзивних івентів задля розвитку ефективності функціонування туристичної галузі;
- обґрунтувати знання про основні дискурсивні практики сучасних медіа-комунікацій, розвиток критичного підходу до регіональної, національної та світової медіа-сфери;
- опанувати основи методології дослідження виняткових подій та технології розробки програм event.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні

Знати:

- основні поняття та загальні принципи творчої медіа-стратегії щодо організації event-заходів, формування медіа-цілі,
- методологію аналізу цільової аудиторії й конкурентної ситуації медіа-переваги щодо створення креативних заходів;
- основні фактори, які впливають на вибір форм і методів організації та проведення івент-заходів;
- сутність поняття «івент», теоретичні аспекти івентивного менеджменту та засади його використання в туристичній індустрії;
- принципи, технології та процедуру розробки івент-заходів;
- класифікації та характеристики івентів;
- креативні форми івентивної діяльності;

- специфіку сучасних медіа комунікацій, комунікативні параметри сприйняття інформації;

Уміти

- визначити концепцію, формат і аплікацію технологій та процедур щодо розробки програм event-заходів різних форматів ;
- спроектувати та реалізувати спеціальну подію будь-якого типу та виду з урахуванням її особливостей та сучасних вимог;
- володіти специфікою та особливостями використання новітніх медіа-комунікативних технологій, методикою управління організаційними комунікаціями відносно позиціонуванню event-подій в креативній галузі туризму;
- брати участь в управлінні і організації роботи рекламних агенцій і установ зі зв'язків з громадськістю та фірмами і організаціями, здійснювати оперативне планування;
- логічно й аргументовано доводити усну та письмову інформацію щодо висування пропозицій для підрядників та усіх членів команди;
- критично оцінювати свої переваги і недоліки як організатора спеціальних подій

Компетентності:

- здатність здійснювати під контролем професійні функції в області реклами і зв'язків з громадськістю в державних, публічних, комерційних структурах, засобах масової інформації щодо презентацій та проведення креативних event-подій в туристичній галузі;
- володіння креативним мисленням й арт-здібностями задля створення іміджу подій та організації й проведення event-заходів;
- використання технік й креативних прийомів задля створення режисерських задумів щодо розроблення драматургії event-заходів, уміння логічно правильно, аргументовано і ясно будувати усну та письмову задачу для підрядників та усіх членів команди;
- організація й проведення подій, володіння special-навичками щодо режисерської й виконавчої (акторської) майстерності;
- моделювання поведінки споживачів event-послуг в залежності від запитів клієнтів щодо задоволення їх потреб ;
- користування візуальним контентом (технологіями створення «електронних декорацій, використовувати тривимірну віртуальну реальність, 3-Д mapping, інтерактивний відео-mapping, - задля створення «вау-ефектів»);
- оволодіння техніками та креативними прийомами щодо драматургії та здійснення івентів, застосовувати event-брендінг;
- створення «імерсивних івентів» (подій, які можуть відбуватися, як в ресторані так і нестандартній локації: корабель, старовинний особняк або замок, в'язниця, лікарня, підземелля, або (повітряна куля прогулянковий трамвай і Party Bus, вітрильні регати) тощо все залежить від ідеї замовника;
- вміння оцінювати результати власної діяльності;
- здатність до командної роботи, налагоджування контактів
- планування бюджету, складання кошторису event-події;
- оцінювання результатів власної діяльності задля ефективності управління заходом.

ЛЕКЦІЇ

Тема 1. Теоретико-методичні основи медіа-комунікації та організація event-заходів в туристичній галузі.

1.1 Поняття та зміст медіа комунікацій, «event», як сегменту креативної індустрії туристичної галузі.

1.2 Структура event-індустрії. Соціальні технології. Візуальна організація комунікативного простору.

1.3 Подієва організація. Типологія і класифікація «комунікації», «event».

1.4 Рекреаційна функція та її організація в туризмі.

Тема 2. Історичні передумови виникнення та розвитку «event-індустрії». Еволюція медіа комунікацій.

2.1 Основні етапи та напрями історичного шляху розвитку «event». (Стародавні Індія; Рим, Греція, Китай).

2.2 Медіакомунікації: історія походження, еволюція концептуальних підходів.

2.3 Івентівні заходи Середньовіччя, Ренесансу, Просвітництва, Нової доби.

2.4 Історія електронних медіа в Україні: «і-бренд», «е-бренд», «онлайн-бренд». Digital (цифрова) репрезентація.

Тема 3. Функціональна спрямованість event.

3.1 Категорії подій (eventів). Класифікації та види спеціальних подій.

3.2 Функції special-подій.

3.3 Ризик-менеджмент виняткових подій.

3.4. Культура управління персоналом. Команда під конкретний проект.

Тема 4. Подія як ключовий засіб PR-комунікації.

4.1 Організація медіа-заходу. (Прес-реліз) його структура та стилістичні особливості.

4.2 Принципи комунікації зі ЗМІ та громадськістю.

4.3 Ефективні інструменти комунікації, заохочення речника для взаємодії з органами влади, написання прес-релізів.

4.3. Професійні якості спеціаліста в галузі Public Relation.

Тема 5. Ризик менеджмент виняткових заходів.

5.1 Поняття, властивості та функції ризиків.

5.2 Види ризиків івент заходів.

5.3 Управління ризиками.

5.4 Безпека проведення івентів.

Тема 6. Організація медіа-заходу.

6.1 Прес-тури, брифінги, круглі столи, як важливий елемент комунікаційного процесу.

6.2 Програма заходу й складання бюджету.

6.3 Анонс подій та способи його поширення, формування логістики івенту.

6.4 Підготовка матеріалів: прес- кіт (папка для журналістів).

формування історії успіху у соц.-мережах.

6.5 Чек-пойнт. Обговорення можливих ризиків та алгоритм дій у форс мажорних обставинах.

Практичні заняття. (8)

1. Мозковий штурм як технологія застосування колективної креативної творчості під час організації event-заходу.

2. Документація ідей в розробці івентів для фахівців туристичної галузі.

3. Підготовка й організація брифінгу щодо обговорення екстра-неординарних подій задля ефективного інструктажу творчої робочої команди, детального обговорення суперечливої інформації щодо визначення обмежуючих обставин та умов задля налагодження зворотного зв'язку.

4. Організація тренінгів, навчання, просвітницької діяльності задля побудови креативної команди.

5. Створення Іміджевих заходів: прес-тури, місе(галузь індустрії ділового туризму) утворюють чотири базових напрями: meetings(корпоративні зустрічі, презентації, переговори);

6. Conferences – заохочувальні тури і програми, корпоративні зустрічі, виставки, презентації, переговори, форуми, семінари та; incentives – мотиваційні заохочувальні тури та програми, тимбилдинги, навчання персоналу, корпоративні свята; exhibitions – виставки, іміджеві заходи (фестивалі, благодійні концерти), PR-події та прес-тури.

7. Кольорова діагностика М. Люшера.

8. Діагностика власного креативного потенціалу та креативних здібностей Е.Е Туніка, вербальна креативність С. Мідника.

Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання - оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: модуль 1 – 50 % семестрової оцінки; модуль 2 - 50% семестрової оцінки.

Інформаційні ресурси

Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>

Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>

Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>

Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>

Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>