

## 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): 14 годин лекції, 16години –  
практичні заняття, 60 годин – самостійна робота.

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

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

**Мета та основні задачі дисципліни. Опис курсу.**

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  
професіонального 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 ;**
- **спроєктувати 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 спеціалізованими навичками щодо режисерської й виконавчої (акторської) майстерності;
  - моделювання поведінки споживачів event-послуг в залежності від запетів 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-брендинг;

- 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.

## **- СТРУКТУРА КУРСУ.**

### **ЛЕКЦІЇ(7)**

**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 форсмажорних 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.