

## СИЛАБУС

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

Державний біотехнологічний університет

**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 ЮНЕСКО та соціального захисту

## ОПИС КУРСУ

**Постреквізити.** Продовжують вивчення даного предмету наступні дисципліни: «Організація виставкової діяльності», «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 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 ;
- 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.

### **СТРУКТУРА КУРСУ.**

#### **ЛЕКЦІЇ**

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

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

Тема 3. Функціональна спрямованість event.

Тема 4. Подія як ключовий засіб PR-комунікації.

Тема 5. Ризик менеджмент виняткових заходів.

Тема 6. Організація медіа-заходу.

### **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 (фестивали, 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/>