

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Івент туризм

спеціальність	242 Туризм і рекреація
рівень вищої освіти	бакалавр
освітня програма	Туристичне обслуговування
статус дисципліни	вибіркова

КИЇВ – 2023

Розробник силабусу: доцент кафедри психології і туризму, к.і.н., доц.
Зінченко В.А.

Схвалено на засіданні кафедри психології і туризму
«08» червня 2023 року, протокол № 16



Завідувач кафедри

Олександр БОНДАРЕНКО

Пояснювальна записка

Метою дисципліни «Івент туризм» є формування у студентів сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань з івент-технологій. Вивчення теоретичних та практичних основ івент-технологій, опанування навиками професіонального планування, організації подій в службовому, суспільному та приватному житті, включаючи розробку концепції і програми, формування і контроль виконання бюджету, координацію роботи субпідрядників, а також вивчення ефективності проведеного івент заходу.

Предметом вивчення вузівського курсу «Івент туризм» є івенти (події) в туризмі (виставки, конференції, спортивні заходи, фестивалі, концерти тощо).

Завданням навчальної дисципліни «Івент туризм» є формування у майбутніх фахівців компетентностей, що забезпечують ефективне планування та проведення міжнародних івентів (подій) в туризмі (виставки, конференції, спортивні заходи, фестивалі, концерти тощо), охоплюючи всі інструменти управління івентами – проектування, маркетинг, бюджетування, логістику, людські відносини, а також формування таких загальних та фахових компетентностей:

Загальні компетентності:

ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК07. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК13. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК15. Здатність зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміння їх презентувати.

Фахові компетентності:

ФК18. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК19. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.

ФК28. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.

ФК29. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

ФК30. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

ФК34. Здатність до використання комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості туристичного обслуговування.

Програмні результати навчання, які перевіряються в результаті вивчення дисципліни:

ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПРН03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПРН24. *Використовувати професійну термінологію, оперувати туристичною інформацією, вести дискусію та передавати власну думку в усній та письмовій формах.*

Курс «Івент туризм» для студентів спеціальності 242 Туризм складається з одного змістового модулю: *Сутність та зміст Івенту (Event) Управління Івентами в індустрії туристичних послуг.*

Загальний обсяг (відповідно до навчального плану) - кредити ЄКТС;
60 год.,

зокрема:

лекції – 10 год.

семінарські заняття – 10 год.

самостійна робота – 40 год.

Навчально-тематичний план дисципліни

«Івент туризм»

№ п/п	Змістові модулі	Кількість годин			
		Денна форма здобуття освіти			
		Разом	зокрема		
			лекції	семінарські заняття	самостійна робота
1.	Тема 1. Поняття та зміст event туризм. Класифікація подій.	12	2	2	8
2.	Тема 2. Теоретичні засади подієвого туризму.	12	2	2	8
3.	Тема 3. Методологія дослідження виняткових подій.	12	2	2	8
4.	Тема 4. Планування івент заходів	12	2	2	8
5.	Тема 5. Інструменти просування і продажів подієвих заходів	12	2	2	8
	Разом годин за модулем 1	60	10	10	40

Перелік тем і зміст лекційних занять з дисципліни «Івент туризм»

Тема 1. Поняття та зміст event. Класифікація подій (2 год.).

Мета вивчення: науково-теоретичне осмислення значення Івент туризм.

Провідна ідея: розуміння факторів застосування Івент в туризмі.

Ключова проблема: інновація – як успіх турбізнесу.

Основні питання:

1. Сутність і зміст івент технологій.
2. Сталі характеристики івент заходів.
3. Ознаки та критерії класифікації івент.
4. Характеристика класифікації івент подій за типом або фінансова класифікація

Тема 2. Цілі та завдання подієвих заходів (2 год.).

Мета вивчення: ознайомлення з цілями та завданнями подієвих заходів.

Провідна ідея: розуміння цілей і завдань подієвих заходів.

Ключова проблема: визначити цілі та завдання подієвих заходів.

Основні питання:

1. Основні цілі заходів.
2. Класифікація івент заходів по цілям.
3. Основні завдання івент.

Тема 3. Методологія дослідження виняткових подій (2 год.)

Мета вивчення: ознайомлення з методологією дослідження виняткових подій.

Провідна ідея: розуміння цілей і завдань виняткових подій.

Ключова проблема: визначити цілі та завдання виняткових подій.

Основні питання:

1. Етапи організації івент заходів.
2. Дослідження подієвих заходів.
3. Сутність понять «Фокус-групи», «Людина-«монітор»».
4. Сутність проведення анкетування та інтерв'ю.
5. Зміст маркетингових досліджень та їх необхідність

Тема 4. Планування івент заходів (2 год.).

Мета вивчення: ознайомлення з методикою планування івент заходів.

Провідна ідея: розуміння цілей і завдань івент заходів.

Ключова проблема: визначити цілі та завдання івент заходів.

Основні питання:

1. Основні елементи планування івент подій.
2. Основні теми, ідеї та концепти івент
3. Первинна та вторинна аудиторія
4. Складові атмосфери заходу.
6. Розклад івент заходу.

Тема 5. Інструменти просування і продажів подієвих заходів (2 год.).

Мета вивчення: ознайомлення з інструментами просування і продажів подієвих заходів.

Провідна ідея: вироблення компетентності щодо втілення інформаційних проектів в туризмі.

Ключова проблема: умови для втілення інформаційних проектів в туризмі.

Основні питання:

1. Основні інструменти продажів заходу.
2. Сутність реклами і рекламних каналів.
3. Основні елементи, які повинні бути присутніми в запрошенні на особливий захід.
4. Формати організації роботи з пресою.

Система оцінювання результатів навчання студентів

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання студентів має таку структуру:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності студента	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1. Аудиторна та самостійна навчальна робота студента	50
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	50

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності кожного студента (аудиторна, обов'язкова позааудиторна самостійна робота (*реферат, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*), здійснюється за десятибальною шкалою (від 0 до 10 балів). У кінці вивчення навчального матеріалу кожного організаційного модуля викладач виставляє **окремо** бали за: 1) аудиторну роботу, 2) виконання однієї обов'язкової позааудиторної самостійної роботи з обраної студентом теми – як середнє значення усіх поточних оцінок з кожного виду роботи студента з округленням до цілого числа. Ці оцінки помножуються на **2 (10 x 2 = 20)**. Таким чином, сума балів (**максимум 20+20=40**) за зазначені види роботи накопичується в рейтинговому “кошику” студента. У кінці вивчення навчального матеріалу модуля викладач виводить також середнє значення всіх поточних оцінок за виконання студентом додаткових завдань (*доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*) (**максимум 10 балів**). Визначений середній бал за виконання додаткових завдань додається до попередньо зароблених студентом балів. Сума балів за названі види роботи (**максимум 20+20+10=50**) є рейтинговим балом студента за роботу протягом семестру.

Невиконання завдань самостійної роботи, невідвідування семінарських та практичних занять позначаються “0” балів.

Підсумковий контроль

Залік

Оцінка в національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала студента за дисципліну таким чином:

90 – 100 балів	–	A	} зараховано
82 – 89 балів	–	B	
75 – 81 бал	–	C	
66 – 74 бали	–	D	
60 – 65 балів	–	E	
59 балів і нижче	–	FX.	

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **60 і вище**, отримують оцінку “зараховано” і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка “зараховано” в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – **E** та бал **60**. Якщо студент під час заліку отримав оцінку “не зараховано”, то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка “не зараховано” в національній шкалі, оцінка **FX** – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

Умови допуску до семестрового заліку

При розв’язанні питання про допуск студентів до заліку з дисципліни «Івент туризм» враховується виконання ними вимог навчального плану і графіка навчального процесу. Студенти денної форми здобуття освіти мають відпрацювати всі пропущені аудиторні заняття з дисципліни «Івент туризм». Студент вважається **допущеним до семестрового заліку**, якщо він **виконав усі види робіт**, що передбачені робочою програмою дисципліни.

Плани семінарських занять
навчальної дисципліни «Івент туризм»

Семінарське заняття 1. Поняття та зміст event. Класифікація подій (2 години)

Питання для обговорення теми:

1. Сутність і зміст івент технологій.
2. Сталі характеристики івент заходів.
3. Ознаки та критерії класифікації івент.
4. Характеристика класифікації івент подій за типом або фінансова класифікація.

Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):

1. Підходи до визначення поняття «ивент».
2. Різноманітні погляди до класифікації івент заходів.

Основна література:

1. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
2. Кнаузе Б. Event-менеджмент и его составляющие. СПб.: Инфра, 2013.

Додаткова література:

1. Михно М.А. Роль інновацій в туризмі: учебник. Москва: Академия, 2014. 210 с.
2. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. Москва : Вершина, 2006. 544 с.

Семінарське заняття 2. Цілі та завдання подієвих заходів (2 години)

Питання для обговорення теми

1. Охарактеризуйте основні цілі заходів.
2. Визначте класифікацію івент заходів по цілям.
3. Сформулюйте основні задачі івент.

Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):

1. Означте цілі та задачі по типам івент заходів.
2. Національні особливості івент подій.

Основна література:

1. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе. Ростов н/Д: Март, 2013. 224 с.
2. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

Додаткова література:

3. Михно М.А. Роль інновацій в туризмі: учебник. Москва: Академия, 2014. 210 с.
4. Сондер М. Івент-менеджмент: організація розвлекательних заходів. Техники, ідеї, стратегії, методи. Москва : Вершина, 2006. 544 с.

Семінарське заняття 3. Методологія дослідження виняткових подій (2 годин)

Питання для обговорення теми

1. Етапи організації івент заходів.
2. Дослідження подієвих заходів.
3. Сутність понять «Фокус-групи», «Людина-«монітор»».
4. Сутність проведення анкетування та інтерв'ю.
5. Зміст маркетингових досліджень та їх необхідність

Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):

1. Означте основні відмінності при проведенні дослідження за допомогою фокус-групи та інтерв'ю.
2. Визначте переваги та недоліки дослідження при проведенні анкетування та інтерв'ю.
3. Назвіть особливості дослідження за допомогою експертної думки, поясніть хто може виступати в якості експерта івент подій.

Основна література:

1. Кнаузе Б. Event-менеджмент и его составляющие. СПб.: Инфра, 2013.
2. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе. Ростов н/Д: Март, 2013. 224 с.

Додаткова література:

3. Михно М.А. Роль инноваций в туризме: учебник. Москва: Академия, 2014. 210 с.
4. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

Семінарське заняття 4. Планування івент заходів (2 год.)

Питання для обговорення теми

1. Основні елементи планування івент подій.
2. Основні теми, ідеї та концепти івент
3. Первинна та вторинна аудиторія
4. Складові атмосфери заходу.
5. Розклад івент заходу.

Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):

1. Основні теми, ідеї та концепти івент
2. Складові атмосфери заходу.
3. Складіть розклад івент заходу

Основна література:

1. Кнаузе Б. Event-менеджмент и его составляющие. СПб.: Инфра, 2013.
2. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе. Ростов н/Д: Март, 2013. 224 с.

Додаткова література:

3. Михно М.А. Роль инноваций в туризме: учебник. Москва: Академия, 2014. 210 с.
4. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

Семінарське заняття 5. Інструменти просування і продажів подієвих заходів (2 год.).

Питання для обговорення теми

1. Основні інструменти продажів заходу.
2. Сутність реклами і рекламних каналів.
3. Основні елементи, які повинні бути присутніми в запрошенні на особливий захід.
4. Формати організації роботи з пресою.

Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):

1. Поясніть відмінності між рекламою та Public Relations.
2. Назвіть переваги та недоліки Інтернету, як рекламного каналу.

Основна література:

1. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
2. Кнаузе Б. Event-менеджмент и его составляющие. СПб.: Инфра, 2013.

Додаткова література:

5. Михно М.А. Роль інновацій в туризмі: учебник. Москва: Академия, 2014. 210 с.
6. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. Москва : Вершина, 2006. 544 с.

Критерії оцінювання роботи здобувача вищої освіти на семінарському занятті

Максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може заробити за різні види роботи під час одного семінарського заняття становить 10 балів.

№ п/п	Види роботи студента на семінарському занятті	Кількість балів	Критерії оцінки

1.	Відповідь на семінарі з основних питань обговорення теми	9-10	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем
		7-8	Правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна
		4-6	Відповідь з порушенням логіки, не аргументована
		2-3	Відповідь з суттєвими помилками
		1	Відповідь що не відповідає змісту питання
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини
2.	Активна участь у роботі семінару (доповнення, участь у обговоренні ключових питань теми)	8-9-10	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність з матеріалом
		5-6-7	Висока активність, що свідчить про фрагментарну обізнаність з матеріалом
		3-4	Середня активність, що свідчить про необізнаність з матеріалом
		1-2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини

Вимоги до виконання позааудиторної самостійної роботи

Позааудиторна самостійна робота передбачає такі види :

а) Створення навчальних кейсів

Найважливішими завданнями освіти в Україні є підготовка освіченої, творчої особистості, тому застосування кейс-методу як особливої технології навчання і виду самостійної роботи видається надзвичайно актуальними. Сутність кейс-методу полягає в тому, що засвоєння знань і формування вмінь є результатом активної самостійної діяльності студентів і, в силу цього, відбувається творче опанування професійними знаннями, навичками, вміннями і, що важливо, розвиває здібності мислити.

Кейс – це спеціально підготовлений навчальний матеріал, що містить структурований опис ситуацій, запозичених з реальної практики ситуацій (від англ. case – «випадок»). підготовлену за спеціальним форматом і призначену для навчання студентів (курсантів) аналізу різних видів інформації, її узагальненню, пошуку можливих варіантів її вирішення.

Застосування кейс-методу під час самостійної роботи сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти:

- аналітичних навичок (вміння відрізнити дані від інформації, класифікувати, виділяти суттєву та несуттєву інформацію, аналізувати, представляти та добувати їх; мислити чітко й логічно),
- практичних навичок (формування на практиці навичок використання теорії, методів та принципів),
- творчих здібностей (генерація альтернативних рішень),
- комунікативних навичок (вміння вести дискусію, переконувати, використовувати наочний матеріал та інші медіа-засоби, кооперуватися в групі, захищати власну точку зору, переконувати опонентів, складати короткий та переконливий звіт),
- соціальних навичок (оцінка поведінки людей, вміння слухати, підтримувати в дискусії чи аргументувати протилежні думки, контролювати себе тощо).

Вимоги до створення кейсу:

- навчальна проблема має бути пов'язана з матеріалом, що вивчається;
- проблеми повинні представляти пізнавальну значущість;
- проблемні питання повинні спиратися на досвід і знання здобувача вищої освіти отримані під час навчання і практики;
- основним своїм вмістом проблема повинна давати напрям пізнавальному пошуку, вказувати напрям до її рішення.

Обговорення навчальної проблеми, яка міститься в кейсі:

- Залучення учасників до обговорення реальної ситуації. Введення в ситуацію. Опис ситуації.
- Виконання індивідуального завдання. Пошук необхідного інформаційного матеріалу.
- Усвідомлення і формулювання проблеми на основі інтерпретації ситуації.
- Виявлення причин виникнення даної проблеми.

- Вироблення різних способів дії (варіантів вирішення проблеми) в даній ситуації – альтернатив.
- Вибір кращого рішення (альтернативи) з опорою на аналіз позитивних і негативних наслідків кожного, а також на аналіз необхідних ресурсів для їх здійснення.
- Складання програми діяльності з орієнтацією на первинні цілі первинні цілі і реальності їх реалізації (з визначенням конкретних кроків і наповненням їх вмісту).

б) доповідь у формі мультимедійної презентації

Мультимедійна презентація урізноманітнює навчальний процес, підвищує продуктивність навчальної роботи, дає можливість урахувати особливості конкретної аудиторії та кожного окремого слухача.

Загальні вимоги до мультимедійної презентації:

У презентації має бути не менше 10 слайдів. Перший слайд – це титульний, на якому слід представити: назву презентації, прізвище та ініціали доповідача. На наступних слайдах розміщується зміст презентації.

Під час представлення інформації в мультимедійній презентації кожен слайд має відображати одну думку. Текст має складатися з коротких слів та простих речень, слід використовувати короткі слова та речення. Рядок має містити 6-8 слів. Зводять до мінімуму кількість прийменників, прикметників, прислівників.

Заголовки слайдів мають привертати увагу аудиторії та узагальнювати основні положення слайду. Усі слайди презентації мають бути витримані в одному стилі. Краще обирати горизонтальне розміщення інформації. Не варто перевантажувати слайд інформацією (одночасно запам'ятовується не більше 3-х фактів, висновків, визначень). Найбільша ефективність досягається тоді, коли ключові пункти відтворюються по одному на кожному окремому слайді. Слайди мають містити узагальнюючу інформацію з обраної студентом тематики. Можна використати різні підходи – текст, малюнки, блоки зі стрілками, таблиці тощо. Якщо на слайді розміщено зображення, то надпис розміщується під ним. Рекомендовано виділяти головне у тексті іншим кольором (бажано в єдиному стилі). Оптимальний розмір шрифту – 16. Розмір для заголовків та титулів – 22 або 24.

Список літератури формується у наступному порядку: 1. спочатку вказуються прізвища (в алфавітному порядку) та ініціали або назва збірки чи підручника. 2. вказується назва джерела (без лапок). 3. вказується місце видання. 4. через двокрапку вказується видавництво (без лапок). 5. після коми ставиться рік видання.

Наприклад : Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Харків: Право, 2005. 304 с.

в) творче завдання у формі есе.

Есе – самостійна творча робота з обраної студентами тематики. Мета есе полягає в розвитку навичок самостійного творчого мислення й письмового послідовного викладу власних думок. Есе дозволяє авторові навчитися чітко й грамотно формулювати думки, структурувати інформацію, використовувати основні категорії аналізу, виділяти причиново-наслідкові зв'язки, аргументувати висновки; володіти науковим стилем мовлення.

Загальні вимоги до есе:

Есе має містити чіткий виклад суті поставленої проблеми, включати самостійно проведений аналіз цієї проблеми, а також висновки, що узагальнюють авторську позицію з поставленої проблеми. **Обсяг есе – 2-3 сторінки формату А 4** друкованого або рукописного тексту.

Рекомендована структура есе:

Титульний аркуш

Вступ: місія студента щодо розгляду теми есе, обґрунтування вибору цієї теми.

Під час визначення мети та завдань роботи важливо правильно сформулювати питання, на які ви збираєтеся знайти відповідь у ході свого дослідження. При роботі над вступом можуть допомогти відповіді на такі питання: «Чи потрібно давати визначення термінам, що використані в темі есе?», «Чому тема, яку я розкриваю, є актуальною на сьогоднішній день?», «Які поняття будуть залучені в мої міркування?» тощо.

Основна частина: теоретичні основи обраної проблеми й виклад основного питання.

Ця частина припускає розвиток аргументації й аналізу, а також обґрунтування їх, виходячи з наявних даних, інших аргументів і позицій щодо питання. У цьому полягає основний зміст есе й це являє собою головні труднощі. Тому важливе значення мають підзаголовки, на основі яких здійснюється структурування аргументації; саме тут необхідно обґрунтувати (логічно, використовуючи міркування) пропоновану тезу.

Висновок: узагальнення й аргументовані висновки до теми.

Підсумовує есе або ще раз вносить пояснення, підкріплює зміст і значення викладеного в основній частині. Висновок може містити такий дуже важливий, що доповнює есе, елемент як рекомендація на застосування дослідження, на розвиток взаємозв'язків з іншими проблемами.

Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи

дотримані всі вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи: позначені проблема й обґрунтована її актуальність, зроблений аналіз різних точок зору на проблему й логічно викладена власна позиція, сформульовані висновки, тема розкрита повністю, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення, дані правильні відповіді на додаткові питання.	8-9-10 балів
---	--------------

дотримані основні вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи, тема розкрита достатньо повно, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення. Водночас допущені деякі недоліки: не обґрунтовано актуальність теми, сформульовані висновки не чіткі, наявні певні неточності у викладенні матеріалу.	6-7 балів
значне недотримання вимог до написання позааудиторної самостійної роботи. Зокрема: тема розкрита лише частково, допущені фактичні помилки в змісті позааудиторної самостійної роботи, відсутній висновок, не витриманий обсяг самостійної роботи; є недоліки в оформленні.	3-4-5 балів
тема позааудиторної самостійної роботи не розкрита, виявляється істотне нерозуміння проблеми, не витриманий обсяг самостійної роботи; самостійна робота оформлена не правильно.	1-2 балів
Невиконання здобувачем вищої освіти позааудиторної самостійної роботи	0 балів

Модульна контрольна робота

Модульна контрольна робота є складником семестрового рейтингу. Наприкінці семестру всі здобувачі вищої освіти виконують модульні контрольні роботи з усіх дисциплін.

До кожного варіанта модульної контрольної роботи входить по три питання, що відповідають репродуктивному (рівень А), алгоритмічному (рівень В) й творчому (рівень С) рівням складності.

Зразок модульної контрольної роботи

Варіант № 2

1. Ознаки класифікації видів event Музиканта В. Л. (Рівень А).
Максимальна кількість балів – 10.
2. Етапи організації івент заходів (Рівень В).
Максимальна кількість балів – 15.
3. Охарактеризуйте рекламу в засобах масової інформації як інструмента просування івент (Рівень С).
Максимальна кількість балів – 25.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

Питання репродуктивного рівня (рівень А). Максимальна кількість балів – 10.

9-10 балів – виставляються за бездоганну відповідь.

6-7-8 балів – виставляються за повну відповідь, але в ній допущені деякі неточності, що не мають істотного значення.

4-5 балів – виставляються за неповну відповідь, в якій багато неточностей.

1-2-3 бали – виставляються за схематичну відповідь, в якій багато фактологічних помилок.

0 балів – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

Питання алгоритмічного рівня (рівень В). Максимальна кількість балів – 15.

13-14-15 балів – виставляються за умови досконалого орієнтування у змісті понять, що висвітлюються, безпомилкового знання фактологічного матеріалу.

10-11-12 балів – виставляються за умови в цілому правильного висвітлення питання.

7-8-9 балів – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми.

3-4-5 балів – виставляються за умови неповного, поверхового розкриття змісту проблеми.

1-2 бали – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми з суттєвими помилками її розкриття.

0 балів – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

Питання творчого рівня (рівень С). Максимальна кількість балів – 25.

22-23-24-25 балів – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь, що містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань.

18-19-20-21 балів – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь.

14-15-16-17 балів – виставляються за умови, що відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить незначні недоліки у викладі теоретичного підґрунтя.

10-11-12-13 балів – виставляються за умови, що відповідь правильна, але містить незначні недоліки, рівень самостійності в судженнях недостатній.

6-7-8-9 балів – виставляються за умови, що відповідь неповна, схематична; рівень самостійності в судженнях недостатній.

3-4-5 балів – виставляються за умови, якщо у відповіді є неточності та помилки у розкритті проблеми; рівень самостійності в судженнях недостатній.

1-2 бали – виставляються за умови, відсутності вичерпної відповіді на питання; наявності значної кількості неточностей і фактологічних помилок, що свідчить про поверховість знань студента.

0 балів – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдань.

Модульна контрольна робота виконується протягом двох академічних годин (1 година 20 хвилин)). Максимальний рейтинг здобувача вищої освіти за виконання модульної контрольної роботи становить 50 балів.

Орієнтовні питання до модульної контрольної роботи

1. Сутність і зміст івент технологій.
2. Сталі характеристики івент заходів.
3. Ознаки та критерії класифікації івент.
4. Характеристика класифікації івент подій за типом або фінансова класифікація.
5. Ознаки класифікації видів event Музиканта В. Л.
6. Підходи до визначення поняття «ивент».
7. Різноманітні погляди до класифікації івент заходів.
8. Охарактеризуйте основні цілі заходів.
9. Визначте класифікацію івент заходів по цілям.
10. Сформулюйте основні задачі івент.
11. Означте цілі та задачі по типам ивент заходів.
12. Національні особливості ивент подій.
13. Назвіть етапи організації ивент заходів.
14. Що розуміється під дослідженням подієвих заходів.
15. Розкрийте сутність понять «Фокус-групи», «Людина-«монітор»».
16. Поясніть сутність проведення анкетування та інтерв'ю.
17. Охарактеризуйте зміст маркетингових досліджень та їх необхідність.
18. Означте основні відмінності при проведенні дослідження за допомогою фокус-групи та інтерв'ю.
19. Визначте переваги та недоліки дослідження при проведенні анкетування та інтерв'ю.
20. Назвіть особливості дослідження за допомогою експертної думки, поясніть хто може виступати в якості експерта ивент подій.
21. Назвіть основні підходи розробки подієвого заходу.
22. Охарактеризуйте сутність підходу мозковий штурм при розробці ивент.
23. Визначте значущість документації ідей та проведення конкурсу ідей.
24. Поясніть переваги підходу «Творчий вплив ззовні» при розробці виняткових подій.
25. Назвіть основні елементи планування ивент подій.

26. Охарактеризуйте основні теми, ідеї та концепти івент
27. Поясніть, що таке первинна та вторинна аудиторія
28. Що є складовими атмосфери заходу.
29. Що важливо врахувати при планування часу заходу.
30. Чому є важливим розклад івент заходу
31. Означте важливість вибору "обличчя заходу", що від нього залежить і на що впливає.
32. Визначте який елемент з правила «п'яти почуттів» (зір, слух, дотик, нюх , смак.) – є найбільш важливий для івент заходів.
33. Визначте дві основні культури управління персоналом.
34. Що значить тимчасовий персонал при організації івент, які функції він виконує.
35. Яким чином необхідно організувати роботу персоналу для успішного проведення заходу
36. Що включає в себе робота з підрядниками заходу.
37. Поясніть що є більш успішним для проведення івент заходу – розподіл робіт за проектами або розподіл робіт за функціями.
38. Визначте переваги та недоліки роботи з підрядниками івент заходів.
39. Розкрийте сучасні підходи до формування складу персоналу для івент заходів.
40. Визначте основні види ризиків івент заходів.
41. Що розуміється під фінансовим та правовим ризиком, чому вони загрожують.
42. Поясніть сутність експлуатаційного ризику івент заходів.
43. Що включає в себе управління ризиками виняткових подій.
44. Визначте головні складові безпеки проведення заходу.
45. Поясніть чому є важливим визначення та управління ризиками івент заходів.
46. Охарактеризуйте сучасну систему безпеки івент заходів.
47. Назвіть основні інструменти продажів заходу.
48. Визначте сутність реклами і рекламних каналів.
49. Означте основні елементи, які повинні бути присутніми в запрошенні на особливий захід.
50. Охарактеризуйте рекламу в засобах масової інформації як інструмента просування івент.
51. Визначте формати організація роботи з пресою.
52. Поясніть відмінності між рекламою та Public Relations.
53. Назвіть переваги та недоліки Інтернету, як рекламного каналу.
54. Назвіть найбільш популярні інструментами при оцінці special event.
55. Поясніть фінансову класифікацію івент заходів.
56. Визначте основні фінансові питання при організації івент.
57. З'ясуйте головні фактори, що впливають на бюджет подієвого заходу.
58. Які головні вимоги висуваються до бюджету заходу.
59. Визначте сучасні джерела формування доходів івент заходів.
60. Запропонуйте шляхи зниження витрат виняткового заходу

Підсумковий контроль

Залік

Оцінка в національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала студента за дисципліну таким чином:

90 – 100 балів	–	A	} зараховано
82 – 89 балів	–	B	
75 – 81 бал	–	C	
66 – 74 бали	–	D	
60 – 65 балів	–	E	
59 балів і нижче	–	FX.	

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **60 і вище**, отримують оцінку “зараховано” і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка “зараховано” в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – **E** та бал **60**. Якщо студент під час заліку отримав оцінку “не зараховано”, то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка “не зараховано” в національній шкалі, оцінка **FX** – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

Питання до заліку з дисципліни «Івент туризм»

1. Сутність і зміст івент технологій.
2. Сталі характеристики івент заходів.
3. Ознаки та критерії класифікації івент.
4. Характеристика класифікації івент подій за типом або фінансова класифікація.
5. Ознаки класифікації видів event Музиканта В. Л.
6. Підходи до визначення поняття «ивент».
7. Різноманітні погляди до класифікації івент заходів.
8. Охарактеризуйте основні цілі заходів.
9. Визначте класифікацію івент заходів по цілям.
10. Сформулюйте основні задачі івент.
11. Означте цілі та задачі по типам івент заходів.
12. Національні особливості івент подій.
13. Назвіть етапи організації івент заходів.
14. Що розуміється під дослідженням подієвих заходів.
15. Розкрийте сутність понять «Фокус-групи», «Людина-«монітор»».
16. Поясніть сутність проведення анкетування та інтерв'ю.
17. Охарактеризуйте зміст маркетингових досліджень та їх необхідність.

18. Означте основні відмінності при проведенні дослідження за допомогою фокус-групи та інтерв'ю.
19. Визначте переваги та недоліки дослідження при проведенні анкетування та інтерв'ю.
20. Назвіть особливості дослідження за допомогою експертної думки, поясніть хто може виступати в якості експерта івент подій.
21. Назвіть основні підходи розробки подієвого заходу.
22. Охарактеризуйте сутність підходу мозковий штурм при розробці івент.
23. Визначте значущість документації ідей та проведення конкурсу ідей.
24. Поясніть переваги підходу «Творчий вплив ззовні» при розробці виняткових подій.
25. Назвіть основні елементи планування івент подій.
26. Охарактеризуйте основні теми, ідеї та концепти івент
27. Поясніть, що таке первинна та вторинна аудиторія
28. Що є складовими атмосфери заходу.
29. Що важливо врахувати при планування часу заходу.
30. Чому є важливим розклад івент заходу
31. Означте важливість вибору "обличчя заходу", що від нього залежить і на що впливає.
32. Визначте який елемент з правила «п'яти почуттів» (зір, слух, дотик, нюх , смак.) – є найбільш важливий для івент заходів.
33. Визначте дві основні культури управління персоналом.
34. Що значить тимчасовий персонал при організації івент, які функції він виконує.
35. Яким чином необхідно організувати роботу персоналу для успішного проведення заходу
36. Що включає в себе робота з підрядниками заходу.
37. Поясніть що є більш успішним для проведення івент заходу – розподіл робіт за проектами або розподіл робіт за функціями.
38. Визначте переваги та недоліки роботи з підрядниками івент заходів.
39. Розкрийте сучасні підходи до формування складу персоналу для івент заходів.
40. Визначте основні види ризиків івент заходів.
41. Що розуміється під фінансовим та правовим ризиком, чому вони загрожують.
42. Поясніть сутність експлуатаційного ризику івент заходів.
43. Що включає в себе управління ризиками виняткових подій.
44. Визначте головні складові безпеки проведення заходу.
45. Поясніть чому є важливим визначення та управління ризиками івент заходів.
46. Охарактеризуйте сучасну систему безпеки івент заходів.
47. Назвіть основні інструменти продажів заходу.
48. Визначте сутність реклами і рекламних каналів.
49. Означте основні елементи, які повинні бути присутніми в запрошенні на особливий захід.
50. Охарактеризуйте рекламу в засобах масової інформації

- як інструмента просування івент. 51. Визначте формати організація роботи з пресою.
52. Поясніть відмінності між рекламою та Public Relations.
53. Назвіть переваги та недоліки Інтернету, як рекламного каналу.
54. Назвіть найбільш популярні інструментами при оцінці special event.
55. Поясніть фінансову класифікацію івент заходів.
56. Визначте основні фінансові питання при організації івент.
57. З'ясуйте головні фактори, що впливають на бюджет подієвого заходу.
58. Які головні вимоги висуваються до бюджету заходу.
59. Визначте сучасні джерела формування доходів івент заходів.
60. Запропонуйте шляхи зниження витрат виняткового заходу

Рекомендовані джерела

Базова література:

1. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
2. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

Додаткова література:

3. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

Інформаційні ресурси:

1. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
2. Офіційний сайт Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nau.kiev.ua>
3. Офіційний сайт Державної туристичної Адміністрації [Електронний ресурс].]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>
4. Офіційний сайт з питань ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.restcon.ru>
5. Сайт з інформацією про країнознавство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.ru>
6. Сайт про міста та країни світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.strani.ru>