

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра менеджменту

Надія Буняк

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ
МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Луцьк
2025

УДК 005:316.6

Б 91

*Рекомендовано до друку науково-методичною радою
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(протокол № 2 від 15.10.2025 р.).*

Рецензент: Бегун С. І. – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і торгівлі Волинського національного університету імені Лесі Українки

Буняк Н. М.

Б 91 Івент-менеджмент: методичні вказівки до практичних занять /
Надія Михайлівна Буняк. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2025. 64 с.

Методичні вказівки до практичних занять складено відповідно до силабусу освітнього компоненту «Івент-менеджмент». Навчально-методичне видання містить перелік завдань, що виносяться на практичні заняття, рекомендовану літературу.

Рекомендовано здобувачам освіти 2-го курсу спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент»

УДК 005:316.6

© Буняк Н. М., 2025

© Волинський національний
університет імені Лесі Українки, 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
Структура освітнього компонента «Івент-менеджмент»	5
Змістовий модуль 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ	6
Практичне заняття 1. <i>Сутність, теоретичні засади та понятійний апарат івент-менеджменту</i>	6
Практичне заняття 2. <i>Особливості івенту як об'єкту управління. Класифікація подій в івент-менеджменті</i>	12
Практичне заняття 3. <i>Розробка концепції заходу</i>	18
Практичне заняття 4. <i>Планування івенту</i>	23
Практичне заняття 5. <i>Управління часом, процесами й командою івенту</i>	28
Змістовий модуль 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ	34
Практичне заняття 6. <i>Організаційне, виробниче, технічне та маркетингове забезпечення івенту: організаційні та виробничі аспекти</i>	34
Практичне заняття 7. <i>Організаційне, виробниче, технічне та маркетингове забезпечення івенту: технічні та маркетингові аспекти</i>	39
Практичне заняття 8. <i>Управління бюджетом івенту</i>	45
Практичне заняття 9. <i>Управління ризиками в івент-менеджменті</i>	50
Практичне заняття 10. <i>Контроль виконання івенту та оцінка його ефективності</i>	55
Рекомендована література	61

ВСТУП

У теперішніх реаліях, коли досвід та емоції є не менш вагомими ніж продукт, важливість івент-менеджменту важко переоцінити, адже він є потужним інструментом, що поєднує в собі креативність, стратегічне планування та практичну реалізацію й дозволяє досягати бізнес-цілей, будувати спільноти та залишати незабутні враження. За допомогою таких заходів, як виставки, презентації чи корпоративи, організації можуть побудувати міцні відносини з клієнтами, партнерами та співробітниками; сформувати позитивний імідж бренду та підвищити його впізнаваність; збільшити продажі та залучити нових клієнтів; об'єднати людей зі спільними інтересами та створити міцні спільноти; сприяти культурному обміну тощо. За цих обставин особливої актуальності набуває оволодіння майбутніми фахівцями у сфері управління навиками планування, організації, реалізації та оцінювання корпоративних й масових подій, що генерують сильні емоції.

Метою вивчення івент-менеджменту є формування у здобувачів освіти комплексних компетентностей, необхідних для успішної організації та проведення заходів.

Вивчення освітнього компонента «Івент-менеджмент» орієнтоване на:

- оволодіння термінологією, принципами та етапами організації подій (планування, бюджетування, логістика);
- розвиток організаційних та управлінських компетентностей (навчання складанню таймінг-планів, кошторисів, роботі з командою та підрядниками);
- формування креативного мислення, зокрема здатності створювати унікальні концепції заходів, знаходити нестандартні рішення та ефективно їх реалізовувати;
- набуття компетенцій у сфері ведення переговорів, публічних виступів та вирішення конфліктних ситуацій;
- оволодіння інструментарієм просування івентів;
- формування уявлення про емоції як важливий чинник поведінкової економіки.

Основною метою розроблених методичних вказівок є допомога здобувачам освіти у підготовці до практичних занять з освітнього компонента «Івент-менеджмент», оволодінні необхідними компетентностями щодо управління подіями, враховуючи принципи поведінкової економіки, яка пояснює, як емоції та психологічні фактори впливають на рішення людей.

Методичні рекомендації до проведення практичних занять з освітнього компонента «Івент-менеджмент»:

- оголошення теми, мети та завдань заняття;
- повторення основних теоретичних положень;
- проведення дискусії з основних проблемних аспектів теми;
- виконання тестових завдань;
- розгляд ситуаційних та виконання практичних завдань;
- підбиття підсумків, оцінювання роботи здобувачів освіти, надання завдань для самостійної роботи.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бал
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи івент-менеджменту						
Тема 1. Сутність, теоретичні засади та понятійний апарат івент-менеджменту	14	1	2	10	1	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Тема 2. Особливості івенту як об'єкту управління. Класифікація подій в івент-менеджменті	14	1	2	10	1	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Тема 3. Розробка концепції заходу	14	1	2	10	1	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Тема 4. Планування івенту	14	1	2	10	1	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Тема 5. Управління часом, процесами й командою івенту	23		2	20	1	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Разом за модулем 1	79	4	10	60	5	50
Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти івент-менеджменту						
Тема 6. Організаційне, виробниче, технічне та маркетингове забезпечення івенту	19	2	4	12	1	ДС (6), Т (4), РЗ (10) / 20
Тема 7. Управління бюджетом івенту	16	1	2	12	1	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Тема 8. Управління ризиками в івент-менеджменті	18	1	2	13	2	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Тема 9. Контроль виконання івенту та оцінка його ефективності	18	2	2	13	1	ДС (3), Т (2), РЗ (5) / 10
Разом за модулем 2	71	6	10	50	5	50
Всього годин / Балів	150	10	20	110	10	100

*Форма контролю: дискусія (ДС), тести (Т), розгляд ситуаційних та виконання практичних завдань (РЗ)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Практичне заняття №1

Тема. Сутність, теоретичні засади та понятійний апарат івент-менеджменту

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння сутності, теоретичних засад, понятійного апарату івент-менеджменту

Завдання: розглянути основні поняття теми; розкрити сутність та зміст івент-менеджменту; визначити місце івент-менеджменту в системі управління підприємством; проаналізувати основні етапи івент-менеджменту; сформуувати комплексне бачення специфіки діяльності івент-менеджера; розвинути компетентності щодо відстоювання своєї точки зору та ведення дискусії

Питання для обговорення

1. Сутність і зміст івент-менеджменту
2. Місце івент-менеджменту в системі менеджменту підприємства
3. Етапи івент-менеджменту
4. Івент-менеджер: особливості роботи
5. Структура сучасного івент-ринку

Контрольні питання

1. Розкрийте сутність івент-менеджменту як виду діяльності.
2. Які функції виконує івент-менеджмент у сучасному суспільстві?
3. Хто з теоретиків та практиків зробив значний внесок у розробку теоретичних засад івент-менеджменту? У чому він полягав?
4. Які чинники найбільше вплинули на становлення понятійного апарату івент-менеджменту?
5. У яких значеннях може виступати івент-менеджмент у системі менеджменту підприємства?
6. Назвіть етапи івент-менеджменту та охарактеризуйте їх.
7. Сформулюйте основні вимоги до фахівців у сфері івент-індустрії.
8. Якими компетентностями повинен володіти сучасний івент-менеджер?
9. Охарактеризуйте сферу діяльності івент-менеджера.
10. Проаналізуйте сучасні тренди розвитку івент-ринку в Україні та світі.

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. ПП «Інноватор» вирішило відсвяткувати свій десятирічний ювілей, запросивши понад 300 партнерів і клієнтів. Керівництво призначило вас івент-менеджером, надавши бюджет у розмірі 1 млн. грн. Однак, крім дати та загального бюджету, жодних конкретних ідей чи цілей не було визначено. Ваше завдання – організувати незабутнє свято, що зміцнить позиції підприємства на

ринку. Ви розумієте, що успіх заходу залежить від системного підходу. Тому ви вирішили ретельно розпланувати всі етапи роботи. Ваша команда має обмежені ресурси, і ви усвідомлюєте, що будь-яка помилка на початкових етапах може призвести до значних втрат. Ви починаєте з аналізу аудиторії та її очікувань. Важливо, щоб захід не лише розважив гостей, а й залишив позитивні враження про ваше підприємство.

Питання.

1. Які основні завдання ви поставите на етапі ініціації івенту, щоб перетворити загальну ідею в конкретний план?
2. Опишіть, які дії ви виконаєте на етапі планування, враховуючи обмежені ресурси та відсутність чіткої концепції від замовника?
3. Які інструменти та методи ви використаєте на етапі аналізу, щоб оцінити успішність ювілею та ефективність витрачених ресурсів?

Завдання 2. Ви є івент-менеджером, який організовує міжнародну наукову конференцію. Захід проходить у великому конференц-центрі. Все йде за планом: спікери на місці, реєстрація працює, технічне обладнання налаштоване. Раптом, за 30 хвилин до початку основної доповіді, оголошують про відключення електроенергії через аварію на підстанції. Організатори заздалегідь не передбачили наявності потужного резервного генератора. Час спливає, а зал залишається без світла та звуку. Учасники починають нервувати, а спікер не може розпочати виступ. Ви розумієте, що цей форс-мажор може зруйнувати репутацію вашого івент-агенства. Ваші дії повинні бути швидкими, рішучими та ефективними. Вам потрібно терміново знайти альтернативне рішення.

Питання.

1. На якому етапі івент-менеджменту виникла ця ситуація, і чому планування не змогло її повністю запобігти?
2. Які швидкі та оперативні заходи ви вживатимете на етапі проведення заходу, щоб вирішити проблему з відключенням електроенергії?
3. Які дії ви виконаєте для комунікації з учасниками та головним спікером, щоб мінімізувати їх розчарування?
4. Що ви включите в звіт для клієнта на етапі аналізу, щоб продемонструвати професійний підхід до вирішення форс-мажорних обставин?

Завдання 3. Торгова компанія – ТОВ «Гармонія» – розробила новий екологічний засіб для чищення, що має значний потенціал на ринку. Керівництво вирішило, що найефективнішим способом його просування стане участь у міжнародній виставці. Ваш відділ маркетингу отримав завдання повністю організувати цю подію. Вам потрібно не лише оформити виставковий стенд, а й створити ефективну програму презентації, яка зацікавить відвідувачів. Захід має не просто продемонструвати продукт, а й сформувати позитивний імідж бренду. Ви усвідомлюєте, що івент-менеджмент у цьому випадку є основним інструментом для досягнення бізнес-цілей.

Питання.

1. Яку роль виконує івент-менеджмент у системі управління підприємства в

цьому конкретному випадку?

2. Як івент-менеджмент допомагає відділу маркетингу в досягненні його ключових показників ефективності?

3. Які ризики для репутації підприємства можуть виникнути, якщо івент-менеджмент не буде інтегрований у загальну стратегію просування продукту?

4. Яким чином успішний івент на виставці може вплинути на відділ продажів і загальні фінансові показники підприємства?

Завдання 4. ПАТ «Фенікс» зіткнулося з проблемою зниження рівня мотивації та згуртованості серед співробітників після тривалої роботи на «дистанційці». Відділ кадрів вирішив, що найкращим рішенням буде провести масштабний тимблдинг. Івент-менеджер товариства отримав завдання спланувати та організувати цей захід, який має не просто розважити людей, а й відновити командний дух. Захід має бути організований так, щоб сприяти неформальному спілкуванню та укріпленню відносин між колегами. Ви розумієте, що успіх цього проекту залежить від того, наскільки точно він відповідатиме цілям HR-стратегії товариства.

Питання.

1. Опишіть, як івент-менеджмент взаємодіє з відділом кадрів у цій ситуації та яку конкретну функцію він виконує?

2. Чому організація такого заходу є частиною PR-комунікації, спрямованої на внутрішню аудиторію?

3. Які показники успіху ви запропонуєте відділу кадрів для оцінки ефективності тимблдингу?

4. Як би ви пояснили керівництву, що інвестиції в цей захід – це не просто витрати, а стратегічний вклад у розвиток людського капіталу товариства?

Завдання 5. Ви – івент-менеджер, що організовує концерт для 5000 осіб. За 1 годину до початку заходу ви дізнаєтеся, що головний артист застряг у заторі і прибуде на 40 хвилин пізніше. Крім того, на локації відключився Wi-Fi, що ускладнює роботу з мобільними додатками для реєстрації. Натовп починає збиратися, і в повітрі відчувається напруга. Вам потрібно миттєво прийняти рішення, які допоможуть уникнути паніки та зберегти репутацію заходу. Ваші колеги чекають від вас чітких вказівок. Ви розумієте, що в цей момент всі дивляться на вас, і будь-яка невпевненість може спричинити негативні наслідки.

Питання.

1. Які особистісні якості івент-менеджера є надзвичайно важливими у цій ситуації?

2. Опишіть, як ви будете використовувати свої комунікативні навички для управління командою, підрядниками та відвідувачами?

3. Які перші кроки ви зробите, щоб вирішити проблему із затором і Wi-Fi, не спричиняючи паніки серед присутніх?

4. Які ризики для репутації заходу ви бачите в цій ситуації, і як ви будете їх мінімізувати?

Завдання 6. Ви отримали замовлення на організацію VIP-весілля для дуже вимогливої пари. Клієнти постійно змінюють свої побажання, що ускладнює роботу з підрядниками. Вони хочуть, щоб сценарій заходу був ексклюзивним, але при цьому не надають чіткого бачення. Крім того, вони не бажають виходити за рамки початкового бюджету, хоча їхні нові ідеї вимагають значно більших витрат. Ваша мета – задовольнити клієнтів, не перевищивши бюджет і не втративши контроль над проектом. Це вимагає від вас не тільки організаторських, а й психологічних навичок.

Питання.

1. Яку роль відіграють навички ведення переговорів в роботі івент-менеджера у цій ситуації?
2. Як ви будете використовувати свою креативність для розробки ексклюзивної концепції, що відповідатиме бюджетним обмеженням?
3. Опишіть, як ви будете вибудовувати комунікацію з клієнтами, щоб управляти їхніми очікуваннями?
4. Як ви будете балансувати між бажанням задовольнити клієнта і необхідністю захистити інтереси власної агенції?

Завдання 7. Команда івент-агентства отримала запит на організацію благодійного марафону для збору коштів на лікування дітей. Першим кроком вони проводять зустріч із замовником, щоб визначити основні цілі та бюджет заходу. Після цього вони формують концепцію, що включає маршрут, кількість учасників та розважальну програму. Наступним етапом є складання детального плану, який охоплює логістику, залучення партнерів і роботу з волонтерами. За тиждень до марафону команда проводить останній брифінг, перевіряє готовність усіх локацій і систем. Під час події вони координують роботу всіх служб, щоб забезпечити безпеку та комфорт учасників. Після завершення марафону івент-менеджери проводять оцінку ефективності, аналізують відгуки та готують звіт для замовника.

Питання.

1. Який етап івент-менеджменту ілюструє перша зустріч із замовником?
2. Що є ключовим завданням на етапі реалізації івенту?
3. Яка дія є частиною заключного етапу оцінки ефективності реалізації івенту?

Завдання 8. ТОВ «Інновації» вирішило провести ювілейний корпоратив для своїх співробітників. Менеджер з івентів почав роботу з аналізу потреб та очікувань керівництва і персоналу. На основі отриманих даних він розробив унікальну концепцію, яка передбачає тематичну вечірку «Назад у 90-ті» з відповідною музикою та розвагами. Далі він склав кошторис, знайшов підрядників, орендував локацію та уклав договори. За місяць до заходу розробив графік монтажу обладнання та прикрас, а також розіслав запрошення. Під час вечірки менеджер забезпечив безперебійну роботу кейтерингу, технічного персоналу та артистів. Після події він підготував звіт про витрати та розробив рекомендації для майбутніх заходів.

Питання.

1. З якого етапу івент-менеджменту почалася робота менеджера?
2. Що є основним завданням на етапі розробки концепції івенту?
3. Яка дія завершує цикл івент-менеджменту?

Ситуація 9. Керівництво великої ІТ-компанії ухвалило рішення створити окремий відділ івент-менеджменту. До цього всі заходи – від внутрішніх тренінгів до зовнішніх презентацій – організовував відділ маркетингу. Такий підхід створював значне навантаження на маркетологів та часто призводив до нехтування їхніми основними обов'язками. Новий відділ буде підпорядкований директору з маркетингу, але матиме власний бюджет і команду. Це дозволить чітко розмежувати функції та підвищити якість заходів. Наразі основне завдання івент-менеджерів – розробити стратегію взаємодії з відділами продажів та PR.

Питання.

1. Яке місце в системі менеджменту підприємства займав івент-менеджмент до створення окремого відділу?
2. Яку проблему вирішило створення окремого івент-відділу?
3. Чому новий відділ підпорядкований директору з маркетингу?
4. Яке завдання ілюструє роль івент-менеджменту як міжфункціональної ланки?

Ситуація 10. ПП «Сфера» зіткнулось з проблемою низького рівня залученості та мотивації персоналу. Керівництво вирішило використати івент-менеджмент як інструмент для поліпшення корпоративної культури. Завдання організувати заходи було доручено HR-відділу. Менеджер з персоналу розробив серію внутрішніх заходів, які включали спортивні змагання, майстер-класи та сімейні свята. Мета цих подій – підвищити командний дух, зміцнити зв'язки між колегами та показати турботу підприємства про співробітників. Це дозволило змістити фокус івент-менеджменту із зовнішніх презентацій на внутрішні потреби підприємства.

Питання.

1. Яку функцію івент-менеджменту ілюструє ця ситуація?
2. Яку проблему підприємства покликано вирішити внутрішні заходи?
3. До якого відділу був делегований івент-менеджмент у цій ситуації?
4. Яка з перерахованих цілей є основною для внутрішніх івентів?

Тестові завдання

1. Функція івент-менеджменту, що спрямована на формування світоглядних ідей:
 - а) аксіологічна;
 - б) гедоністична;
 - в) ідеологічна;
 - г) науково-освітня.
2. Вагомий внесок у розробку теоретичних аспектів івент-менеджменту зробив:
 - а) К. Тюрлі;
 - б) Дж. Голдблатт;
 - в) І. Адізес;
 - г) Й. Шумпетер.

3. *Планування, організування події, контроль за її реалізацією – це:*
- а) івент-менеджмент;
 - б) івент-маркетинг;
 - в) івент-технологія;
 - г) івент-індустрія.
4. *На підприємстві функції івент-менеджменту найчастіше реалізує:*
- а) відділ продажів;
 - б) відділ закупівель;
 - в) відділ маркетингу та зв'язків з громадськістю;
 - г) виробничий відділ.
5. *Івент-менеджмент сприяє:*
- а) формуванню привабливого іміджу підприємства;
 - б) розвитку корпоративної культури;
 - в) налагодженню комунікації із зовнішніми партнерами;
 - г) усі відповіді правильні.
6. *Етап івент-менеджменту на якому відбувається визначення цілей заходу, формування його загальної концепції:*
- а) планування;
 - б) впровадження;
 - в) ініціація;
 - г) аналіз.
7. *На етапі плануванні івенту має місце:*
- а) зворотний зв'язок від учасників;
 - б) вирішення форс-мажорних подій, що виникають під час реалізації заходу;
 - в) демонтаж обладнання перед початком заходу;
 - г) складання детального бюджету та таймінгу заходу.
8. *Завершальний етап івент-менеджменту:*
- а) моніторинг;
 - б) аналіз;
 - в) презентація;
 - г) реалізація.
9. *Основна якість, яка дозволяє івент-менеджеру ефективно працювати в умовах непередбачуваних ситуацій, таких як запізнення спікера або відключення світла:*
- а) креативність;
 - б) здатність взаємодіяти з іншими;
 - в) аналітичне мислення;
 - г) стресостійкість та багатозадачність.
10. *Характеристика, яка найкраще описує роль івент-менеджера в команді:*
- а) лідер, який координує роботу всіх учасників івент-проєкту;
 - б) генератор ідей, який не займається їх реалізацією;
 - в) людина, яка займається виключно фінансовими питаннями;
 - г) виконавець, який чітко дотримується інструкцій.

Практичне заняття №2

Тема. Особливості івенту як об'єкту управління. Класифікація подій в івент-менеджменті

- Мета:** закріплення теоретичного матеріалу, набуття знань про сутність та змістові характеристики івенту, підходи до класифікації подій в івент-менеджменті
- Завдання:** розглянути основні поняття теми; дати характеристику івенту як об'єкту управління; визначити основні цілі та завдання проведення івентів; дослідити історію розвитку івентів; систематизувати підходи до типології та класифікації івентів; розвинути компетентності щодо визначення цільової аудиторії івенту

Питання для обговорення

1. Івент як об'єкт управління
2. Цілі та завдання івентів
3. Історія розвитку івентів
4. Типологія та класифікація івентів
5. Цільова аудиторія івенту

Контрольні питання

1. Назвіть особливості івенту як об'єкту управління.
2. Що є основою успіху івент-технології?
3. Проаналізуйте основні цілі та завдання організації івентів.
4. Що є важливою передумовою успішної реалізації івентів?
5. Назвіть відомі вам історичні свідчення про свята до початку ХХІ століття.
6. Охарактеризуйте нові типи заходів, які набувають значної популярності.
7. За якими ознаками класифікують івенти?
8. У чому полягають особливості ділових івентів?
9. Розкрийте сутнісні характеристики благодійних івентів.
10. Які принципи лежать в основі формування цільової аудиторії івенту?

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. Команда івент-менеджерів отримала завдання організувати щорічний форум, присвячений інноваціям. Захід має дві основні цілі: привернути увагу інвесторів до молодих стартапів та забезпечити нетворкінг для учасників. Щоб досягти цього, менеджери вирішили створити кілька тематичних зон, включаючи зону презентацій, виставкову зону та лаунж-зону для спілкування. Кожна з яких має свої показники ефективності: кількість укладених угод, відвідуваність стендів та кількість встановлених контактів. Івент-менеджери використовують ці показники, щоб оцінити успіх заходу. Отже, івент розглядається не просто як подія, а як комплексний об'єкт, який має конкретні цілі та керовані показники.

Питання.

1. Які дві цілі переслідує форум, присвячений інноваціям?
2. Яку роль виконують тематичні зони в управлінні цим івентом?
3. Який показник дозволяє оцінити досягнення цілей заходу?
4. Чому в цій ситуації івент розглядається як об'єкт управління?

Завдання 2. Івент-агентство отримало замовлення на організацію весілля. Замовник має чіткий бюджет і певні очікування щодо стилю та атмосфери свята. Івент-менеджер підходить до весілля не просто як до торжества, а як до бізнес-проекту, який потребує управління. Він розробляє детальний план, який включає вибір підрядників, контроль за витратами та координацію всього процесу в день весілля. Кінцевий успіх заходу вимірюється задоволеністю клієнта та гостей. У цьому випадку, івент-менеджер управляє весіллям як комплексним об'єктом, що має ресурсні обмеження та конкретні критерії успіху.

Питання.

1. Які два основні параметри роблять весілля об'єктом управління?
2. Що є основним критерієм успіху для івент-менеджера в цій ситуації?
3. Який аспект управління ілюструє розробка детального плану та контроль за витратами?
4. Чому в цій ситуації весілля розглядається як бізнес-проект?

Завдання 3. ПП «Прогрес» готується до свого 20-річного ювілею. Керівництво вирішило, що це має бути не просто свято, а масштабний захід, який зміцнить позиції бренду.

Захід має включати офіційну частину для партнерів, розважальну програму для співробітників, а також пресконференцію для медіа. Ви призначені менеджером івенту. Вам необхідно сформувати команду, розробити бюджет і визначити терміни виконання всіх етапів. Ви розумієте, що цей захід має чіткий початок і кінець, а його успіх залежить від злагодженої роботи. Метою є не лише відзначити дату, а й створити довготривалу цінність для підприємства. Цей проект вимагає системного підходу.

Питання.

1. Чому святкування ювілею підприємства можна розглядати як об'єкт управління?
2. Опишіть, як ви будете управляти ресурсами у процесі реалізації івенту?
3. Які конкретні вимірювані показники ви встановите для оцінки успішності івенту?

Завдання 4. Місцева влада вирішила провести щорічний міський фестиваль. Захід має тривати три дні та включати концерти, ярмарок майстрів, майстер-класи та дитячі зони.

Ви призначені головним івент-менеджером. Управління таким івентом є складним, оскільки він має багато взаємозалежних частин. Вам необхідно координувати роботу з різними відомствами, підрядниками та спонсорами. Безпека відвідувачів, логістика, технічне забезпечення – все це потребує чіткого

планування.

Івент має бути реалізований в обмежені терміни та в рамках затвердженого бюджету. Ваша мета – зробити фестиваль не лише успішним, але й безпечним для всіх учасників.

Питання.

1. Чому івент-фестиваль є складним об'єктом управління?
2. Які унікальні ризики притаманні управлінню публічним заходом такого масштабу?
3. Як ви будете організовувати взаємодію з різними зацікавленими сторонами (стейкхолдерами), щоб досягти поставлених цілей?

Завдання 5. Благодійний фонд «Добро» звернувся до вас із проханням організувати щорічний вечір.

Головна мета заходу – зібрати кошти для лікування дітей, а також підвищити впізнаваність фонду серед потенційних спонсорів. Захід має бути елегантним і незабутнім, щоб гості відчували свою причетність до важливої справи. Ви розумієте, що успіх вечора залежить від того, наскільки добре ви поєднаєте розважальну частину з основною благодійною місією.

Вам необхідно розробити стратегію, яка не тільки привабить гостей, а й мотивуватиме їх до пожертвувань. Вечір має справити враження на медіа та потенційних партнерів.

Питання.

1. Які основні цілі має досягти запланований благодійний івент, крім збору коштів?
2. Як ви сформулюєте завдання для команди, щоб вони були чіткими, вимірюваними та спрямованими на досягнення цих цілей?
3. Опишіть, які комунікаційні завдання ви будете вирішувати, щоб залучити гостей та медіа?
4. Яким чином ви будете мотивувати учасників до пожертвувань, не створюючи при цьому тиску?

Завдання 6. Асоціація промислових підприємств вирішила провести щорічний бізнес-форум. Основна мета – створити майданчик для нетворкінгу, обміну досвідом та обговорення нових тенденцій у галузі.

Захід має залучити провідних експертів, потенційних інвесторів та представників державних органів. Ви – івент-менеджер, який відповідає за його організацію. Вам необхідно забезпечити високий рівень програми, зручність для учасників та ефективність взаємодії між ними.

Успішний форум має принести користь усім зацікавленим сторонам. Він повинен не тільки надати знання, а й сприяти укладанню нових ділових угод.

Питання.

1. Назвіть та обґрунтуйте ключові цілі бізнес-форуму, крім очевидного обміну інформацією.
2. Які завдання ви поставите перед собою, щоб забезпечити ефективний нетворкінг між учасниками?

3. Як ви будете оцінювати успіх форуму, щоб показати клієнту, що цілі були досягнуті?

4. Чим відрізняються цілі бізнес-форуму від цілей, наприклад, корпоративного тимблдингу?

Завдання 7. Ви досліджуєте історичне коріння сучасних фестивалів, вивчаєте матеріали про стародавні свята врожаю, що проводилися на честь божеств. Ці заходи були не просто розвагою; вони мали глибоке ритуальне та соціальне значення. Вони об'єднували громаду, передавали традиції і були частиною життя. Ви помічаєте, що багато елементів, таких як музика, танці та спільна трапеза, збереглися і в сучасних заходах. Однак їхні цілі значно змінилися. Раніше вони були спонтанними івент-подіями, а сьогодні їхні цілі чітко розплановані. Сучасні фестивалі стали інструментами для просування, комерції та туризму.

Питання.

1. Які історичні корені сучасних івентів ви можете простежити, аналізуючи стародавні ритуали?

2. Опишіть, як змінилася основна мета проведення івентів від давніх часів до сьогодення?

3. Як розвиток технологій, зокрема комунікацій, вплинув на масштаб івентів?

4. Чим, на вашу думку, відрізняється соціальна функція сучасних івентів від їх історичних попередників?

Завдання 8. Ви працюєте над організацією віртуального бізнес-саміту. Завдяки сучасним технологіям, ви можете залучити спікерів з усього світу і надати доступ до участі тисячам людей без географічних обмежень. Це стало можливим завдяки розвитку інтернету, стрімінгових платформ і спеціалізованого програмного забезпечення. Івенти перестали бути прив'язаними до фізичних локацій.

Зміни відбулися не тільки в форматі, а й у методах управління. З'явилася можливість аналізувати дані про поведінку учасників в режимі реального часу. Ви розумієте, що еволюція івент-індустрії безпосередньо пов'язана з технологічним прогресом.

Питання.

1. Як розвиток інформаційних технологій змінив підходи до організації та проведення івентів?

2. Назвіть ключові етапи технологічної революції в івент-індустрії, від перших телевізійних трансляцій до віртуальних платформ.

3. Опишіть, як аналітика даних, доступна завдяки технологіям, покращує процес управління івентами?

4. Які перспективи розвитку івентів ви бачите в майбутньому з огляду на розвиток технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність?

Завдання 9. Ресторан високої кухні звертається до вас із пропозицією створити унікальний імерсивний захід для залучення преміум-клієнтів. Ідея полягає у проведенні вечері-квесту, де кожен гість стає персонажем детективної історії, що розгортається безпосередньо за столом. Основне завдання – об'єднати

гастрономію та театралізовану дію, де подача кожної страви є частиною сюжету або підказкою до розгадки.

Вам необхідно розробити сценарій, який гармонійно впишеться між зміною страв, не порушуючи ритму обслуговування, але підтримуючи високу напругу. Складність полягає у координації роботи акторів (офіціантів, запрошених артистів) та кухні, щоб моменти взаємодії були синхронізовані з температурою та готовністю страв. Потрібно забезпечити конфіденційність сюжету до початку заходу та продумати, як персоналізувати досвід для кожного гостя, вручивши йому унікальну «роль» та аксесуар.

Завдання.

1. Запропонуйте, як можна підсилити імерсивність за допомогою освітлення, музики та несподіваних спецефектів.

2. Визначте, як ви будете збирати відгуки про такий нетрадиційний формат, щоб зберегти його ексклюзивність.

3. Продумайте систему ротації сюжетів для постійних клієнтів, які захочуть повторити досвід.

Завдання 10. Ви отримали замовлення на організацію міжнародної наукової конференції, яка триватиме три дні. Захід буде супроводжуватися виставкою технологічних стартапів та презентаціями інноваційних проєктів.

Цільова аудиторія – науковці, інвестори та представники великих корпорацій. Очікується близько 5000 учасників з різних країн. У межах конференції відбудуватимуться панельні дискусії, воркшопи та церемонія нагородження.

Ви розумієте, що цей івент поєднує в собі ознаки кількох типів. Вам потрібно класифікувати його, щоб правильно розставити пріоритети в плануванні. Це дозволить ефективно управляти всіма компонентами заходу.

Питання.

1. Назвіть та обґрунтуйте тип івенту, враховуючи його основну мету та формат?

2. До якого сегменту івент-ринку належить цей захід, виходячи з його цільової аудиторії?

3. Опишіть, як ви будете класифікувати цей івент за масштабом та складністю?

4. Яким чином ви будете комбінувати підходи до організації, характерні для конференції та виставки?

Тестові завдання

1. Івент є об'єктом управління тому, що:

- а) це завжди розважальний захід;
- б) проєкт з чітко визначеними початком, кінцем та ресурсами;
- в) завжди приносить прибуток;
- г) не вимагає планування.

2. Унікальною характеристикою івенту як об'єкту управління є те, що:

- а) він є нематеріальним продуктом, який неможливо повернути або обміняти;
- б) його вартість завжди однакова, незалежно від масштабу;

- в) його можна виробляти масово;
 - г) він не залежить від зовнішніх факторів.
3. До основних характеристик івенту як об'єкту управління відносять:
- а) унікальність;
 - б) тимчасовість;
 - в) комплексність;
 - г) усі відповіді правильні.
4. Основною метою проведення тимбилдингу є:
- а) збільшення обсягів продажів;
 - б) залучення нових клієнтів;
 - в) формування командного духу та підвищення лояльності співробітників;
 - г) презентація нового продукту.
5. Роль івентів у досягненні маркетингових цілей полягає в тому, що вони:
- а) допомагають підвищити впізнаваність бренду, генерувати нові ліди та просувати продукт;
 - б) є виключно інструментом для розваг;
 - в) допомагають лише оцінити ефективність роботи співробітників;
 - г) усі відповіді правильні.
6. Метою проведення благодійного івенту є:
- а) збір коштів та підвищення обізнаності про соціальну проблему;
 - б) продаж продуктів;
 - в) презентація нового бренду;
 - г) розробка бізнес-стратегії.
7. Заходи, історичні попередники сучасних івентів:
- а) наукові конференції;
 - б) релігійні ритуали, свята та церемонії;
 - в) змагання з програмування;
 - г) політичні дебати.
8. Трансформації, що відбулись в меті проведення івентів – це перехід від:
- а) комерційних цілей до релігійних;
 - б) розважальних цілей до політичних;
 - в) ритуальних, святкових цілей до комерційних та бізнес-орієнтованих цілей;
 - г) внутрішніх цілей до зовнішніх.
9. Музичний фестиваль – це:
- а) приватний івент;
 - б) корпоративний івент;
 - в) навчальний івент;
 - г) масовий івент.
10. Залежно від характеру взаємодії учасників івенту розрізняють:
- а) політичні, наукові, корпоративні, соціальні, культурні, спортивні івенти;
 - б) формальні та неформальні івенти;
 - в) ділові та спеціальні івенти;
 - г) масові, корпоративні та приватні івенти.

Практичне заняття №3

Тема. Розробка концепції заходу

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, набуття знань про процедуру створення концепції заходу

Завдання: розглянути основні поняття теми; дослідити інструментарій створення концепції заходу; визначити особливості документування ідей у процесі розробки івентів та проведення конкурсу ідей для програми заходу; розкрити переваги та недоліки залучення івент-агентств до розробки івентів; набуття компетентностей щодо використання ментальних карт для створення концепції заходу

Питання для обговорення

1. Інструментарій створення концепції заходу
2. Документування ідей в розробці івентів
3. Конкурс ідей для програми заходу
4. Творчий вплив ззовні
5. Використання ментальних карт для створення концепції заходу

Контрольні питання

1. Які інструменти та методи є найефективнішими для генерації креативних ідей на початковому етапі розробки концепції заходу?
2. Проаналізуйте особливості використання техніки мозкового штурму для генерування ідей щодо організації та проведення івенту?
3. Який оптимальний формат для документування ідей, щоб вони не втрачалися і були зрозумілими для всіх членів команди?
4. Як забезпечити, щоб усі задокументовані ідеї були не лише записані, а й систематизовані та легко доступні?
5. Опишіть процес перетворення початкових, «сирих» ідей на структуровану, детальну концепт-мапу заходу.
6. Як доцільно організувати внутрішній конкурс ідей, щоб стимулювати креативність команди?
7. Охарактеризуйте етапи оцінювання конкурсних заявок.
8. Які критерії дозволяють об'єктивно оцінити ідеї, подані на конкурс?
9. Яким чином доцільно залучати зовнішніх експертів, спікерів чи художників для збагачення концепції заходу?
10. Як ментальні карти допомагають візуалізувати зв'язки між різними елементами концепції заходу (наприклад, цільовою аудиторією, програмою, локацією)?

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. Івент-агентство отримало запит на організацію фестивалю для

першокурсників університету. Для створення привабливої концепції, менеджери вирішили використати мозковий штурм. Вони зібрали команду, щоб вільно генерувати ідеї: від тематики «Машина часу» до «Космічна Одиссея». Після цього вони проаналізували цільову аудиторію – сучасних здобувачів освіти – та їхні вподобання у музиці, іграх і соцмережах. На їхній основі та найцікавіших ідеях було вирішено розробити концепцію, яка поєднає елементи віртуальної реальності та інтерактивні зони. Цей підхід дозволив створити унікальний івент, який відповідає очікуванням цільової аудиторії.

Питання.

1. Який інструмент був використаний для генерації початкових ідей?
2. Яку роль відіграв аналіз цільової аудиторії у процесі створення концепції івенту?
3. Що було основною метою використання «мозкового штурму» для генерування ідей проведення івенту?

Завдання 2. ПП «Новинка» звернулося до івент-менеджера з проханням організувати тимбилдинг. Івент-менеджер вирішив використати SWOT-аналіз, щоб оцінити внутрішні можливості та зовнішні фактори. Він виявив сильні сторони команди (креативність), слабкі (роз'єднаність між відділами), можливості (посилення командного духу) та загрози (конфлікти). На основі аналізу було сформовано концепцію «Шлях героя», де команди мали разом проходити квести, щоб досягти спільної мети. Така концепція дозволила не лише розважити співробітників, а й вирішити конкретні проблеми колективу підприємства, перетворивши івент на ефективний інструмент.

Питання.

1. Який інструмент був використаний для оцінки внутрішніх можливостей та зовнішніх факторів?
2. Що було основною слабкістю, виявленою в ході аналізу?
3. Яке завдання івент-менеджменту вирішувала розроблена концепція?
4. Чому концепція «Шлях героя» є вдалим рішенням у цій ситуації?

Завдання 3. Організатори благодійного фонду планують провести ярмарок для збору коштів. Вони звернулися до івент-менеджера, який вирішив застосувати метод 5W для формування концепції. Він послідовно відповів на ключові питання: «Що?» (What) – благодійний ярмарок-пікнік, «Де?» (Where) – у міському парку, «Коли?» (When) – у суботу, «Чому?» (Why) – для збору коштів на лікування дітей та залучення уваги до фонду, «Хто?» (Who) – сім'ї з дітьми та мешканці району. Ці відповіді дозволили сформулювати чітку, зрозумілу та цілеспрямовану концепцію, що відповідала запитам фонду.

Питання.

1. Який інструмент використовував івент-менеджер для формування концепції івенту?
2. Що дозволив визначити метод «5W»?
3. Яка основна цільова аудиторія для запланованого заходу?
4. Яка перевага методу «5W» у цій ситуації?

Завдання 4. Івент-менеджерка Марія отримала завдання організувати щорічний благодійний бал. Вона вирішила не покладатися лише на власну пам'ять і почала документувати всі ідеї. Для цього вона створила файл у Google Docs, де фіксувала все: від тематики «Ніч венеціанської маски» до списку потенційних артистів і партнерів. Кожна ідея була описана з її перевагами, недоліками та орієнтовною вартістю. Це дозволило їй систематизувати потік думок, не загубивши жодної цінної пропозиції. Завдяки цій роботі вона змогла швидко обговорювати варіанти з командою та замовником.

Питання.

1. Яку основну мету переслідувала Марія, документуючи ідеї?
2. Який інструмент використовувала Марія для документування?
3. Що допомагало Марії швидко обговорювати варіанти із замовником?
4. Чому документування є важливим етапом у розробці івентів?

Завдання 5. Університет планує провести щорічний студентський фестиваль. Щоб зробити програму заходу по-справжньому цікавою, організатори оголосили конкурс ідей серед здобувачів вищої освіти. Вони створили онлайн-форму, де кожен міг запропонувати свою концепцію, розважальну зону або виступ. Найкращі ідеї обіцяли втілити в життя, а авторів – нагородити. Це дозволило залучити до процесу велику кількість креативних людей, які знають, що цікаво їхній аудиторії. У підсумку було зібрано понад 100 унікальних пропозицій, з яких команда обрала найоригінальніші для програми.

Питання.

1. Яку основну мету мав конкурс ідей?
2. Який інструмент був використаний для збору ідей?
3. Чому цей метод є ефективним для розробки програми?
4. Що було основною перевагою конкурсу ідей?

Завдання 6. Підприємство планує провести корпоратив. Івент-менеджер Андрій вирішив, що для отримання свіжих ідей недостатньо лише мозкового штурму всередині команди. Він вирішив залучити творчий вплив ззовні та звернувся до досвіду інших івент-агентств. Андрій відвідав кілька тематичних івентів конкурентів та проаналізував їхні концепції. Він також переглянув іноземні кейси на YouTube та спеціалізованих сайтах. Це дозволило йому «зловити» сучасні тренди та знайти нестандартні рішення для свого заходу. Завдяки цій роботі він зміг запропонувати замовнику щось абсолютно нове і несподіване, що виділить їхній корпоратив серед інших.

Питання.

1. Яку основну мету переслідував Андрій, вивчаючи досвід інших агентств?
2. Що є прикладом «творчого впливу ззовні» у цій ситуації?
3. Яка перевага від використання підходу «творчий вплив ззовні»?
4. Чому івент-менеджеру важливо постійно отримувати інформацію «ззовні»?

Завдання 7. Івент-агенція планує весілля «під ключ». Щоб не пропустити

жодної деталі, вона веде електронний файл, де документує всі ідеї та побажання наречених. Вона створила розділи для декору, розважальної програми, меню та музичного супроводу. У файл також вносяться посилання на Pinterest-дошки, приклади фотографій і відео. Це допомагає їй не тільки структурувати інформацію, але й візуалізувати концепцію для клієнтів. Документування дозволило уникнути непорозумінь та забезпечити, що кожна дрібниця буде врахована.

Питання.

1. Яка основна мета документування ідей у цій ситуації?
2. Який інструмент використовував організатор для візуалізації концепції?
3. Яку перевагу надає документування в цьому випадку?
4. Як допомагає івент-організатору структурування інформації?

Завдання 8. Фірма вирішила організувати новорічний корпоратив і залучити до його підготовки співробітників. Щоб отримати найкреативніші пропозиції, івент-команда оголосила внутрішній конкурс ідей. Усі бажаючі могли подати свої пропозиції через корпоративний портал. У результаті команда отримала безліч цікавих концепцій: від «Піратської вечірки» до «Бал-маскараду». Це дозволило не тільки знайти оригінальну ідею, а й підвищити залученість співробітників до життя фірми. У підсумку, обрана концепція була реалізована, і свято стало по-справжньому незабутнім.

Питання.

1. Яку основну мету мав внутрішній конкурс ідей?
2. Який канал комунікації був використаний для збору ідей?
3. Що є головною перевагою залучення співробітників до процесу генерування ідей проведення івенту?

Завдання 9. Івент-менеджерка Анна готується до презентації нового продукту. Вона розуміє, що просто демонстрація функцій вже не привертає увагу. Щоб створити інноваційний формат, вона вирішила використати творчий вплив ззовні. Анна відвідала виставки, не пов'язані з її сферою, наприклад, мистецькі та освітні. Вона також підписалася на блоги та YouTube-канали, що спеціалізуються на інноваціях у різних галузях. Це допомогло їй знайти свіжі ідеї та застосувати їх для презентації. Завдяки цьому впливу, вона змогла перетворити звичайну презентацію на захопливий інтерактивний досвід для гостей.

Питання.

1. З якою метою Анна шукала ідеї в інших галузях?
2. Яким чином Анна отримувала «творчий вплив ззовні»?
3. Який результат досягла Анна завдяки застосовуваному підходу?
4. Чому інноваційні ідеї можна знайти у не пов'язаних галузях?

Завдання 10. Міська рада вирішила провести громадський захід для мешканців району. Щоб івент був цікавим для всіх вікових груп, було оголошено відкритий конкурс ідей серед мешканців. Кожен міг запропонувати свою пропозицію через спеціальний сайт. Пропозиції включали дитячі майстер-класи, спортивні змагання та виступи місцевих колективів. Журі, що складається з

представників міської ради та активістів, відібрало найцікавіші ідеї. Цей підхід дозволив створити програму, що відповідає запитам мешканців, і підвищити їхню залученість до життя району.

Питання.

1. Яку мету мав відкритий конкурс ідей?
2. Хто був основною цільовою аудиторією для збору ідей?
3. Яка дія сприяла відбору найкращих ідей?
4. Яка перевага відкритого конкурсу ідей у цій ситуації?

Тестові завдання

1. Інструмент, який допомагає оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози для заходу:

- а) мозковий штурм;
- б) метод 5W;
- в) SWOT-аналіз;
- г) карта емпатії.

2. Інструмент допомагає послідовно відповісти на питання: «Що?», «Де?», «Коли?», «Чому?», «Хто?» для формування чіткої концепції:

- а) SWOT-аналіз;
- б) ментальні карти;
- в) метод 5W;
- г) метод Дельфі.

3. Інструмент, який використовується для вільної генерації великої кількості ідей в групі без критики:

- а) SWOT-аналіз;
- б) мозковий штурм;
- в) PEST-аналіз;
- г) метод «6 капелюхів».

4. Створення «дошки натхнення» (mood board) із зображеннями, текстами та кольорами є частиною етапу:

- а) аналізу;
- б) реалізації;
- в) візуалізації;
- г) оцінки.

5. Основною перевагою документування ідей в електронному форматі є:

- а) можливість економії паперу;
- б) швидкий доступ, легкість редагування та обміну інформацією;
- в) можливість візуалізувати концепцію івенту;
- г) відсутність необхідності в резервному копіюванні.

6. Важливою функцією документування ідей в івент-менеджменті є:

- а) фіксація витрат;
- б) систематизація інформації та запобігання втраті цінних думок;
- в) створення звітності для замовника;
- г) оцінка ризиків.

7. Основна мета проведення конкурсу ідей для програми заходу:

- а) отримати безкоштовних волонтерів;
- б) швидко знайти партнерів;
- в) залучити до процесу цільову аудиторію та отримати унікальні ідеї;
- г) заощадити на послугах креативної агенції.

8. Вид комунікації, який є найбільш ефективним для збору ідей у відкритому конкурсі:

- а) електронна пошта;
- б) соціальні мережі та спеціалізовані онлайн-форми;
- в) друковані газети;
- г) особисті зустрічі з кожним учасником.

9. Прикладом «творчого впливу ззовні» є:

- а) вивчення нових технологій на виставках, не пов'язаних з івентами;
- б) заповнення документації;
- в) обговорення концепції із замовником;
- г) проведення мозкового штурму з командою.

10. Використання івент-менеджером «творчого впливу ззовні» дозволяє:

- а) зменшити ризики;
- б) знайти нових клієнтів;
- в) створювати унікальні та актуальні концепції івентів;
- г) отримати спонсорську допомогу.

Практичне заняття №4

Тема. Планування івенту

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, набуття знань про особливості планування івенту

Завдання: розглянути основні поняття теми; дати характеристику особливостям планування та підготовки заходу; проаналізувати змістове наповнення етапів роботи над івентом та основні види проєктної документації; набути компетентностей щодо їх практичного використання.

Питання для обговорення

1. Планування та підготовка заходу
2. Етапи роботи над івент-проєктом
3. Розробка проєктної документації
4. Трикутник івент-проєкту
5. Особливості планування та проведення віртуальних івентів

Контрольні питання

1. Що передбачає підготовка івенту?
2. Назвіть основні етапи процесу підготовки та реалізації івент-проєкту.
3. Охарактеризуйте основні елементи планування івенту.

4. Що передбачає бриф від замовника заходу?
5. Як цільова аудиторія заходу (первинна та вторинна) впливає на вибір формату заходу?
6. Назвіть основні елементи бюджету заходу?
7. За допомогою яких інструментів можна розкрити ідею івенту?
8. Які документи необхідно підготувати, щоб ефективно провести івент?
9. Поясніть, що означають сторони «Трикутника івент-проекту» і як вони взаємопов'язані?
10. Охарактеризуйте особливості планування та проведення віртуальних івентів.

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. Івент-менеджер отримав завдання організувати щорічну ІТ-конференцію. Першим кроком він розробив детальний план, що включає пошук локації, формування списку спікерів та розробку бюджету. Команда почала працювати над логістикою: бронюванням готелів для іноземних гостей та організацією трансферу. Паралельно з цим, відділ маркетингу розробив промо-кампанію для залучення учасників. За місяць до заходу івент-менеджер перевіряв готовність всіх підрядників та провів останній брифінг. Весь процес був ретельно задокументований, щоб уникнути помилок і забезпечити бездоганний результат.

Питання.

1. Що є ключовим елементом на етапі планування івенту?
2. Чому важливо задокументувати весь процес планування івенту?

Завдання 2. Команда івент-менеджерів планує фестиваль вуличної їжі. Робота над проектом почалася з дослідження та аналізу, вони вивчили успішні фестивалі в інших містах та визначили цільову аудиторію. Наступним етапом була розробка концепції та планування: розробили тематику «Міста світу», склали список учасників і розрахували бюджет. На етапі реалізації вони займалися підписанням договорів, маркетинговою кампанією та координацією всіх постачальників. Під час проведення фестивалю вони контролювали всі процеси, а після завершення перейшли до оцінки: зібрали відгуки, проаналізували фінансові результати та підготували звіт.

Питання.

1. З якого етапу почалася робота над івентом?
2. Який етап підготовки івенту охоплює підписання договорів та маркетингову кампанію?
3. Що є частиною етапу оцінки ефективності івенту?

Завдання 3. Керівник мережі роздрібної торгівлі доручив івент-менеджеру організувати урочисте відкриття нового магазину. Івент-менеджер почав з розробки проектної документації. Він склав технічне завдання, де вказав усі вимоги замовника. Також він підготував таймінг-план, який включав послідовність всіх дій від монтажу до демонтажу. Для підрядників він розробив окремі райдери, де детально описав їхні обов'язки та потреби. Вся ця документація дозволила

ефективно координувати роботу команди та уникнути непорозумінь під час реалізації івенту.

Питання.

1. Який вид документації було розроблено насамперед?
2. Що було основною метою розробки райдерів для підрядників?
3. Яке завдання виконує таймінг-план?
4. Чому проєктна документація є важливою для івенту?

Завдання 4. Музичний продюсер планує концерт. Він має обмежений бюджет і чіткий таймінг: концерт має відбутися рівно за три місяці. Щоб укластися в ці рамки, він усвідомлює, що повинен шукати компроміс з обсягом івенту, можливо, зменшивши кількість артистів або відмовившись від деяких спецефектів. Наприклад, якщо він вирішить додати більше артистів (збільшити обсяг), то йому доведеться або збільшити бюджет, або скоротити час підготовки, або знайти більш дешевих підрядників. Це ілюструє взаємозалежність трьох основних елементів, які утворюють «трикутник івент-проєкту».

Питання.

1. Які три основні елементи утворюють «трикутник івент-проєкту»?
2. Що повинен зробити продюсер, якщо вирішить збільшити розмах івенту, не змінюючи бюджет?
3. Чому «трикутник івент-проєкту» є важливим елементом при плануванні івенту?

Завдання 5. Весільний організатор отримала запит на організацію весілля. Вона почала з планування, що включало вибір стилю та тематики, складання списку гостей і розробку бюджету. На етапі підготовки вона займалася пошуком локації, підрядників (фотограф, ведучий, декоратори) та підписанням договорів. Організатор створила графік платежів та детальний таймінг-план для дня весілля. Вона регулярно зустрічалася з клієнтами, щоб обговорювати деталі та коригувати плани. Цей процес дозволив підготуватися до всіх можливих форс-мажорів та забезпечити бездоганне проведення свята.

Питання.

1. Що є ключовим елементом на етапі підготовки до проведення івенту?
2. Чому планування та підготовка івенту є критично важливими етапами?
3. Як ви оціните модель поведінки організатора весілля?

Завдання 6. Менеджерка з персоналу отримала завдання організувати корпоративний тимбілдинг. Щоб все пройшло ідеально, вона розробила повну проєктну документацію. Вона склала технічне завдання, де вказала, що мета заходу – підвищити командний дух. Було розроблено кошторис, який включав витрати на оренду, кейтеринг та активності. Також вона створила таймінг-план з детальною розбивкою по годинах для кожного етапу заходу. Вся ця документація була погоджена з керівництвом, що дозволило уникнути фінансових суперечок та забезпечити ефективно управління проєктом.

Питання.

1. Який вид документації визначав мету заходу?
2. Що було основною метою складання кошторису?
3. Яку мету переслідувало погодження документації з керівництвом?
4. Як ви можете оцінити дії менеджерки з персоналу у контексті планування івенту?

Завдання 7. Студентська рада вирішила організувати вечірку з нагоди закінчення навчального року. Вони мають обмежений бюджет та встановлений таймінг (кінець червня). Організатори розуміють, що для залучення більшої кількості здобувачів освіти (збільшення обсягу), їм доведеться або знайти спонсорів (збільшити бюджет), або відмовитися від деяких дорогих елементів декору, щоб укластися в існуючий бюджет. Це ілюструє, що зміна одного елементу «трикутника» впливає на інші.

Питання.

1. Що є «обсягом» івент-проєкту в розглянутій ситуації?
2. Яке рішення студентської ради ілюструє взаємозалежність елементів трикутника?
3. Що станеться, якщо студенти збільшать обсяг, але не змінять бюджет?
4. Чому важливо враховувати «трикутник івент-проєкту» при його плануванні?

Завдання 8. Організаторка благодійного фонду отримала завдання провести ярмарок. Вона почала з планування, що включало визначення мети (збір коштів), розробку концепції та складання бюджету. На етапі підготовки вона займалася залученням учасників (продавців) та волонтерів, пошуком локації та розробкою маркетингового плану. Вона підготувала усю необхідну документацію та договори. За тиждень до заходу вона перевірила готовність усіх учасників та провела інструктаж для волонтерів.

Питання.

1. Назвіть основні передумови успішної реалізації івент-проєкту.
2. Чи можна передбачити всі ключові моменти реалізації івенту на етапі його планування?
3. Чому важливим елементом планування івенту в розглянутій ситуації є підготовка інструктажу для волонтерів?

Завдання 9. Організаторка дитячих свят, щоб забезпечити бездоганний результат, завжди розробляє детальну проєктну документацію. Вона складає технічне завдання з усіма побажаннями батьків щодо аніматорів, декору та меню. Вона створює таймінг-план, щоб чітко розписати час приїзду аніматорів, час ігор та подачі торта. Також вона готує кошторис, щоб батьки бачили всі статті витрат. Ця документація дозволяє уникнути непорозумінь та забезпечити плавне і веселе свято для дітей.

Питання.

1. Який вид документації визначав вимоги до аніматорів та декору?
2. Що є основною метою таймінг-плану в цій ситуації?

3. Що було основною метою кошторису?

4. Чому проєктна документація є важливою для дитячих свят?

Завдання 10. Івент-менеджер планує проведення великої наукової конференції. Він має жорсткі обмеження по бюджету та фіксовану дату. Для того, щоб укластися в рамки, йому доведеться шукати компроміси з обсягом. Наприклад, він може відмовитися від деяких дорогих спікерів, обрати менший конференц-зал або зменшити кількість кава-пауз. Це ілюструє, що зміна обсягу є ключовим важелем, коли бюджет і час є фіксованими.

Питання.

1. Що є «обсягом» івенту-проєкту в цій ситуації?

2. Що повинен зробити менеджер, щоб укластися в рамки бюджету і часу?

3. Яке рішення івент-менеджера ілюструє взаємозалежність елементів «трикутника івент-проєкту»?

Тестові завдання

1. *Першим і найважливішим кроком у плануванні будь-якого заходу є:*

- а) вибір місця проведення;
- б) визначення мети та цільової аудиторії;
- в) складання кошторису;
- г) розробка дизайну запрошень.

2. *Розробка івенту передбачає:*

- а) планування івенту;
- б) організацію роботи з підготовки івенту;
- в) реалізацію роботи з підготовки івенту;
- г) усі відповіді правильні.

3. *Документ, що є основою для фінансового планування заходу:*

- а) технічне завдання;
- б) таймінг-план;
- в) бюджет (кошторис);
- г) сценарний план.

4. *Процес розробки певного порядку дій, необхідних для досягнення поставленої цілі – це:*

- а) планування;
- б) організування;
- в) прогнозування;
- г) моделювання.

5. *Першим етапом роботи над івент-проєктом є:*

- а) укладання договору;
- б) вивчення цільової аудиторії;
- в) підготовка креативної пропозиції;
- г) бриф від замовника івенту.

6. *Договір, у якому визначаються умови, що підлягають подальшому уточненню в процесі виконання договірних робіт:*

- а) чек-лист;
- б) рамковий договір;

- в) пресреліз;
- г) райдер.

7. Аудиторія івенту поділяється на:

- а) первинну та вторинну;
- б) основну та допоміжну;
- в) запрошену та незапрошену;
- г) усі відповіді правильні.

8. Документ, який містить інформацію про терміни в які організатор зобов'язаний виконати певні завдання, а замовник затвердити їх, чи внести певні корективи, із зазначенням дедлайну:

- а) чек-лист проекту;
- б) рамковий договір;
- в) контакт-репорт;
- г) монтажний лист.

9. Відмінність сценарного плану від таймінг-плану полягає в тому, що:

- а) сценарний план призначений для внутрішньої команди, а таймінг-план – для зовнішньої аудиторії;
- б) сценарний план деталізує витрати, а таймінг-план – доходи;
- в) сценарний план описує хід подій для аудиторії, тоді як таймінг-план є робочим інструментом для команди;
- г) сценарний план розробляється на початкових етапах планування, а таймінг-план – на завершальних.

10. Документ, що містить детальний опис всіх заходів, робіт, завдань та їх термінів:

- а) сценарний план;
- б) бюджет;
- в) календарний план (таймінг-план);
- г) технічне завдання.

Практичне заняття №5

Тема. Управління часом, процесами й командою івенту

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, набуття знань про особливості управління часом, процесами й командою івенту

Завдання: розглянути основні поняття теми; дати характеристику підходам до створення івенту, визначити особливості управління часом та ходом івенту, організації роботи з командою івенту та підрядниками; набутти компетентностей щодо їх практичної реалізації

Питання для обговорення

1. Створення атмосфери заходу
2. Управління часом та ходом івенту

3. Організація роботи з командою івенту
4. Робота з підрядниками
5. Основні техніки прийняття рішень при роботі в команді

Контрольні питання

1. Які три основні елементи ви вважаєте найважливішими для створення унікальної атмосфери заходу, і як би ви їх поєднали?
2. Охарактеризуйте основні елементи створення відповідної атмосфери заходу.
3. Які методи використовуються для складання детального таймінгу заходу ?
4. Назвіть основні інструменти оперативного реагування на відхилення від програми заходу.
5. Які ролі та обов'язки ви вважаєте важливими для ефективної роботи команди, і як би ви розподілили завдання?
6. Як забезпечується ефективна комунікація та координація між членами команди під час підготовки та в день заходу?
7. Яких рекомендацій доцільно дотримуватись при розподілі завдань в команді івенту?
8. Дайте характеристику посередникам-організаторам та підрядникам-організаторам.
9. Якими критеріями слід керуватись при виборі підрядників та як ефективно організувати з ними роботу?
10. Опишіть одну з технік прийняття рішень, яку ви вважаєте найбільш ефективною. В яких ситуаціях її доцільно використовувати, а в яких – ні?

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. Івент-організаторка Світлана готує дитяче свято. Вона розуміє, що атмосфера є важливою передумовою успіху. Для створення казкової атмосфери вона використовує тематичний декор, яскраве освітлення та відповідний музичний супровід. Аніматори, одягнені в костюми улюблених героїв, постійно взаємодіють з дітьми, залучаючи їх до ігор. По всьому приміщенню розставлені тематичні фотозони. Завдяки цій роботі діти повністю занурюються у світ казки.

Питання.

1. Який елемент найбільше впливає на створення атмосфери у цій ситуації?
2. Яку роль відіграє музичний супровід?
3. Що допомагає дітям повністю зануритися у світ казки?
4. Чому атмосфера є важливою передумовою успіху заходу?

Завдання 2. На великій конференції виникла проблема: один зі спікерів затягнув свій виступ. Івент-менеджерка Марина швидко відреагувала на ситуацію. Вона оперативно зв'язалася з наступним спікером і попросила його скоротити свій виступ, а також повідомила про затримку модератора. Вона також змінила таймінг кави-паузи, щоб компенсувати втрачений час. Завдяки швидким і рішучим діям, розклад вдалося відновити, і учасники не відчули значного дискомфорту.

Питання.

1. Яку проблему вирішила Марина?
2. Який інструмент використовувала Марина для контролю за ходом івенту?
3. Чому швидка реакція менеджера є важливою?
4. Що дозволило Марині відновити розклад?

Завдання 3. Івент-агентство «Свято» готує масштабний фестиваль. Для ефективної роботи керівник проєкту проводить щоденні брифінги, де обговорюються поточні завдання, проблеми та прогрес. Завдання розподіляються між членами команди відповідно до їхніх сильних сторін. Кожен відповідає за свій напрямок: хтось за роботу з підрядниками, хтось за комунікацію зі ЗМІ. Використовуються спільні онлайн-документи, що дозволяє всім бачити актуальну інформацію та не дублювати роботу. Це забезпечує злагоджену та ефективну роботу всієї команди.

Питання.

1. Який інструмент допомагає команді бачити актуальну інформацію?
2. Як розподіляються завдання в команді?
3. Яку мету мають щоденні брифінги?
4. Чому злагоджена робота команди є важливою передумовою успіху івенту?

Завдання 4. Івент-менеджер Сергій готує корпоративну вечірку. Він відповідально підходить до вибору підрядників, зокрема укладає детальні договори з кейтеринговою компанією, диджеєм та фотографом. У договорах чітко прописані всі послуги, терміни та умови оплати. Сергій також створює райдери для кожного підрядника, де вказує всі технічні вимоги та побажання. Він проводить особисті зустрічі з кожним, щоб переконатися в їхній компетентності. Це дозволяє уникнути непорозумінь та гарантує високу якість послуг.

Питання.

1. Який документ регулює співпрацю з підрядниками?
2. Що є основною метою створення райдерів?
3. Що допомагає уникнути непорозумінь у роботі з підрядниками?
4. Чому особисті зустрічі з підрядниками є важливими?

Завдання 5. Весільний організатор, щоб створити романтичну та теплу атмосферу, використовує свічки, гірлянди та м'яке освітлення. Вона обирає музичний супровід, який змінюється залежно від етапу свята: класична музика на церемонії, джаз під час фуршету та запальні ритми на вечірці. Декор з живих квітів та тканин створює відчуття розкоші. Усе це допомагає гостям розслабитися та насолодитися святом.

Питання.

1. Який елемент найбільше впливає на створення романтичної атмосфери?
2. Як змінюється музичний супровід?
3. Що допомагає гостям розслабитися?
4. Чому освітлення та декор є важливими елементами створення атмосфери?

Завдання 6. На ювілейному корпоративі ведучий почав затягувати програму,

відхиляючись від таймінгу. Івент-менеджер швидко відреагував і передав йому записку з нагадуванням про графік. Він також попередив кейтерингову службу, що подача гарячих страв буде перенесена на 15 хвилин. Завдяки цьому вдалося зберегти загальний хід заходу і уникнути затримки на всіх наступних етапах, що дозволило гостям насолодитися вечором.

Питання.

1. Яку проблему вирішив івент-менеджер?
2. Який інструмент допомагає контролювати хід заходу?
3. Чому важливо оперативно реагувати на відхилення від плану?
4. Яка дія допомогла менеджеру вирішити проблему?

Завдання 7. Організатор благодійного заходу розуміє, що успіх залежить від злагодженої роботи волонтерів. Він проводить детальний інструктаж, де пояснює завдання кожного. Він використовує спільний чат у месенджері, щоб швидко обмінюватися інформацією та вирішувати проблеми. Кожен волонтер знає, хто за що відповідає, і може звернутися до координатора у разі потреби. Така організація роботи забезпечує ефективне управління людськими ресурсами та успішне проведення заходу.

Питання.

1. Який інструмент допомагає волонтерам швидко обмінюватися інформацією?
2. Яку роль відіграє інструктаж?
3. Чому важливо, щоб кожен волонтер знав свою роль?
4. Що є ключовим елементом організації роботи з командою в цій ситуації?

Завдання 8. Івент-менеджер готує церемонію відкриття нового заводу. Він працює з будівельною фірмою, яка є основним підрядником й укладає детальний договір, де прописані терміни, вимоги до безпеки та усі технічні моменти. Менеджер проводить щотижневі зустрічі з представниками фірми, щоб контролювати прогрес робіт та вирішувати поточні проблеми. Така співпраця дозволяє уникнути затримок та забезпечити готовність об'єкта до запланованої дати.

Питання.

1. Який документ є основним у роботі з підрядниками у цій ситуації?
2. Яку мету мають щотижневі зустрічі?
3. Чому детальний договір є важливим?
4. Яка дія допомагає уникнути затримок?

Завдання 9. На спортивному турнірі один з матчів затягнувся через додатковий час. Це загрожувало порушити весь розклад. Івент-менеджер швидко відреагував: він оперативно переглянув графік, скоротив час між матчами і повідомив про зміни всіх суддів та тренерів. Він також оголосив про зміни через гучномовець, щоб інформувати вболівальників. Завдяки цим діям вдалося вкластися в запланований час і не затримувати наступні етапи турніру.

Питання.

1. Яку проблему вирішив івент-менеджер?
2. Який інструмент допомагає контролювати хід турніру?
3. Чому важливо інформувати про зміни?
4. Що дозволило менеджеру вкласти в запланований час?

Завдання 10. На великому музичному фестивалі працює команда з десятків волонтерів. Кожен з них має чіткі обов'язки: хтось працює на вході, хтось допомагає артистам, а хтось відповідає за чистоту. Керівник команди використовує радіозв'язок, щоб миттєво комунікувати з кожним. На початку фестивалю він провів інструктаж, щоб кожен знав свої завдання та міг звернутися за допомогою у разі потреби. Це дозволяє забезпечити злагоджену та безперебійну роботу всього заходу.

Питання.

1. Який інструмент допомагає миттєво комунікувати з командою?
2. Що є ключовим елементом в організації роботи волонтерів?
3. Яку роль виконує інструктаж?
4. Чому злагоджена робота команди є важливою?

Тестові завдання

1. Елемент, який є найважливішим для створення відповідної атмосфери на дитячому святі:
 - а) кількість запрошених гостей;
 - б) тематичний декор, костюми аніматорів та музичний супровід;
 - в) меню з улюбленими стравами;
 - г) кількість подарунків.
2. Основним завданням івент-менеджера при створенні атмосфери заходу є:
 - а) забезпечити найнижчу ціну за декор;
 - б) максимально розважити гостей;
 - в) створити емоційний фон, що відповідає цілям та концепції заходу;
 - г) вибрати найдорожчу локацію.
3. Освітлення у створенні атмосфери на вечірці:
 - а) забезпечує безпеку;
 - б) допомагає візуально розділити зони та підкреслити настрій;
 - в) є частиною енергозбереження;
 - г) робить фотографії кращими.
4. Якщо спікер затягує свій виступ, івент-менеджер насамперед повинен:
 - а) збільшити час кава-паузи;
 - б) попросити наступного спікера скоротити виступ або змінити таймінг;
 - в) збільшити бюджет на оплату праці спікерів;
 - г) зупинити виступ спікера на сцені.
5. Прикладом ефективного управління заходом є:
 - а) збільшення кількості персоналу;
 - б) встановлення жорстких правил для всіх учасників;
 - в) оперативне коригування таймінгу та інформування всіх зацікавлених сторін;

- г) відмова від запланованих активностей.
6. *Важливою передумовою злагодженої роботи команди волонтерів є:*
- а) залучення великої кількості людей;
 - б) відсутність координатора;
 - в) чітке розподілення обов'язків та налагоджена комунікація;
 - г) дорога уніформа.
7. *Щоденні брифінги команди:*
- а) сприяють мотивації співробітників;
 - б) забезпечують контроль за витратами;
 - в) сприяють обговоренню поточних завдань, проблем та прогресу;
 - г) дозволяють підготувати звіти для замовника.
8. *Першим етапом організації роботи з підрядником є:*
- а) визначення бюджету;
 - б) оцінка власних ресурсів та потреб;
 - в) вибір підрядника;
 - г) вивчення івент-ринку.
9. *До постачальників послуг у місці проведення івенту відносять:*
- а) концертні зали;
 - б) тренінгові фірми;
 - в) інформаційні агенції;
 - г) прокатні агенції.
10. *Основною метою створення райдерів для підрядників є:*
- а) визначити вартість їхніх послуг;
 - б) детально описати технічні та організаційні вимоги;
 - в) встановити терміни оплати;
 - г) показати їхню важливість.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Практичне заняття №6

Тема. Організаційне, виробниче, технічне та маркетингове забезпечення івенту: організаційні та виробничі аспекти

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння особливостей організації та успішної реалізації івенту

Завдання: розглянути основні поняття теми; проаналізувати принципи успішної реалізації події; дати характеристику типам локацій; визначити особливості роботи з майданчиками та їхніми представниками; з'ясувати сутнісні характеристики принципів організації простору в залежності від типу локації; визначити особливості логістики івенту; набутти компетентностей щодо формування організаційного та виробничого забезпечення івенту

Питання для обговорення

1. Принципи успішної реалізації події
2. Типи локацій і особливості роботи з майданчиками і їхніми представниками
3. Принципи організації простору в залежності від типу локації
4. Логістика івенту
5. Організація робочих місць

Контрольні питання

1. Назвіть основні принципи успішної реалізації подій, розкрийте їхню сутність.
2. Які критерії необхідно врахувати при виборі локації заходу?
3. Як вибір локації заходу впливає на його атмосферу?
4. Які існують основні типи локацій для проведення подій? Опишіть переваги та недоліки кожного типу.
5. Які ключові питання необхідно з'ясувати у представника локації під час першого візиту?
6. Поясніть різницю в підходах до роботи з представниками локацій залежно від того, чи є це класичний івент-майданчик, чи нестандартне приміщення.
7. Які фактори слід враховувати при зонуванні простору в залежності від типу локації та формату події?
8. Які чинники необхідно врахувати при розрахунку необхідної площі приміщення?
9. Опишіть основні етапи логістичного планування події. Що слід враховувати при плануванні транспорту та розвантаження обладнання?
10. Як можна оптимізувати робочі місця для різних команд (наприклад, технічний персонал та реєстраційна група) на одній локації.

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. Команда івент-менеджерів готує великий бізнес-форум. Вони керуються принципом «Клієнтоорієнтованість»: регулярно спілкуються із замовником, щоб усі його побажання були враховані. Для забезпечення безпеки всіх учасників, вони заздалегідь узгоджують усі деталі з охоронними та пожежними службами. Також вони прагнуть створити унікальну концепцію, щоб учасники відчули себе частиною особливої події. Щоб забезпечити позитивні відгуки, вони приділяють увагу кожній деталі, від якості кейтерингу до роботи волонтерів.

Питання.

1. Який принцип ілюструє регулярне спілкування із замовником?
2. Що є проявом принципу «Безпека»?
3. Який принцип забезпечує унікальність заходу?
4. Чому принцип «Якість» є важливим для успішної реалізації івенту?

Завдання 2. Івент-агентство планує провести весільну церемонію. Замовники хочуть свято на відкритому повітрі. Менеджер запропонував два варіанти локацій: відкритий майданчик у парку та веранда замиського ресторану. Робота з парком вимагає додаткових дозволів та узгоджень з міською адміністрацією, а також забезпечення автономного електроживлення. Натомість, робота з рестораном дозволяє скористатися їхнім кейтерингом та інфраструктурою, але має обмеження щодо гучності музики. Вибір локації безпосередньо впливає на перелік необхідних дозволів та інфраструктурні витрати.

Питання.

1. Які два типи локацій розглядає івент-менеджерка?
2. Яку особливість має робота з відкритим майданчиком у парку?
3. Яка перевага роботи з верандою ресторану?
4. Що впливає на перелік необхідних дозволів та інфраструктурні витрати?

Завдання 3. Івент-менеджер готує корпоративну вечірку. Він вирішив зонувати простір, щоб гостям було комфортно. У центрі залу він облаштував танцпол та сцену для виступів, вздовж стін розмістив фуршетні столи, щоб уникнути черг. У протилежному кінці залу він створив лаунж-зону з м'якими диванами для відпочинку та спілкування. Така організація простору дозволяє уникнути скупчення людей, забезпечує безперервний рух та допомагає задовольнити потреби різних груп гостей.

Питання.

1. Які функціональні зони були створені в залі?
2. Яку мету переслідував івент-менеджер, розміщуючи фуршетні столи вздовж стін?
3. Що допомагає задовольнити потреби різних груп гостей?
4. Який принцип організації простору є основним у цій ситуації?

Завдання 4. Організатори благодійного балу повинні забезпечити перевезення великої кількості декорацій, обладнання та подарунків. Івент-менеджер розробив детальний логістичний план. Він заздалегідь домовився з транспортною компанією, визначив оптимальні маршрути та час доставки, також розробив план завантаження та розвантаження, щоб уникнути затримок. Усі етапи перевезення були зафіксовані, що дозволило контролювати процес та вчасно реагувати на можливі проблеми.

Питання.

1. Які об'єкти потрібно перевезти?
2. Яка основна мета логістичного плану?
3. Що дозволило контролювати процес перевезення?
4. Чому логістика є важливим елементом івенту?

Завдання 5. Івент-команда готує міжнародну конференцію. Вона використовує сучасні технології, такі як онлайн-трансляції та мобільний додаток для учасників. Ефективність забезпечується ретельним плануванням та оптимізацією всіх процесів. Щоб уникнути мовних бар'єрів, івент-команда залучила професійних перекладачів. Позитивні відгуки учасників є найкращим показником успіху.

Питання.

1. Який принцип ілюструє використання онлайн-трансляцій та мобільного додатку?
2. Що забезпечується ретельним плануванням та оптимізацією процесів?
3. Який принцип реалізується за рахунок залучення професійних перекладачів?
4. Чому інновації є важливим принципом для міжнародної конференції?

Завдання 6. Фірма планує провести гала-вечерю. Менеджер з івентів розглядає два варіанти: банкетний зал у готелі та музейний простір. Банкетний зал пропонує повний сервіс, включаючи кейтеринг, меблі та технічне обладнання, що робить підготовку швидшою, але простір може бути менш унікальним. Музей, навпаки, надає ексклюзивну атмосферу, але вимагає залучення всіх підрядників ззовні та дотримання жорстких правил безпеки для збереження експонатів.

Питання.

1. Які два типи локацій розглядає менеджер?
2. Яка перевага роботи з банкетним залом у готелі?
3. Що є особливістю роботи з музейним простором?
4. Який фактор найбільше впливає на вибір локації у цій ситуації?

Завдання 7. Команда івент-менеджерів організовує виставку-ярмарок. Щоб кожен учасник почувався комфортно, вони вирішили організувати простір за принципом «Зонування». Кожен стенд розміщений так, щоб уникнути скупчення та забезпечити вільний прохід. Центральний простір був відведений для проведення майстер-класів та презентацій. У кінці залу розмістили зону для відпочинку. Це дозволило гостям не тільки переглянути експонати, але й взяти участь в активностях.

Питання.

1. Який принцип організації простору був використаний?
2. Яку мету переслідували менеджери, розміщуючи стенди?
3. Яке завдання виконує центральний простір?
4. Чому організація простору є важливим елементом проведення виставки-ярмарки?

Завдання 8. Івент-агентство планує провести вечірку на даху. Вони стикаються з проблемою перевезення важкого обладнання (звук, світло, меблі). Івент-менеджер розробив логістичний план, який враховував особливості підйому вантажу та доступність ліфта. Він заздалегідь узгодив час доставки з охороною будівлі. Усі елементи були промарковані, щоб уникнути плутанини. Така ретельна підготовка дозволила здійснити доставку без затримок та пошкоджень.

Питання.

1. Яку проблему вирішив івент-менеджер?
2. Які особливості логістики враховував менеджер?
3. Чому важливо маркувати елементи обладнання?
4. Що забезпечує успішну логістику у цій ситуації?

Завдання 9. Організатори концерту на стадіоні повинні ретельно продумати організацію простору. Вони виділили зону для VIP-гостей, фан-зону біля сцени та зони для сидіння. Уздовж периметра були розміщені торгові точки з їжею та напоями. Для забезпечення безпеки були організовані широкі проходи та вказівники. Це зонування дозволило задовольнити потреби різних груп відвідувачів, забезпечити вільний рух та уникнути скупчення людей.

Питання.

1. Які функціональні зони були створені на стадіоні?
2. Яку мету переслідували організатори, розміщуючи торгові точки по периметру?
3. Що допомагає забезпечити безпеку на концерті?
4. Який принцип організації простору є основним у цій ситуації?

Завдання 10. Команда івент-менеджерів готує презентацію нового автомобіля у іншому місті. Вони розробили складний логістичний план, який включає перевезення автомобіля, технічного обладнання та декорацій. Менеджер з логістики врахував можливі затримки у дорозі та погодні умови. Він заздалегідь підготував резервний маршрут. Усі вантажі були застраховані. Така ретельна підготовка дозволила здійснити доставку без затримок та ризиків, що є ключовим для успіху презентації.

Питання.

1. Яка мета логістичного плану у цій ситуації?
2. Що допомагає мінімізувати ризики?
3. Чому логістика є особливо важливою у цій ситуації?

Тестові завдання

1. Відчуття обов'язку, зобов'язань перед тими, від кого щось отримав – сутність принципу:

- а) взаємного обміну;
- б) сакральності;
- в) медійності;
- г) подієвої суб'єктивності.

2. Принцип, який дозволяє коригувати ефект заходу навіть після того, як він уже відбувся:

- а) драматизму;
- б) художньої цілісності;
- в) спільного знання;
- г) подієвої суб'єктивності.

3. Принцип, який реалізується через постійний зворотний зв'язок із замовником та врахування його побажань:

- а) креативність;
- б) клієнтоорієнтованість;
- в) якість;
- г) інновації.

4. При виборі локації необхідно врахувати:

- а) місткість і пропускну спроможність залу або розміри майданчику;
- б) відповідність локації формату, заявленій тематиці та статусу заходу;
- в) дату, тривалість проведення, час початку та завершення заходу;
- г) усі відповіді правильні.

5. Перевага роботи з локацією, що є частиною готелю або ресторану:

- а) можливість ексклюзивного декору;
- б) надання повного сервісу (кейтеринг, меблі, проживання);
- в) відсутність потреби в договорі;
- г) менша вартість.

6. Умовою використання нестандартних майданчиків для проведення івентів є наявність :

- а) відповідних дозвільних документів;
- б) ліцензій на проведення такого виду діяльності ;
- в) гарантування безпеки учасників івенту;
- г) усі відповіді правильні.

7. Основною метою організації простору на виставці-ярмарку є:

- а) заповнення весь вільного простору;
- б) створення скупчення людей для ефекту;
- в) забезпечення вільного руху та зручності для відвідувачів;
- г) формування привабливого іміджу.

8. Розсадження гостей івенту «Кабаре» передбачає, що:

а) учасники не сидять, а вільно переміщаються по залу і спілкуються між собою;

б) частина столика, звернена до сцени або трибуни, залишається вільною;

в) учасники сидять за столами і дивляться в одну сторону;

г) всі учасники сидять навколо одного столу, бачать один одного і вільно

спілкуються між собою.

9. *Логістика івенту охоплює заходи щодо:*

- а) оформлення договорів з підрядниками;
- б) планування та управління переміщенням всіх ресурсів, необхідних для заходу;
- в) аналіз ризиків;
- г) складання кошторису.

10. *Важливим елементом логістичного плану івенту є:*

- а) розробка сюжету заходу;
- б) визначення оптимальних маршрутів та часу доставки;
- в) збір відгуків про проведений захід;
- г) вибір ведучого заходу.

Практичне заняття №7

Тема. Організаційне, виробниче, технічне та маркетингове забезпечення івенту: технічні та маркетингові аспекти

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння особливостей організації та успішної реалізації івенту

Завдання: розглянути основні поняття теми; дати характеристику технічним аспектам організації заходу; проаналізувати особливості організації роботи з технічними підрядниками, спікерами / артистами / учасниками івенту; систематизувати інструменти просування і продажу івентів; набути компетентностей щодо формування технічного та маркетингового забезпечення івенту

Питання для обговорення

1. Технічні аспекти організації заходу
2. Робота з технічними підрядниками
3. Робота зі спікарами / артистами / учасниками івенту
4. Інструменти просування і продажу івентів
5. Особливості рекламних стратегій івентів

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте технічні аспекти організації заходу.
2. Що передбачає брендування локації.
3. Які параметри освітлення важливі при організації сцени, і як вони впливають на візуальне сприйняття?
4. Які критерії вибору технічного підрядника є базовими, окрім вартості його послуг?
5. Що має містити технічний та побутовий райдер, і чому їхня детальна підготовка є важливою для успішної співпраці з технічними підрядниками?

6. Як організувати ефективну комунікацію зі спікерами / артистами / учасниками івенту?

7. Що передбачає саундчек?

8. Які особливості роботи з іноземними гостями / артистами слід враховувати, зокрема в частині перекладу, логістики та технічного забезпечення?

9. Назвіть та опишіть 3-4 ключові інструменти онлайн-просування івенту та поясніть, який з них, на вашу думку, є найефективнішим для масових заходів.

10. Розкрийте особливості рекламних стратегій івентів. За допомогою яких метрик можна оцінити їхню ефективність?

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. Івент-менеджерка Тетяна готує велику міжнародну конференцію у конференц-залі, розрахованому на 500 осіб. Для комфорту учасників та якісної презентації, вона ретельно продумала технічні аспекти. На сцені встановлено великий світлодіодний екран, а також дві бічні плазми, щоб кожен гість міг бачити слайди. Для забезпечення якісного звуку Тетяна орендувала професійну акустичну систему та кілька мікрофонів для спікерів і запитань із залу. Також вона забезпечила стабільний та швидкий Wi-Fi для всіх учасників. Перед початком заходу було проведено технічний прогін, щоб перевірити справність усього обладнання.

Питання:

1. Яке обладнання було встановлено для візуальної презентації?

2. Яку мету переслідувала івент-менеджерка, орендуючи професійну акустичну систему?

3. Чому стабільний Wi-Fi є важливим технічним аспектом?

4. З якою метою було проведено технічний прогін?

Завдання 2. Організатори готують великий концерт на відкритому стадіоні. Першим та найважливішим завданням є забезпечення безпеки та якісного звучання. Для цього вони встановили потужну акустичну систему, розраховану на велику аудиторію, та сцену зі спеціальним захисним покриттям на випадок дощу. Також була розроблена схема освітлення, яка включала як загальне світло, так і динамічні світлові ефекти. Для забезпечення безперебійного електроживлення на випадок відключень було орендовано генератор. Перед концертом було проведено саундчек, щоб налаштувати звук для кожного артиста.

Питання:

1. Яке обладнання було орендовано для забезпечення безперебійного електроживлення?

2. Яку мету переслідували організатори, встановлюючи захисне покриття на сцені?

3. Чому саундчек є важливим технічним аспектом?

4. Що є найважливішим завданням у технічній організації концерту на відкритому повітрі?

Завдання 3. Команда івент-менеджерів готує презентацію нового

інноваційного продукту. Для заходу вони обрали локацію, яка дозволяє створити імерсивний досвід для гостей. Було встановлено відеомапінг на стінах, що дозволило створювати різні візуальні ефекти. Для взаємодії з гостями була розроблена система, яка дозволяла їм через мобільний телефон голосувати за найкращі функції продукту. Також було підготовлено кілька зарядних станцій для гаджетів. Все це дозволило зробити презентацію не просто інформативною, а інтерактивною та незабутньою.

Питання.

1. Яка технологія була використана для створення візуальних ефектів на стінах?
2. Яку мету переслідували, встановлюючи зарядні станції для гаджетів?
3. Що допомагало гостям взаємодіяти з презентацією?
4. Чому технічні аспекти є особливо важливими для презентації інноваційного продукту?

Завдання 4. Івент-менеджер Світлана організовує міжнародну конференцію. Вона обрала технічного підрядника, який надає послуги звуку, світла та візуалізації. Перед підписанням договору Світлана запросила у підрядника детальний райдер, де було вказано все обладнання, його характеристики та кількість. Вона також перевірила портфоліо підрядника та відгуки від інших клієнтів. Світлана обговорила з підрядником усі технічні вимоги до сцени та презентацій. За день до заходу вона приїхала на локацію, щоб проконтролювати монтаж та перевірити готовність всього обладнання. Така співпраця дозволила уникнути технічних збоїв під час конференції.

Питання.

1. Яку мету переслідувала Світлана, запитуючи у підрядника детальний райдер?
2. Яку дію зробила Світлана, щоб переконатися в компетентності підрядника?
3. Чому важливо контролювати процес монтажу обладнання?
4. Яка перевага від налагодженої роботи з технічними підрядниками?

Завдання 5. Організатори концерту на відкритому повітрі працюють з технічними підрядниками, що спеціалізуються на великих сценах. Вони уклали договір, де чітко прописані всі технічні умови: потужність звуку, схема освітлення та розміри сцени. Організатори надали підрядникам детальний графік монтажу та демонтажу, щоб уникнути затримок. Вони також домовилися про те, хто відповідає за безпеку на сцені та біля неї. Під час самого концерту представник підрядника знаходився на локації для оперативного вирішення можливих проблем. Це дозволило забезпечити якісне звучання та безпеку для всіх присутніх.

Питання.

1. Який документ регулює співпрацю з підрядниками?
2. Яку інформацію містив детальний графік?
3. Чому важливо, щоб представник підрядника був на локації під час івенту?
4. Яка перевага від чіткої комунікації з підрядниками?

Завдання 6. Івент-менеджерка Анна організовує бізнес-форум, і до її обов'язків входить робота зі спікерами. Вона заздалегідь зв'язалася з кожним спікером, щоб обговорити тему їхньої доповіді та технічні вимоги до презентації. Анна надіслала їм детальний райдер, де вказала час виступу, формат презентації та наявне технічне обладнання. За день до заходу вона провела з кожним брифінг, щоб переконатися, що все готово, та відповісти на їхні запитання. Під час самого форуму вона забезпечила комфорт спікерів у «зеленій кімнаті», надаючи їм напої та можливість відпочити. Така ретельна підготовка дозволила уникнути непорозумінь та забезпечила бездоганний хід заходу.

Питання.

1. Який документ Анна надіслала спікерам для узгодження технічних вимог?
2. Яку мету переслідувала Анна, проводячи брифінг за день до заходу?
3. Чому важливо забезпечити комфорт спікерів у «зеленій кімнаті»?
4. Яка перевага від налагодженої роботи зі спікерами?

Завдання 7. Організатори музичного фестивалю працюють з різними артистами. Для кожного артиста вони підготували технічний та побутовий райдер. Перший включав специфікації щодо звукового та світлового обладнання, а другий – вимоги до гримерних, харчування та трансферу. Організатори уклали з кожним артистом договір, де чітко прописані умови виступу та гонорар. На локації їх зустрів персональний асистент, який супроводжував артистів до сцени. Така увага до деталей забезпечила комфорт для артистів та професійний виступ на сцені.

Питання.

1. Який документ містив вимоги до гримерних та харчування?
2. Яку мету переслідували, укладаючи договір з артистами?
3. Чому важливо, щоб артистів супроводжував персональний асистент?

Завдання 8. Весільний організатор, щоб залучити більше клієнтів, вирішила використати сайт-агрегатор. Вона створила детальний профіль, де розмістила найкращі фотографії своїх проєктів, відгуки від задоволених клієнтів та опис пакетів послуг. Вона також оптимізувала профіль, щоб він відображався у перших рядках за запитами на кшталт «організація весілля Львів». Завдяки цьому їй вдалося отримати кілька нових запитів протягом першого тижня. Крім того, вона розмістила посилання на свій профіль у соціальних мережах.

Питання.

1. Який інструмент просування використала організаторка?
2. Яку інформацію вона розмістила для залучення клієнтів?
3. Що вона зробила для того, щоб її профіль був на перших рядках?
4. Чому сайт-агрегатор є ефективним інструментом для просування?

Завдання 9. Організатори благодійного концерту вирішили використати соціальні мережі для залучення глядачів. Вони створили сторінку заходу на Facebook та Instagram, де регулярно публікували новини про артистів, відео-

звернення, анонси та фотографії з підготовки. Для продажу квитків вони додали посилання на електронну форму реєстрації. Крім того, вони запустили таргетовану рекламу, яка була націлена на людей, що цікавляться музикою та благодійністю. Завдяки цьому вдалося швидко розповсюдити інформацію про захід та продати більшість квитків.

Питання.

1. Який інструмент просування був використаний?
2. Яку інформацію публікували організатори на сторінках заходу?
3. Що було використано для продажу квитків?
4. Чому таргетована реклама є ефективним інструментом для просування?

Завдання 10. Організатори бізнес-конференції вирішили продавати квитки через email-розсилку. Вони створили базу адрес, що складається з потенційних учасників та минулих гостей, які дали згоду на отримання листів. У листах вони надсилали інформацію про спікерів, теми доповідей, тарифи та знижки для «ранніх пташок». Кожен лист містив пряме посилання на сторінку продажу квитків. Вони також використовували автоматизовані розсилки-нагадування для тих, хто не зареєструвався після першого листа. Це дозволило їм отримати високі показники конверсії.

Питання.

1. Який інструмент просування був використаний?
2. Яку інформацію надсилали в листах?
3. Що було використано для збільшення показників конверсії?
4. Чому email-розсилка є ефективним інструментом для просування івенту?

Тестові завдання

1. Вкажіть який з технічних аспектів є найважливішим для концерту на відкритому повітрі:

- а) наявність зручних сидінь;
- б) забезпечення безперебійного електроживлення та якісного звуку;
- в) декоративне освітлення;
- г) оренда сцени.

2. Кейтеринг – це:

а) послуги з організації виїзного харчування та обслуговування на будь-якому заході, що включає приготування, доставку, сервірування страв і напоїв, а також створення комфортної атмосфери;

б) послуги, що передбачають зустріч гостей, створення комфортної атмосфери та забезпечення їхнього приємного перебування у закладі, готелі, на заході або виставці;

в) послуги щодо створення унікального, впізнаваного образу певного простору шляхом використання візуальних елементів бренду;

г) послуги щодо створення необхідно атмосфери на заході.

3. Технічне обладнання, що є необхідним для створення імерсивного досвіду на презентації продукту:

- а) звичайні проектори;

- б) мікрофони;
- в) відеомапінг, інтерактивні системи;
- г) зарядні станції.

4. Представник технічного підрядника має бути на локації під час івенту, щоб:

- а) контролювати кількість гостей;
- б) оперативно вирішувати можливі технічні проблеми;
- в) перевіряти роботу колег;
- г) спілкуватися з гостями.

5. Важливою передумовою ефективної співпраці з підрядниками під час монтажу обладнання є:

- а) усні домовленості;
- б) відсутність контролю;
- в) вибір найдешевшого підрядника;
- г) наявність детального графіка та його дотримання.

6. Документ, який містить вимоги до гримерних, харчування та проживання для артистів:

- а) технічний райдер;
- б) побутовий райдер;
- в) договір;
- г) кошторис.

7. Основною метою брифінгу зі спікерами перед заходом є:

- а) обговорення їхнього гонорару;
- б) надання їм додаткових матеріалів;
- в) перевірка їхньої готовності, уточнення деталей та відповідь на запитання;
- г) обговорення їхнього одягу.

8. Інструмент, який допомагає прискорити процес реєстрації великої кількості учасників:

- а) паперові списки;
- б) електронні квитки з QR-кодом;
- в) телефонні дзвінки;
- г) особисте спілкування.

9. Інструмент просування, який найкраще підходить для залучення широкої аудиторії на благодійний концерт:

- а) розклеювання оголошень;
- б) таргетована реклама в соціальних мережах;
- в) розсилка по електронній пошті;
- г) пряма поштова розсилка.

10. Використання сайтів-агрегаторів є ефективним інструментом просування для весільних організаторів тому, що це:

- а) безкоштовно;
- б) дозволяє швидко знайти конкурентів;
- в) допомагає клієнтам знайти потрібного виконавця, порівнявши різні пропозиції;
- г) допомагає уникнути відповідальності.

Практичне заняття №8

Тема. Управління бюджетом івенту

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння управління бюджетом івенту

Завдання: розглянути основні поняття теми; визначити сутність бюджету та сформулювати правила його складання; проаналізувати джерела фінансування бюджету; дослідити доходну та витратну частини бюджету івенту; розкрити змістові характеристики методів визначення бюджету івенту; набути компетентностей щодо управління бюджетом івенту

Питання для обговорення

1. Бюджет івенту та правила його складання
2. Джерела фінансування бюджету
3. Доходна та витратна частини бюджету івенту
4. Методи визначення бюджету івенту
5. Особливості роботи зі спонсорами

Контрольні питання

1. Розкрийте сутнісні характеристики бюджету івенту.
2. Проаналізуйте ключові аспекти фінансового управління івентом.
3. Опишіть основні етапи складання бюджету івенту.
4. Яких принципів слід дотримуватися, щоб бюджет був реалістичним і прозорим?
5. Чому так важливо мати резервний фонд у бюджеті, і який відсоток від загального бюджету він повинен становити?
6. Назвіть основні джерела фінансування івентів? Наведіть приклади для кожного.
7. Проаналізуйте складові елементи доходної частини бюджету.
8. Які основні статті витрат мають бути включені у витратну частину бюджету?
9. Опишіть метод складання бюджету «згори-донизу», визначте його переваги і недоліки.
10. Які типи спонсорів існують, і чим відрізняється «генеральний» спонсор від «технічного»?

Ситуаційні та практичні завдання

Завдання 1. Івент-менеджерка Лариса отримала завдання організувати бізнес-конференцію. Вона почала з розробки бюджету, щоб контролювати фінансові потоки. Вона включила в нього всі можливі витрати: оренду локації, оплату спікерам, кейтеринг, технічне обладнання та рекламну кампанію. Усі статті витрат були розбиті на категорії для зручності. До доходної частини Лариса віднесла

продаж квитків та спонсорські внески. Таке ретельне планування дозволило уникнути непередбачених витрат і забезпечити фінансову стабільність івенту.

Питання.

1. Яку мету переслідувала Лариса, розробляючи бюджет?
2. Які статті було включено до витратної частини бюджету?
3. Що було включено до доходної частини бюджету?
4. Чому важливо ретельно планувати бюджет?

Завдання 2. Організатори музичного фестивалю шукають джерела фінансування. Вони використали кілька методів. Першим джерелом є продаж квитків, який приносить значний дохід. Другим – є спонсорство: вони уклали договори з великими компаніями, які розмістять свою рекламу на локації. Третім – є державні гранти, оскільки фестиваль сприяє розвитку культури. Також вони залучили приватних інвесторів, які вірять в успіх проєкту. Таке диверсифіковане фінансування дозволило покрити всі витрати та зробити фестиваль прибутковим.

Питання.

1. Які основні джерела фінансування використали організатори?
2. Яка мета співпраці зі спонсорами?
3. Чому організатори звернулися до державних грантів?
4. Чому диверсифікація джерел фінансування є важливою?

Завдання 3. Організатор благодійного балу розробив бюджет. До витратної частини він включив оренду локації, кейтеринг, оплату артистам та рекламу. Мета заходу – зібрати кошти, тому основною доходною частиною є продаж квитків та пожертви від меценатів. Оскільки це благодійний захід, значна частина витрат була покрита завдяки волонтерській роботі та безкоштовним послугам від партнерів. За підсумками балу, зібрані кошти перевищили витрати, і вся сума була передана на благодійність.

Питання.

1. Що було включено до витратної частини бюджету?
2. Які джерела доходу були основними?
3. Завдяки чому вдалося покрити значну частину витрат?
4. Чому важливо чітко розділяти доходну та витратну частини?

Завдання 4. Івент-менеджер планує запустити серію майстер-класів. Для визначення бюджету він використав метод «зверху-вниз»: керівник визначив максимальну суму, яку можна витратити, і менеджер повинен укластися в неї. Для наступного проєкту, корпоративного тимбілдингу, він використав метод «знизу-вгору»: він склав детальний кошторис, враховуючи всі можливі витрати, і надіслав його на затвердження. Для ще одного заходу він скористався методом «на основі минулого досвіду», аналізуючи бюджети схожих проєктів. Вибір методу залежить від типу заходу та вимог клієнта.

Питання.

1. Який метод використовував менеджер, коли керівник визначив максимальну суму?

2. Який метод передбачає складання детального кошторису з урахуванням усіх витрат?

3. Що лежить в основі методу «на основі минулого досвіду»?

4. Від чого залежить вибір методу визначення бюджету?

Завдання 5. Весільний організатор допоміг парі скласти бюджет. Він почав з детального обговорення їхніх побажань, щоб зрозуміти, що для них є пріоритетом. До витратної частини він включив оренду ресторану, послуги фотографа, ведучого, декор, а також транспорт. Всі ці витрати були зафіксовані в документі. Доходна частина складалася з внесків наречених та подарунків від батьків. Таке ретельне планування дозволило парі контролювати фінансові потоки та уникнути неприємних сюрпризів.

Питання.

1. Яку мету переслідував організатор, обговорюючи побажання клієнтів?

2. Що було включено до витратної частини бюджету?

3. Що було включено до доходної частини бюджету?

4. Чому важливо фіксувати всі витрати?

Завдання 6. Команда стартапу готує презентацію свого продукту для потенційних інвесторів. Вони шукають джерела фінансування для заходу. Основним джерелом є інвестиції від засновників та бізнес-ангелів. Другим джерелом є продаж квитків на презентацію для широкої публіки. Крім того, вони вирішили залучити партнерів-постачальників, які нададуть частину обладнання безкоштовно. Це дозволило їм значно зменшити витрати та показати свою фінансову стабільність інвесторам.

Питання.

1. Які основні джерела фінансування використали організатори?

2. Чому важливо показати інвесторам фінансову стабільність?

3. Яка перевага від залучення партнерів-постачальників?

Завдання 7. Менеджер з персоналу організовує корпоратив для компанії. Він склав бюджет, де доходна частина була сформована з коштів, виділених керівництвом компанії. До витратної частини він включив оренду локації, кейтеринг, послуги ведучого та музикантів, а також подарунки для співробітників. Він домовився з керівництвом про максимальну суму. Щоб укластися в цю суму, він ретельно обирав підрядників, порівнюючи ціни та якість. Це дозволило йому провести успішний захід, не перевищивши бюджет.

Питання.

1. Що було включено до доходної частини бюджету?

2. Які статті було включено до витратної частини?

3. Що було головною метою менеджера при виборі підрядників?

4. Яка перевага від дотримання бюджету?

Завдання 8. Івент-менеджер готує фестиваль. Для визначення бюджету він використав метод «на основі минулого досвіду», аналізуючи бюджети минулих

фестивалів та враховуючи інфляцію та «конкурентний» метод, вивчаючи бюджети схожих фестивалів в інших містах. Він порівняв їхні витрати на артистів, рекламу та оренду. Після цього склав детальний кошторис, який потім скоригував, враховуючи нові дані. Такий підхід дозволив розробити реалістичний бюджет, який відповідав ринковим умовам.

Питання.

1. Які методи використовував менеджер для визначення бюджету?
2. Яку мету переслідував менеджер, порівнюючи бюджети конкурентів?
3. Яка перевага від використання кількох методів?

Завдання 9. Івент-менеджерка готує дитяче свято. Вона розробила бюджет, де витратна частина включала послуги аніматорів, оренду локації, декор та кейтеринг. Доходна частина складалася із внесків батьків та продажу квитків. Вона детально розписала всі витрати, щоб батьки розуміли, за що вони платять. Оскільки бюджет був обмежений, вона знайшла аніматорів, які надавали свої послуги за меншу ціну, а декор зробила частково власноруч. Це дозволило укластися в бюджет, не погіршуючи якість свята.

Питання.

1. Що було включено до витратної частини бюджету?
2. Яку мету переслідувала менеджерка, розписуючи всі витрати?
3. Як менеджерка уклалася в бюджет?
4. Чому важливо мати бюджет?

Завдання 10. Організатори кінофестивалю шукають джерела фінансування. Вони вирішили використати кілька варіантів. Першим джерелом є продаж квитків на сеанси. Другим джерелом є спонсорство: вони уклали договори з великими компаніями, які надають фінансову підтримку в обмін на рекламу. Третім джерелом є фандрайзинг: вони звернулися до прихильників кіно, які можуть зробити пожертви. Також вони подали заявку на державний грант, оскільки фестиваль є культурною подією. Такий підхід дозволив їм зібрати необхідну суму.

Питання.

1. Які джерела фінансування використали організатори?
2. Яка мета співпраці зі спонсорами?
3. Що передбачає фандрайзинг?
4. Чому важливо мати кілька джерел фінансування?

Тестові завдання

1. Основне правило складання бюджету івенту:

- а) включити тільки основні витрати;
- б) завжди перевищувати попередній бюджет;
- в) детально розписати всі можливі статті доходів і витрат;
- г) не намагатись все прорахувати.

2. Мета складання бюджету івенту:

- а) отримати максимальний прибуток;
- б) домогтися від керівництва виділення додаткових коштів на проведення

івену;

в) контролювати фінансові потоки та забезпечити фінансову стабільність проекту-івену;

г) визначити прогнозовану кількість гостей.

3. Ретельно розписати витратну частину бюджету івену, необхідно для того, щоб:

а) скоротити час на підготовку;

б) забезпечити прозорість та уникнути непередбачених витрат;

в) залучити більше спонсорів;

г) швидко отримати прибуток.

4. Джерело фінансування, яке є найпоширенішим для комерційних івентів:

а) державні гранти;

б) фандрайзинг;

в) продаж квитків та спонсорські внески;

г) особисті кошти організаторів.

5. Перевагою диверсифікації джерел фінансування є:

а) збільшення загальних витрат;

б) залежність від одного джерела;

в) зниження фінансових ризиків та забезпечення стійкості;

г) скорочення часу на підготовку.

6. Стабільна й довгострокова підтримка, заохочення, привілей, організаційна та фінансова допомога, яку надає особа або організація – це:

а) патронаж;

б) спонсорство;

в) благодійність;

г) грант.

7. Основним джерелом доходу від проведення благодійного заходу є:

а) державні гранти;

б) продаж квитків та пожертви;

в) рекламні договори;

г) особисті кошти організаторів.

8. Доходна частина івену формується за рахунок:

а) реєстраційних внесків учасників;

б) допомоги спонсорів;

в) доходів від реклами;

г) усі відповіді правильні.

9. До змінних витрат, пов'язаних з проведенням івену відносять витрати на:

а) маркетинг та рекламу;

б) оренду приміщення заходу;

в) роздаткові матеріали;

г) оформлення звуку та світла.

10. Метод складання бюджету, який передбачає, що керівництво визначає максимальну суму, а івент-менеджер повинен укластися в неї:

а) «знизу-вгору»;

б) «зверху-вниз»;

- в) «на основі минулого досвіду»;
- г) конкурентний.

Практичне заняття №9

Тема. Управління ризиками в івент-менеджменті

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння особливостей управління ризиками в івент-менеджменті

Завдання: розглянути основні поняття теми; розкрити сутнісні характеристики, властивості та функції ризиків; проаналізувати ризики івентів; визначити особливості управління ризиками івентів та забезпечення безпеки проведення івенту; набутти компетентностей щодо управління ризиками в івенті

Питання для обговорення

1. Поняття, властивості та функції ризиків
2. Види ризиків івентів
3. Управління ризиками
4. Безпека проведення івенту
5. Методи визначення рівня ризику івенту

Контрольні питання

1. Розкрийте сутнісні характеристики ризику в контексті івент-менеджменту та опишіть його основні властивості.
2. Дайте характеристику основним властивостям та функціям ризику.
3. Яку «функцію» виконує ризик у процесі планування та реалізації івенту.
4. Чим відрізняється «технічний» ризик від «логістичного»?
5. Дайте характеристику основним стратегіям управління ризиками.
6. Опишіть, як можна «передати» ризик, наприклад, пов'язаний з несприятливими погодними умовами.
7. Які основні заходи безпеки необхідно передбачити для масового заходу на відкритому повітрі?
8. Поясніть, чому план евакуації є важливим документом, і що він повинен містити.
9. Опишіть, як організувати взаємодію з правоохоронними органами та медичними службами для забезпечення безпеки учасників.
10. Поясніть, що таке «матриця ризиків» і як вона допомагає візуалізувати та оцінити потенційні загрози.

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. ПП «МрійАрт» готує масштабний фестиваль вуличного мистецтва, що має відбутися на відкритому майданчику в центрі міста. Організатори очікують тисячі відвідувачів та значні прибутки від продажу квитків та спонсорських внесків. Однак, існує значний ризик несприятливих погодних умов, таких як злива або сильний вітер, що може призвести до скасування заходу. Також є ймовірність, що кількість учасників, які зареєструються, буде меншою за

очікувану, що вплине на привабливість івенту. Керівництво фестивалю вирішило придбати страховку від несприятливих погодних умов і розробило план «Б» з перенесення деяких локацій під навіси.

Питання.

1. Дайте визначення поняття ризику в контексті цього івенту.
2. Назвіть основні властивості ризику, що виділені у цій ситуації.
3. Яку функцію ризику, що може принести користь, можна ідентифікувати у цьому випадку?
4. Які методи управління ризиками було застосовано організаторами?

Завдання 2. Благодійний фонд «Надія» проводить щорічний гала-вечір для збору коштів на підтримку освітніх проєктів. Подія має високий статус, і на неї запрошено багато впливових гостей. Основним ризиком є технічний збій під час онлайн-трансляції аукціону, що може перешкодити збору коштів та завдати шкоди репутації фонду. Крім того, є загроза того, що частина запрошених VIP-персон не зможе приїхати через непередбачені обставини. Водночас, успішне проведення заходу дозволить не тільки зібрати кошти, але й залучити нових партнерів. Керівництво фонду заздалегідь провело тестування обладнання та призначило окрему команду для технічного супроводу трансляції.

Питання.

1. Яке поняття ризику є ключовим для цього благодійного івенту?
2. Які властивості ризику проявляються в цій ситуації, особливо у зв'язку з репутаційними втратами?
3. Поясніть, яку функцію виконує ризик у процесі підготовки до цього заходу.
4. Запропонуйте ще один спосіб зниження ризику, пов'язаного з відсутністю основних гостей.

Завдання 3. Організатор весільних церемоній івент-агенство «Ідеал» готує велике весілля на старовинній віллі, що розташована за містом. У контракті з молодятами чітко прописані всі деталі: від декору до меню. Головним ризиком є затримка або відмова ключових підрядників, наприклад, кейтерингової служби або фотографа, що може зіпсувати свято. Існує також ризик незадоволення клієнтів через дрібні організаційні недоліки. З іншого боку, успішне весілля принесе організатору високу оцінку та рекомендації, що є запорукою подальшого розвитку бізнесу. Він підготував список резервних підрядників та провів детальне узгодження таймінгу з усіма учасниками.

Питання.

1. Опишіть поняття ризику для цього івенту, враховуючи специфіку події.
2. Назвіть властивості ризику, які проявляються у цій ситуації.
3. Яку функцію ризику, крім потенційних втрат, можна виділити у цьому випадку?
4. Як би ви класифікували ризики, з якими зіткнувся організатор, за їхньою природою?

Завдання 4. Організатори щорічного фестивалю «Літній джаз» планують

провести його на головній площі міста. Цього року вони вирішили залучити іноземних виконавців, що значно підвищить статус події. Однак, це створює ризик затримок або скасування авіарейсів, що може зірвати виступи артистів. Крім того, організатори стикаються з ризиком пошкодження дорогого звукового обладнання через можливий дощ. Щоб мінімізувати ці загрози, вони уклали договори з логістичною компанією та орендували спеціальні захисні навіси.

Питання.

1. Які види ризиків за природою їх виникнення можуть мати місце?
2. До якого типу належить ризик, пов'язаний з логістикою (авіарейсами)?
3. Опишіть, до якого типу ризиків (чистих чи спекулятивних) належить ситуація з погодою та обладнанням.
4. Який вид ризику пов'язаний з можливим пошкодженням репутації фестивалю у разі невдалого проведення?

Завдання 5. Молодий стартап «ТехноСвіт» організовує презентацію свого нового продукту, запросивши інвесторів та журналістів. Для події орендували інноваційний простір з інтерактивними екранами. Ризик фінансових втрат є значним, оскільки витрати на оренду та технічне обладнання є високими. Крім того, існує ризик, що хтось із основних спікерів захворіє, і його доведеться замінити, що може вплинути на якість презентації. Стартап також усвідомлює, що якщо продукт не зацікавить інвесторів, це може призвести до провалу всього проекту.

Питання.

1. Визначте, які види ризиків за сферою діяльності (фінансові, маркетингові, репутаційні тощо) присутні у цій ситуації.
2. Який вид ризику пов'язаний зі здоров'ям спікера і як він класифікується?
3. Які з описаних ризиків є чистими, а які – спекулятивними?
4. Назвіть приклад фінансового ризику, згаданого у завданні.

Завдання 6. ТОВ «ЕкоФест» проводить фестиваль екологічних товарів та послуг. Захід відбувається на території парку. Одним із головних ризиків є можливість травмування відвідувачів через нерівності рельєфу або перешкоди, що може призвести до судових позовів. Також існує ризик низької відвідуваності через погану рекламну кампанію. Щоб убезпечити себе, організатори встановили додаткові знаки безпеки, найняли охорону та медичну службу. Вони також запустили додаткову таргетовану рекламу в соціальних мережах, щоб залучити більше людей.

Питання.

1. Які види ризиків (технічний, організаційний, людський тощо) присутні у цій ситуації?
2. До якого типу ризиків відноситься ситуація з можливими травмами відвідувачів?
3. Назвіть один із видів ризиків, пов'язаний із маркетинговою діяльністю.
4. Які з перерахованих ризиків є чистими, а які – спекулятивними?

Завдання 7. ПП «ЕкоСвіт» організовує благодійний ярмарок, кошти від якого підуть на озеленення міста. Подія запланована на відкритій локації, що створює ризик залежності від погоди. У разі дощу, ярмарок може бути зірваний, а організатори понесуть витрати, не отримавши прибутку. Крім того, існує ризик недостатньої кількості відвідувачів через низьку інформованість. Щоб уникнути цього, організатори вирішили перенести подію у разі дощу в критий павільйон і додатково інвестували в рекламу в соціальних мережах, збільшивши охоплення аудиторії.

Питання.

1. Який з описаних ризиків було нейтралізовано за допомогою стратегії уникнення ризику?

2. Який етап управління ризиками описаний у другому реченні?

3. Назвіть ще одну стратегію управління ризиком, яку застосувало ПП «ЕкоСвіт».

4. Які додаткові заходи можна було б вжити для контролю ризику низької відвідуваності?

Завдання 8. Організатори масового концерту, що має відбутися на відкритому стадіоні, готуються прийняти понад 10 тисяч відвідувачів. Вони усвідомлюють, що забезпечення безпеки є пріоритетом. Особливу увагу слід приділити контролю доступу на територію, щоб уникнути проникнення небажаних осіб. Крім того, необхідно розробити чіткі плани евакуації на випадок надзвичайних ситуацій, таких як пожежа або масова паніка. Організатори також повинні врахувати ризики, пов'язані з медичним обслуговуванням, та забезпечити достатню кількість пунктів першої допомоги.

Питання.

1. Які ключові компоненти фізичної безпеки івенту описані?

2. Назвіть, які заходи безпеки слід вжити, щоб запобігти масовій паніці.

3. Опишіть, як пов'язані між собою планування евакуації та безпека відвідувачів.

4. Які ще види безпеки, крім фізичної, слід врахувати організаторам?

Завдання 9. ТОВ «МедіаСвіт» проводить дводенний форум для інфлюенсерів у сучасному бізнес-центрі. Захід включає в себе лекції, майстер-класи та вечірній фуршет. Одним із головних ризиків є безпека даних учасників, оскільки вони реєструються онлайн, надаючи особисту інформацію. Крім того, організатори повинні забезпечити пожежну безпеку та перевірити справність усіх систем. Також важливо запобігти можливому шахрайству з квитками, що може завдати шкоди репутації форуму.

Питання.

1. Які аспекти інформаційної безпеки потрібно врахувати у цій ситуації?

2. Назвіть щонайменше два заходи пожежної безпеки, які мають бути перевірені організаторами.

3. Поясніть, як безпека даних пов'язана з репутацією івенту.

4. Які кроки можна вжити для забезпечення фінансової безпеки щодо продажу

квитків?

5.

Завдання 10. Організатори фестивалю стріт-фуду, що проводиться на території міського парку, стикаються з декількома викликами безпеки. Основними з яких є санітарна безпека та якість їжі, що пропонується численними продавцями. Вони мають переконатися, що всі учасники дотримуються гігієнічних норм і мають відповідні дозволи. Крім того, існує ризик травмування відвідувачів через неналежно прокладені кабелі та електричні дроти. Також важливо забезпечити безпеку дорожнього руху навколо локації.

Питання.

1. Які види безпеки є пріоритетними для цього фестивалю?
2. Які заходи санітарної безпеки слід контролювати організаторам?
3. Опишіть, як можна запобігти ризикам, пов'язаним з електрообладнанням на відкритій території.
4. Які аспекти безпеки дорожнього руху потрібно врахувати організаторам?

Тестові завдання

1. Властивість ризику, що є основною для івент-менеджменту:

- а) винятково негативні наслідки;
- б) неможливість прогнозування;
- в) імовірний характер;
- г) відсутність впливу на бюджет івенту.

2. Ризик виконує:

- а) захисну функцію;
- б) підкріплювальну функцію;
- в) забезпечувальну функцію;
- г) моніторингову функцію.

3. Функція ризику, яка має суперечливий характер і виступає у двох формах:

- а) захисна;
- б) аналітична;
- в) регулятивна;
- г) інноваційна.

4. За характером впливу ризиків на результат розрізняють:

- а) внутрішні та зовнішні ризики;
- б) спекулятивні та чисті ризики;
- в) допустимі, критичні, катастрофічні ризики;
- г) постійні та тимчасові ризики.

5. Можливість отримувати як позитивний, так і негативний результат характеризує:

- а) страховий ризик;
- б) чистий ризик;
- в) критичний ризик;
- г) спекулятивний ризик.

6. До основних ризиків івент-індустрії відноситься:

- а) комерційний ризик;

- б) кредитний ризик;
- в) експлуатаційний ризик;
- г) технічний ризик.

7. Ризик, пов'язаний з негативним відгуком у соціальних мережах, який шкодить іміджу заходу:

- а) фінансовий;
- б) правовий;
- в) репутаційний;
- г) логістичний.

8. До методів прийняття ризику відноситься:

- а) лімітування;
- б) самострахування;
- в) локалізація;
- г) усі відповіді правильні.

9. Передача непрофільних для підприємства функцій іншим суб'єктам господарювання – це:

- а) реінжиніринг;
- б) бенчмаркінг;
- в) аутсорсинг;
- г) хеджування.

10. Заходи слід вжити для забезпечення медичної безпеки на масштабному заході:

- а) заборонити учасникам приносити власні ліки;
- б) призначити одного волонтера для надання першої допомоги;
- в) сформувати окрему медичну зону з чергуванням лікаря та/або фельдшера;
- г) закріпити одну аптечку за організаторами.

Практичне заняття №10

Тема. Контроль виконання івенту та оцінка його ефективності

Мета: закріплення теоретичного матеріалу, формування розуміння особливостей проведення контролю виконання івенту та оцінки його ефективності

Завдання: розглянути основні поняття теми; визначити особливості контролю за реалізацією івенту; проаналізувати фінансову класифікацію івентів; вивчити методи оцінки ефективності івенту; з'ясувати особливості оцінки економічної ефективності івенту; набути компетентностей щодо проведення контролю виконання івенту та оцінки його ефективності

Питання для обговорення

1. Контроль за реалізацією івенту
2. Фінансова класифікація івентів
3. Методи оцінки ефективності івенту

4. Оцінка економічної ефективності івенту
5. Методи контролю реалізації івент-проєкту

Контрольні питання

1. Які ключові показники слід моніторити під час проведення івенту, щоб переконатися, що все йде за планом?
2. Як може допомогти наявність чеклисту або дорожньої карти у процесі контролю за реалізацією івенту.
3. Чому важливо підтримувати постійний зв'язок з командою та підрядниками під час заходу?
4. Поясніть, чим відрізняються комерційні та некомерційні івенти з фінансової точки зору.
5. Визначте, які фінансові цілі можуть бути у соціальних та благодійних заходів.
6. Опишіть різницю між якісними та кількісними методами оцінки ефективності івенту.
7. Як можна оцінити ефективність івенту, якщо його основна мета – не прибуток, а, наприклад, підвищення іміджу бренду?
8. Визначте сутнісні характеристики ROI (Return on Investment) у контексті івент-менеджменту та як його розрахувати.
9. Наведіть приклад, як можна оцінити економічну ефективність івенту, якщо він не приносить прямого прибутку.
10. Які інструменти управління івент-проєктами можна використовувати для контролю за ходом підготовки івенту?

Практичні та ситуаційні завдання

Завдання 1. Ви організуєте корпоративну вечірку для важливого клієнта. Під час заходу ви отримуєте скаргу від представника клієнта: кейтерингова компанія подала холодні страви, а музичний супровід не відповідає узгодженому плейлисту. Клієнт дуже незадоволений і вимагає негайного вирішення проблем. Ви розумієте, що ця ситуація може коштувати вам майбутніх замовлень.

Питання.

1. Які ваші перші кроки у спілкуванні з клієнтом, щоб заспокоїти його та показати свою зацікавленість у вирішенні проблеми?
2. Як ви будете взаємодіяти з підрядниками, щоб виправити ситуацію на місці?
3. Яку компенсацію або додаткові послуги ви можете запропонувати клієнту, щоб зберегти ділові відносини?

Завдання 2. Ви координуєте проведення майстер-класу, який триває цілий день і складається з декількох сесій. Під час першої перерви ви дізнаєтеся, що один зі спікерів застряг у заторі і прибуде на 45 хвилин пізніше запланованого. Це ставить під загрозу весь таймінг івенту, а наступні спікери вже чекають своєї черги. Вам необхідно швидко перепланувати програму, щоб уникнути хаосу.

Питання.

1. Як ви будете перепланувати програму, щоб компенсувати затримку?

2. Як ви повідомите про зміни спікерів та учасників, щоб не викликати обурення?

3. Які додаткові заходи ви можете вжити, щоб заповнити «вікно» у таймінгу?

Завдання 3. Ви організуєте благодійний концерт, щоб зібрати кошти для місцевого дитячого будинку. Вхід на захід буде безкоштовним, але ви плануєте збирати добровільні пожертви та проводити аукціон. Ви також залучили кількох спонсорів, які надають обладнання та послуги в обмін на рекламу. Потрібно правильно розрахувати бюджет і класифікувати цей івент.

Питання.

1. Яку фінансову класифікацію має цей івент?

2. Які джерела доходу ви врахуєте у своєму бюджеті, крім грошових пожертв?

3. Як ви оціните економічну ефективність цього заходу, якщо його головна мета не прибуток?

Завдання 4. Ваша фірма проводить щорічний захід для співробітників, щоб відсвяткувати успіхи та підвищити командний дух. Захід фінансується виключно з внутрішнього бюджету відділу маркетингу та HR, і участь у ньому є безкоштовною для всіх працівників. Однак, ви плануєте запросити зовнішніх партнерів, які можуть захотіти взяти участь за певну плату. Важливо правильно розподілити бюджет і врахувати всі можливі надходження.

Питання.

1. Як би ви класифікували цей івент з фінансової точки зору?

2. Як ви будете відрізняти фінансові надходження від потенційних зовнішніх учасників від внутрішнього бюджету?

3. Які методи оцінки ефективності ви використаєте, оскільки захід не є комерційним?

Завдання 5. Ви організували корпоративний захід для співробітників, головною метою якого було підвищення їхньої лояльності та мотивації. Захід включав кілька сесій командоутворення, виступ мотиваційного спікера та святкову вечерю. Оскільки прямий фінансовий прибуток не є метою, вам потрібно знайти інші способи оцінити успіх івенту. Після заходу ви розіслали електронні листи з опитуванням, щоб зібрати відгуки. Ваше завдання – проаналізувати отримані дані.

Питання.

1. Які якісні показники ви будете аналізувати, щоб оцінити ефективність заходу?

2. Які кількісні дані, крім відвідуваності, ви можете зібрати, щоб оцінити ступінь задоволення співробітників?

3. Як ви будете використовувати зібрані дані для вдосконалення майбутніх корпоративних подій?

4. Які недоліки можуть бути у цього методу оцінки, і як їх можна мінімізувати?

Завдання 6. Ваша фірма провела безкоштовний вебінар, мета якого –

залучення нових потенційних клієнтів та підвищення впізнаваності бренду. У вебінарі взяли участь 300 осіб. Під час вебінару ви використовували різні маркетингові інструменти, такі як спеціальні промокоди та пропозиції для учасників. Тепер вам потрібно оцінити, наскільки захід виправдав очікування. Важливо не лише порахувати кількість учасників, а й зрозуміти їхню подальшу поведінку.

Питання.

1. Які ключові показники ефективності (KPI) ви будете використовувати для аналізу успішності цього заходу?
2. Як ви відстежуватимете ліди, отримані в результаті вебінару?
3. Поясніть, як можна розрахувати ROI (Return on Investment) цього вебінару, навіть якщо участь у ньому була безкоштовною.
4. Які довгострокові показники ви будете відстежувати, щоб оцінити вплив вебінару на бізнес-цілі?

Завдання 7. Ви організували платний освітній семінар для фахівців, і тепер вам потрібно оцінити, наскільки він був ефективним. Крім фінансових показників, важливо зрозуміти, чи отримали учасники нові знання та навички. Перед початком семінару ви провели вступне опитування, а після його завершення – фінальний тест. Також ви запропонували учасникам залишити відгуки на спеціальній платформі.

Питання.

1. Які методи ви використаєте для оцінки рівня отриманих знань учасниками?
2. Як ви будете збирати зворотний зв'язок щодо якості контенту та виступів спікерів?
3. Як ви будете використовувати відгуки учасників для вдосконалення програми наступних семінарів?
4. Поясніть, як ви можете оцінити ROI цього семінару, враховуючи, що він був платним.

Завдання 8. Ви організували платну конференцію для фахівців. Ваші витрати склали: оренда локації – 20000 грн, гонорари спікерів – 50000 грн, маркетингова кампанія – 15000 грн та інші операційні витрати – 10000 грн. Ви продали 250 квитків по 500 грн кожен і залучили спонсорські внески на загальну суму 30000 грн. Вам потрібно підготувати фінансовий звіт для керівництва.

Питання.

1. Як ви розрахуєте загальний дохід від цього івенту?
2. Якою буде загальна сума витрат?
3. Розрахуйте чистий прибуток (або збиток) і ROI (Return on Investment) для цього заходу.
4. Які рекомендації ви дасте для підвищення економічної ефективності наступної конференції?

Завдання 9. Ваша фірма провела внутрішній корпоративний захід, який не приносив прямого доходу. Бюджет на захід склав 100 тис грн, і він був повністю

покритий за рахунок внутрішніх коштів. Метою було підвищення мотивації та лояльності співробітників, що, як очікується, має призвести до зростання продуктивності праці. Вам потрібно обґрунтувати витрати перед фінансовим директором.

Питання.

1. Як ви будете вимірювати економічний ефект від цього заходу, якщо він не приніс прямого прибутку?
2. Які нефінансові показники можуть бути використані для обґрунтування інвестиції?
3. Як можна оцінити потенційну економію коштів у майбутньому як результат цього івенту?
4. Поясніть, чому в цьому випадку ROI не є єдиним показником ефективності.

Завдання 10. Ви організували безкоштовний освітній семінар для потенційних клієнтів. Витрати на організацію склали 30000 грн. Після семінару 5% з 100 відвідувачів придбали ваш основний продукт вартістю 5000 грн. Тепер вам потрібно визначити, наскільки цей захід був успішним з економічної точки зору.

Питання.

1. Якою буде загальна сума доходу від цього семінару?
2. Розрахуйте чистий прибуток (або збиток) від івенту, враховуючи витрати та доходи.
3. Обчисліть ROI (Return on Investment) цього заходу.
4. Які додаткові, менш очевидні, економічні вигоди ви могли б врахувати при оцінці ефективності?

Тестові завдання

1. Основний інструмент, що використовується для оперативного контролю за ходом реалізації івенту?
 - а) фінансовий звіт;
 - б) діаграма Ганта або чеклист;
 - в) саундчек;
 - г) договір з підрядниками.
2. Контроль ризиків під час івенту:
 - а) забезпечує відповідність заходу початковому плану та цілям;
 - б) знижує загальні витрати;
 - в) дозволяє залучити більше спонсорів;
 - г) допомагає збільшити прибуток.
3. Корпоративна вечірка, що фінансується за рахунок внутрішнього бюджету фірми – це:
 - а) комерційний івент;
 - б) некомерційний івент;
 - в) внутрішній івент;
 - г) благодійний івент.
4. Основним джерелом фінансування благодійного івенту є:
 - а) продаж квитків;

- б) внутрішній бюджет фірми;
- в) добровільні пожертви та спонсорські внески;
- г) нерозподілений прибуток.

5. До якісних методів оцінки ефективності івенту відносять:

- а) кількість проданих квитків;
- б) аналіз зворотного зв'язку з фокус-груп;
- в) охоплення в соціальних мережах;
- г) кількість згадок у ЗМІ.

6. Оцінити ефективність івенту, якщо його мета – підвищення впізнаваності бренду, можна на основі:

- а) загальної кількості витрат;
- б) кількості нових продажів після заходу;
- в) аналізу кількості згадок у ЗМІ та соціальних мережах;
- г) рівня задоволеності спікерів.

7. Метод, який дозволяє оцінити емоційну реакцію та загальне враження учасників від івенту:

- а) розрахунок ROI;
- б) аналіз відвідуваності;
- в) опитування;
- г) аналіз загальних витрат.

8. ROI (Return on Investment) івенту – це:

- а) співвідношення загального доходу до кількості учасників;
- б) співвідношення прибутку (дохід мінус витрати) до загальних витрат, виражене у відсотках;
- в) загальна сума доходу від спонсорів;
- г) кількість згадок у ЗМІ.

9. Показники, які слід враховувати для оцінки економічної ефективності безкоштовного заходу:

- а) кількість виступів спікерів;
- б) кількість укладених угод або продажів, що стали наслідком заходу;
- в) загальна кількість витрат;
- г) рівень задоволеності учасників.

10. Загальною частиною розрахунку чистого прибутку не є:

- а) загальна сума витрат;
- б) загальний дохід від продажу квитків;
- в) кількість переглядів рекламного ролика;
- г) спонсорські внески.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Буняк Н. М. Бренд-менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2023. 120 с.
2. Буняк Н. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 180 с.
3. Власенко О. Б. Івентний менеджмент як окремий напрям досліджень у сучасній науці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2014. Вип. 3. Ч. 3. С. 142–145.
4. Городняк І. В. Рекламний менеджмент : практикум для студентів економічного факультету. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 81 с.
5. Дергачова Г. М. Івент-менеджмент: конспект лекцій : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 99 с.
6. Зеленська Л. М. Івент-менеджмент : навч. посіб. Київ : НАКККіМ, 2018. 148 с.
7. Капінус Л. Івент-маркетинг на онлайн-ринку як інструмент впливу на поведінку споживачів. *Економічний простір*. 2022. № 180. С 128–133.
8. Ларіна Я. С., Діченко А. Л. Event-маркетинг та особливості розвитку ринку event-послуг в Україні. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 6. С. 86–92.
9. Мисик В. М. Типологія івентів як об'єктів івент-менеджменту. *Бізнес Інформ*. 2020. №8. С. 203–210.
10. Мисик В. М. Чинники побудови і розвитку івент-менеджменту. *Інтелект XXI*. 2020. №3. С. 44–48.
11. Ніколюк О. В., Дьяченко Ю. В., Савченко Т. В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 98–103.
12. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. *Регіональна економіка*. 2020. №3. С. 120–130.
13. Пархоменко І. І. Британська наукова традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін, Х. Пієлічати, Дж. Елз). *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Менеджмент соціокультурної діяльності*. 2018. Т 1 №2. С. 63–76.
14. Повалій Т. Л., Світайло Н. Д. Івент-менеджмент : навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2021. 198 с.
15. Радіонова О. М. Івент-технології : навч. посіб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 168 с.
16. Bladen C. The Service Semiotics of Luxury Events: an Exploration for Future Research and Events Management Industry Practice. *Research in Hospitality Management*. 2021. Vol. 11. Issue 1. Pp. 53–57.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ВИДАННЯ

Автор: Буняк Надія Михайлівна

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні вказівки до практичних занять

Друкується в авторській редакції

Підп. до друку 15.10.2025. Формат 60x84/16. Папір офс.
Гарн. Таймс New Roman. Ум. друк. арк. 5,03