

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
міжнародної електронної
комерції та готельно-
ресторанної справи
Протокол № 1 від 26.08.2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням науково-методичної
комісії факультету міжнародних
економічних відносин та
туристичного бізнесу
Протокол № 1 від 26.08.2020 р.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛІНИ

«Планування заходів та кейтеринг»

підготовки магістрів

спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного
бізнесу

2020/2021 навчальний рік

ЗМІСТ

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
2. Методичні вказівки до виконання практичних завдань і самостійної роботи.
3. Методичні вказівки до виконання курсової роботи.
4. Питання до іспиту.
5. Екзаменаційні білети з навчальної дисципліни.
6. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни.

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародної електронної комерції
та готельно-ресторанної справи

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної роботи
Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ



2020 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Планування заходів та кейтеринг

рівень вищої освіти	другий (магістрський)
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
освітня програма	«Готельно-ресторанна справа»
вид дисципліни	за вибором
факультет	міжнародних економічних відносин та туристичного
бізнесу	

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

“28” серпня 2020 року, протокол № 1.

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Чуйко А.М., к.т.н., доцент кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

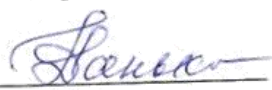
Протокол від “26” серпня 2020 року № 1.

В.о. завідувача кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи


(підпис) Наталя ДАНЬКО

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» другого (магістерського рівня)

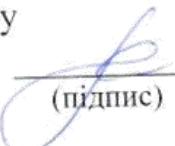
Гарант освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» другого (магістерського рівня)


(підпис) Наталя ДАНЬКО

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від “28” серпня 2020 року № 1.

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу


(підпис) Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри міжнародної
електронної комерції та готельно-
ресторанної справи
Протокол № 1 від 26.08.2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням науково-методичної
комісії факультету міжнародних
економічних відносин та
туристичного бізнесу
Протокол № 1 від 26.08.2020 р.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ І САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

з навчальної дисципліни
«Планування заходів та кейтеринг»
підготовки магістрів
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного
бізнесу

Укладач: к.т.н., доцент кафедри міжнародної електронної комерції та
готельно-ресторанної справи Чуйко А.М.

Харків – 2020

ВСТУП

Незважаючи на те, що організація заходів, подій – event технологій, як специфічна форма діяльності існує з незапам'ятних часів, в самостійну галузь вона виділилася не так давно – приблизно 15 років тому, а до цього довгий час була складовою частиною інших галузей економіки: готельного бізнесу, туризму, шоу-бізнесу. Частину функцій з організації заходів була покладена на відділи продажу, професійні асоціації та ін. Це гальмувало розвиток eventтехнологій, як окремої форми діяльності. Тепер в області організації подій з'явилися професійні асоціації, існує спеціалізована література, сертифікаційні програми, в даній сфері можна здобути вищу освіту. Поступово організація заходів стає визнаною індустрією зі своїми технологіями, гравцями ринку, легендами і традиціями.

Планування заходів та кейтеринг є вибірковою складовою частиною циклу професійних дисциплін, головною метою якої – є вміння студентів використовувати знання івент-технологій у майбутній професійній та практичній діяльності. Навчальним планом з даної дисципліни передбачені такі види робіт, як практичні заняття і самостійна робота студентів.

Практичне заняття – форма навчального заняття, спрямована на формування вмінь і навичок виконання певних видів роботи. У процесі проведення практичного заняття студенти самостійно або в малих групах (при попередньому поясненні викладача) вирішують запропоновані завдання різного рівня складності, виробничі ситуації чи ділові ігри. Наприкінці заняття з метою виявлення ступеня засвоєння матеріалу викладачем проводиться перевірка роботи, яку виконували студенти, і підведення підсумків з виставленням відповідної оцінки залежно від результатів виконаної роботи.

Крім лекційних, практичних занять, тобто аудиторної роботи, з дисципліни передбачено виконання студентами таких видів самостійної роботи: 1) вивчення додаткової літератури з окремих питань дисципліни; 2) підготовка до практичних занять; 3) виконання розрахунково-графічної роботи; 4) підготовка до поточного й підсумкового контролю.

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

За кожною з тем, включеної до курсу навчальної дисципліни, проводять практичне заняття з метою закріплення студентом теоретичних знань, що одержані на лекційних заняттях, в результаті самостійного вивчення необхідного матеріалу, у ході виконання розрахунково-графічної роботи та одержання практичних навичок.

Практичне заняття включає проведення попереднього контролю знань, вмінь і навичок студентів, постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, вирішення контрольних завдань, тестовий контроль. У ході проведення практичного заняття студенти самостійно або в групах (як малих, так і великих) вирішують запропоновані завдання різного рівня складності, виробничі ситуації чи ділові ігри. З метою виявлення рівня засвоєння матеріалу викладач проводить перевірку й обговорення роботи, яку виконували студенти, а також підведення підсумків з одержанням студентами відповідної оцінки в залежності від результатів виконаної роботи.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.1

Теоретико-методологічні основи івент-технологій

Тема 1 Поняття та зміст event. Класифікація подій

Перелік основних завдань

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

Питання для дискусії

1. Підходи до визначення поняття «івент».
 2. Різноманітні погляди до класифікації івент заходів.
- Джерела: основні [4, 5]; додаткові [1, 4, 13, 14].

Тема 2 Цілі та завдання подієвих заходів

Перелік основних завдань

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

Питання для дискусії

1. Означте цілі та задачі по типам івент заходів.
 2. Національні особливості івент подій.
- Джерела: основні [2, 4, 5]; додаткові [2, 5, 13, 14].

Тема 3 Методологія дослідження виняткових подій

Перелік основних завдань

1. Назвіть етапи організації івент заходів.
2. Що розуміється під дослідженням подієвих заходів.
3. Розкрийте сутність понять «Фокус-групи», «Людина-«монітор»».
4. Поясніть сутність проведення анкетування та інтерв'ю.
5. Охарактеризуйте зміст маркетингових досліджень та їх необхідність.

Питання для дискусії

1. Означте основні відмінності при проведенні дослідження за допомогою фокус-групи та інтерв'ю.
 2. Визначте переваги та недоліки дослідження при проведенні анкетування та інтерв'ю.
 3. Назвіть особливості дослідження за допомогою експертної думки, поясніть хто може виступати в якості експерта івент подій.
- Джерела: основні [1, 2, 4, 5]; додаткові [3, 4].

Тема 4 Технологія розробки програми заходу

Перелік основних завдань

1. Назвіть основні підходи розробки подієвого заходу.

2. Охарактеризуйте сутність підходу мозковий штурм при розробці івент.
3. Визначте значущість документації ідей та проведення конкурсу ідей.

Питання для дискусії

1. Поясніть переваги підходу «Творчий вплив ззовні» при розробці виняткових подій.

Джерела: основні [2, 4, 5]; додаткові [1, 3, 4].

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.2

Організація та оцінка результатів івент заходів

Тема 5 Планування івент заходів

Перелік основних завдань

1. Назвіть основні елементи планування івент подій.
2. Охарактеризуйте основні теми, ідеї та концепти івент.
3. Поясніть, що таке первинна та вторинна аудиторія.
4. Що є складовими атмосфери заходу.
5. Що важливо врахувати при планування часу заходу.
6. Чому є важливим розклад івент заходу.

Питання для дискусії

1. Означте важливість вибору "обличчя заходу", що від нього залежить і на що впливає.
2. Визначте який елемент з правила «п'яти почуттів» (зір, слух, дотик, нюх, смак) – є найбільш важливий для івент заходів.

Джерела: основні [2, 3, 4, 5]; додаткові [1, 2, 3, 4, 14].

Тема 6 Склад та функції персоналу в організації заходів

Перелік основних завдань

1. Визначте дві основні культури управління персоналом.
2. Що значить тимчасовий персонал при організації івент, які функції він виконує.
3. Яким чином необхідно організувати роботу персоналу для успішного проведення заходу.
4. Що включає в себе робота з підрядниками заходу.

Питання для дискусії

1. Поясніть що є більш успішним для проведення івент заходу – розподіл робіт за проектами або розподіл робіт за функціями.
 2. Визначте переваги та недоліки роботи з підрядниками івент заходів. 3. Розкрийте сучасні підходи до формування складу персоналу для івент заходів.
- Джерела: основні [2, 3, 4, 5]; додаткові [3, 4, 14].

Тема 7 Ризик-менеджмент виняткових заходів

Перелік основних завдань

1. Визначте основні види ризиків івент заходів.
2. Що розуміється під фінансовим та правовим ризиком, чому вони загрожують.

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародної електронної комерції
та готельно-ресторанної справи

А. М. ЧУЙКО

ПЛАНУВАННЯ ЗАХОДІВ ТА КЕЙТЕРИНГ

Методичні вказівки до виконання курсових робіт
для здобувачів другого ступеня вищої освіти «магістр»
Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Харків – 2020

ЗМІСТ

1. Загальні положення.....	3
2. Порядок виконання курсової роботи	4
3. Структура курсової роботи.....	6
4. Оцінювання виконання курсової роботи.....	8
5. Тематичні напрямки курсових робіт	9
6. Академічна доброчесність	10
7. Список використаних джерел.....	11
Додаток А Зразок завдання на курсову роботу.....	12
Додаток Б Зразок титульного аркуша курсової роботи.....	13
Додаток В Зразок оформлення змісту курсової роботи.....	15

Навчальне видання

Чуйко Андрій Миколайович

«Планування заходів та кейтеринг»

Методичні вказівки до виконання курсових робіт
для здобувачів другого ступеня вищої освіти «магістр»
Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Харків – 2020

Питання до іспиту

1. Поняття івент та івент технологія. Типологія та класифікація івент.
2. Методи оцінки ефективності планування заходів.
3. Запропонуйте шляхи зниження витрат виняткового заходу.
4. Види кейтерінгу та їх характеристика.
5. Мозковий штурм як технологія колективної креативної творчості. Документація ідей в розробці івент. Конкурс ідей для програми заходу. Творчий вплив ззовні.
6. Назвіть недоліки і переваги Інтернету як рекламного каналу.
7. Організація івент заходу. Формулювання цілей і завдань та вибір концепції заходу. Планування часу для проведення івент.
8. Поняття, властивості та функції ризиків. Види ризиків івент заходів. Управління ризиками. Безпека проведення івент заходу.
9. Визначте сучасні джерела формування доходів івент заходів.
10. Цілі івент заходів. Завдання подієвих заходів.
11. Характеристика устаткування, інвентарю, що використовують під час організації кейтерінгової діяльності.
12. Що включає в себе робота з підрядниками заходу.
13. Дослідження як інструмент організації заходу. Власні дані компанії.
14. PublicRelations – PR (Зв'язки з громадськістю, піар). Організація роботи з пресою.
15. Охарактеризуйте сучасну систему безпеки заходів.
16. Фінансова класифікація івент заходів. Фінансові питання при організації івент.
17. Методологія дослідження виняткових подій. Опитування. Людина-«монітор». Маркетингові дослідження.
18. Визначте потрібні якості організатора виняткового заходу.
19. Основні інструменти продажів заходу. Реклама та рекламні канали.
20. Склад та підготовка персоналу для івент. Організація роботи персоналу. Робота з підрядниками.
21. Переваги і недоліки роботи з підрядниками заходів.

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної
справи

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
міжнародної
електронної комерції та
готельно-ресторанної
справи
Протокол № 1 від
26.08.2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням науково-
методичної комісії
факультету
міжнародних
економічних відносин
та туристичного бізнесу
Протокол № 1 від
26.08.2020 р.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ БІЛЕТИ
з навчальної дисципліни
«Планування заходів та кейтеринг»
підготовки магістрів
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного
бізнесу

Укладач: к.т.н., доцент кафедри міжнародної електронної
комерції та готельно-ресторанної справи Чуйко А.М.

Харків – 2020
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.
КАРАЗІНА

*Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної
справи*

Іавчальна дисципліна «Планування заходів та кейтеринг»
Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Галузь знань «Сфера обслуговування»
Рівень вищої освіти – другий (магістрський)

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

№ п/п	Завдання	Максимальна кількість балів
1	Поняття івент та івент технологія. Типологія та класифікація івент.	15
2	Методи оцінки ефективності планування заходів.	15
3	Запропонуйте шляхи зниження витрат виняткового заходу.	10
Разом:		40

Затверджено на засіданні кафедри, протокол № 1
В.о. завідувача кафедри міжнародної електронної
комерції та готельно-ресторанної справи
Данько Н.І.

доцент, к.е.н.,

Екзаменатор
Чуйко А.М.

доцент, к.т.н.,

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
міжнародної електронної
комерції та готельно-
ресторанної справи
Протокол № 1 від 26.08.2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
рішенням науково-методичної
комісії факультету
міжнародних економічних
відносин та туристичного
бізнесу
Протокол № 1 від 26.08.2020 р.

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з навчальної дисципліни
«Планування заходів та кейтеринг»
підготовки магістрів
спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.т.н., доцент кафедри міжнародної електронної комерції та
готельно-ресторанної справи Чуйко А.М.

Харків – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ЗМ 1. Теоретико-методологічні основи івент-технологій.....	5
Тема 1. Поняття та зміст event. Класифікація подій.....	5
Тема 2. Цілі та завдання подієвих заходів.....	12
Тема 3. Методологія дослідження виняткових подій.....	16
Тема 4. Технологія розробки програми заходу.....	22
ЗМ 2. Організація та оцінка результатів івент заходів.....	27
Тема 5. Планування івент заходів.....	27
Тема 6. Склад та функції персоналу в організації заходів.....	36
Тема 7. Ризик-менеджмент виняткових заходів.....	43
Тема 8. Інструменти просування і продажів подієвих заходів.....	52
Тема 9. Ефективність управління заходами.....	59
Список джерел.....	65

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства / Франсуа Колбер при участии Ж. Нантель, С. Билодо, Дж. Д. Рича; [пер. с англ. Л. Г. Мочаловой]. - Санкт-Петербург : АРТ-Пресс, 2004. – 255 с.
2. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / Марк Сондер; [пер. с англ. Д.В. Скворцова]; под общ. ред. Стрижак. – Москва: Вершина, 2006. – 544 с.
3. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры : учебное пособие / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2007. – 528 с.
4. Хальцбаур У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер; [пер.с нем. Т. Фоминой] – М. : Эксмо, 2007. – 384 с.
5. Шумович А.В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management / А. В. Шумович. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
6. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова – М., Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
7. Кули К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой / Карен Кули и Кирсти МакЭван; худож.-оформ. А. Киричек – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 256 с.
8. Лемер Синди. Искусство организации мероприятий: стоит только начать! / Синди Лемер. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 288 с.
9. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: Учебн. Пособие / Переверзев М.П., Косцов Т.В. [под редакцией М.П. Переверзева]. – М. : Инфра-М, 2007. – 192 с.
10. Пресс Скип. Как пишут и продают сценарии в США для видео, кино и телевидения: (Пер. с англ.) / Скип Пресс. – М. : Изд-во ТРИУМФ, 2004. – 400 с.
11. Иванова О. В. Методичні підходи до розробки бізнес-івенту [Электронный ресурс] / Иванова О. В., Марковський О. В. - Режим доступа: <http://firearticles.com/economika-pidpryemstv/220-metodichn-pdhodi-do-rozrobki-bznes-ventu-vanova-o-v-markovskiy-o-v.html>
- 12/ Шмитт Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт. -М. : Вильямс, 2005. - С. 14-49.
13. Кацадзе Н. Антикризисные формулы для ивент-агентств / Н. Кацадзе // About Event. - 2009. - № 2. - С. 28-34.
14. Крысов. А. Разрабатываем деловой ивент [Электронный ресурс] / А. Крысов. - Режим доступа: event-consulting.info/a2710-razrabatyvaem-delovoj-ivent.html.
15. Назимко А. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. - М. : Вершина, 2006. -С. 5-94.

16. Пасмуров А. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Пасмуров. - СПб. : Питер, 2006. - С. 25-49.
17. Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации / А.Н. Романцов. - Дашков и Ко, 2009. - С. 14-19.
18. Хамініч С.Ю. Стратегічне планування на підприємствах: теоретико-методологічний аспект / С.Ю. Хамініч // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. - Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. - Вип. 249 : в 6 т. - Т. 5. - С.1317-1322.
19. Агеев В. С. Механизмы Event-концепции / В. С. Агеев // Менеджмент. - 2008. - № 2. - С.12-16.
20. Алибасов Б. Концепция прорыва в коммерческом ивент-менеджменте [Электронный ресурс] // Бизнес образование России : общерос. информ. портал. - [Б.м., 2006-2010]. - Режим доступа: <http://www.rb-edu.ru/articles/management/article6237.html>.
21. Андриенко В. П. Феномен Event-концепции / В. П. Андриенко // Маркетинг - 2009. - № 6 - С. 66-70.
22. Ахметов Р. Эксклюзивно для Вас. Нестандартные корпоративные мероприятия / Р. Ахметов // Корпоративная культура. - 2007. - № 1. - С. 17-19.
23. Бармичев В. Выставочный EVENT / В. Бармичев // Рекламодатель : теория и практика. - 2006. - № 5. - С. 23-25.
24. Березкин А. А. Морские фестивали - эффективный вид событийного туризма / А. А. Березкин, А. В. Жукова // Вестник Национальной академии туризма. - 2009. - № 3. - С. 48-51.
25. Берязева Н. Event-маркетинг : мода или необходимость / Н. Берязева // Рекламодатель : теория и практика. - 2006. - № 6. - С. 29-32.
27. Берлов А. Эволюция ивент-менеджера [Электронный ресурс] / А. Берлов - Режим доступа: <http://www.eventmarket.ru/articles/org/detail.php?ID=6380>.
28. Брижевский С. Ивент нового времени / С. Брижевский // Рекламодатель : теория и практика. - 2009. - № 12. - С. 23-27.
29. Булатова М. Н. Event-marketing-управление событиями. Бизнес и профессия / М. Н. Булатова. - Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2009. - 195 с.
30. Гирин М. Как из промоушена сделать событие, которое запомнят? Чек-лист по организации эвента / М. Гирин // Рекламодатель : теория и практика. - 2006. - № 6. - С. 33-38.
31. Давыдова Е. Event-маркетинг как средство формирования уникальной личности / Е. Давыдова // Маркетинговые коммуникации. - 2005. - № 2. - С. 37-40.
32. Дримс Дж. Зачем нужны праздники / Дж. Дримс // Ресторанные ведомости. - 2009. - № 8. - С. 40-42.
33. Капустина Л. М. Маркетинговые технологии брэндинга / Л. М. Капустина, Т. Л. Решетило ; Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург, 2009. - 103 с.