

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
ДОКУМЕНТАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХОДІВ
напряму підготовки 6.030302 Реклама та зв'язки з громадськістю

Інститут журналістики

2016-2017 рік

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА	
Ідентифікаційний код: 02156-036	
Навчальний відділ	
навігатору якості освіти	
Програма №	<u>3279</u>
№	№

Робоча програма з дисципліни «Документаційне забезпечення заходів» для студентів освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 061 «Журналістика», галузі знань 06 «Журналістика», освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю», 2016 року - 43 с.

Укладачі: **Кияниця Євгенія Олегівна**, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від «31» серпня 2016 року № 1

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю


_____ (Новохатько Л.М.)
(прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Інституту журналістики з навчальної роботи


_____ (Росінська О.А.)

© КУБГ, 2016 рік
© Кияниця С.О., 2016 рік

Пояснювальна				записка
.....				4
Структура		програми		навчальної
дисципліни.....				8
I.	Опис	предмета	навчальної	дисципліни
.....				8
II.	Тематичний	план	навчальної	дисципліни
.....				9
III.				Програма
.....				10
<i>Змістовий</i>				<i>модуль</i>
<i>I.....</i>				10
<i>Змістовий</i>			<i>модуль</i>	<i>II</i>
.....				14
IV.	Навчально-методична	карта	дисципліни	«Документаційне забезпечення заходів».....16
V.	Плани		семінарських	занять
.....				18
VI.	Завдання	для	самостійної	роботи
.....				27
VII.	Система	поточного	та підсумкового	контролю знань.....
.....				30
VIII.	Методи			навчання
.....				33
IX.	Методичне		забезпечення	курсу
.....				34
X.	Теоретичні	питання	до	екзамену
.....				34

XII. Рекомендована література.....	(основна,	додаткова)
.....	36	
Додатки.....		
.....	39	
Методичні рекомендації до виконання модульних контрольних робіт		
.....	39	
Методичні рекомендації до семінарського заняття		
.....	39	
Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи		
.....	41	

Пояснювальна записка

Кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету Бориса Грінченка, розроблено робочу навчальну програму з модулю «Документаційне забезпечення заходів» комплексної дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій», яка є нормативним документом КУБГ і відповідає освітньо-професійній програмі підготовки бакалаврів з реклами та зв'язків з громадськістю згідно навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, які мають бути опановані студентами відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу курсу «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій». Також програма забезпечує необхідну методичну та методологічну базу, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Комплексна дисципліна сприяє формуванню теоретичної бази фахівця із реклами та зв'язків з громадськістю. Отже, метою вивчення курсу є ознайомлення з базовими методологічними та методичними положеннями науково-прикладної

дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій», зокрема вивчення теоретичної та практичної складової модулю «Документаційне забезпечення заходів». Напряму 6.030302 Реклама та зв'язки з громадськістю передбачає модуль «Документаційне забезпечення заходів» як спеціалізовану дисципліну, яка включена до розділу «спеціалізація» плану підготовки бакалаврів з цього напрямку. Необхідність вивчення документаційного забезпечення event-сфери обумовлено потребою в кваліфікованих спеціалістах, що мають застосовувати свій теоретичний досвід в практичній діяльності. Зокрема, вивчення дисципліни сприяє формуванню світоглядної та самоосвітньої компетентності.

Модуль «Документаційне забезпечення», комплексної дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій», спрямовано на отримання студентами інформації в сфері event-менеджменту, організації ділових та світкових заходів, основних законодавчих норм в дозвіллевій галузі. Також, при вивченні дисципліни, необхідно дати студентам можливість дослідити історію формування документаційного та правового забезпечення в сфері реклами та PR, провести аналіз нормативної бази закордонних агенцій по проведенню заходів, визначити які документи та нормативні акти є найбільш корисними і дієвими, а також відповідають світовим стандартам.

Основними **завданнями** вивчення модулю «Документаційне забезпечення заходів» є:

- Ознайомити студентів, обравшим спеціалізацію «Event-менеджмент» з понятійним апаратом дисципліни;
- Запропонувати класифікацію PR-заходів і, відповідно, визначити перелік документів які можуть бути використані при проведенні різних груп заходів, а також сформувати портфель уніфікованих документів;
- Розглянути можливості використання усталеної документаційної бази, а також можливості її створення та вдосконалення;
- Дослідити закордонний досвід нормативно правової документації подієвого маркетингу.
- Заствоїти алгоритм застосування документації та матрицю відповідальності при

порушенні процесу створення, підписання і збереження документів.

Місце курсу в системі юридичних, економічних, гуманітарних, психологічних та інших дисциплін.

Міжпредметні зв'язки. Документаційне забезпечення заходів спирається на курс документознавства, теорії реклами та PR, основ юриспруденції, соціології, а також використовує поняття менеджменту та маркетингу, потребує звернення до міжнародного документознавства.

В результаті відвідування модулю «Документаційне забезпечення заходів», комплексної дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій» студентом мають бути **набуті наступні компетентності:**

- **Світоглядну** (здатність аналізувати й оцінювати суспільні явища і процеси)
- **Самоосвітню** (спроможність аналізувати, систематизувати й використовувати у професійній сфері наукову та навчально-методичну інформацію; готовність до навчання упродовж життя; здатність до самостійного поглиблення й оновлення знань, самоорганізації, рефлексії, самокоригування, професійного самовдосконалення);
- **Комунікативну** (здатність до письмової та усної комунікації рідною мовою; культура мовлення; здатність працювати в команді; здатність до пояснення й переконання; сформованість власного стилю спілкування; вільне оперування засобами невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, жести, манера поведінки тощо); культура мовлення, комунікабельність, толерантність, артистичність; здатність до публічної діяльності);
- **Управлінську** (уміння планувати, впроваджувати та супроводжувати рекламні та PR-кампанії розроблені для державних організацій, комерційних структур, неурядових (некомерційних) об'єднань; можливість застосування методик ведення ефективних переговорів в галузі реклами та PR, знання інструментарію управління репутацією як у звичайному режимі, так і в умовах кризових ситуацій; уміння проводити оцінку стану репутації компаній);

Отриманні знання з модулю «Документаційне забезпечення заходів» сприяють формуванню таких програмних результатів навчання:

- Здатність виявляти стійкий світогляд щодо сучасних проблем розвитку суспільства, людського буття, духовної культури. Дотримання етики у фаховій сфері, а також в усіх аспектах суспільного життя. Здатність будувати кар'єру та організовувати повсякденне життя на принципах моралі й гідності.
- Готовність до навчання упродовж життя, здатність до самоосвіти. Спроможність аналізувати, систематизувати й використовувати у професійній сфері наукову та навчально-методичну інформацію.
- Здатність до усної та письмової комунікації рідною й іноземною мовами. Здатність до використання професійного термінологічного апарату. Уміння формулювати задачі, збирати дані, аналізувати їх та пропонувати рішення.
- Можливість використовувати моделі стратегічного управління в галузі реклами та PR, складати робочий план реалізації рекламної та PR-кампанії на інформаційному та операціональному рівнях, оцінювати ефективність рекламної та PR-діяльності.

Модуль «Документаційне забезпечення заходів», комплексної дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій» переважає концентрацію студентів на вивченні вітчизняного та закордонного досвіду створення документаційного забезпечення, що використовується при організації різних заходів, як ділових так і дозвілевих. Також, вивчаючи цей модуль, студенти мають опанувати уміння створювати бази даних для збереження документації, для її подальшого аналізу і створення, відповідно звітньої документації. Основою отримання знань дисципліни «Документаційне забезпечення заходів» - є лекційні заняття, в рамках яких провидиться демонстрація презентації із зазначеної теми, а також запропоновано ведення конспекту лекцій, які надає викладач. Також в рамках самостійної роботи студенти мають використовувати додаткову літературу, користуватися реальною та електронною бібліотекою.

Дисципліна «Документаційне забезпечення заходів», яка є модулем комплексної дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій» включає в себе лекційні та семінарські заняття. Спираючись на те, що

студенти мають самостійно опрацьовувати певний матеріал програмою передбачено такі форми контролю як підготовка докладів та презентацій, розробка творчих завдань, опитування, проведення експрес- опитування та контрольних робіт.

Навчальним планом передбачено загальну кількість аудиторних годин – 32 год., із них лекції – 14 год., семінарські заняття – 14 год., самостійна робота – 28 год., модульний контроль — 4 год., семестровий контроль (комплексний іспит з дисциплін «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій») – 15 год.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Історія реклами» завершується складанням комплексного іспиту.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: класифікація заходів за сферами застосування, основні види документів в сфері подевого маркетингу, уніфіковані та персоніфіковані документи, основи законодавства для event-індустрії

Таблиця 1.

Курс:	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>2 кредити</i></p> <p>Змістові модулі: <i>2 модулі</i></p>	<p>Шифр та назва галузі знань 0303 “Журналістика та інформація”</p> <p>Шифр та назва напрямку: 6.030302 “Реклама і зв’язки з громадськістю”</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 2.</p> <p>Семестр: 3,4.</p> <p>Аудиторні заняття: 28 годин, з них: Лекції (теоретична підготовка):</p>

<p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>75 години</i></p> <p>Тижневих годин: <i>2 години</i></p>	<p>Освітньо-кваліфікаційний рівень <i>"бакалавр"</i></p>	<p><i>14 годин</i></p> <p>Семінарські заняття: <i>14 годин</i></p> <p>Модульний контроль: <i>4 години</i></p> <p>Самостійна робота: <i>28 годин</i></p> <p>Вид контролю: <u><i>екзамен: 15 годин</i></u></p>
---	--	--

Таблиця 2.

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Індивідуальна	Самостійна робота	Підсумковий
Змістовий модуль I.									
Теоретичні засади документознавства в сфері подієвого маркетинга									
1	Основні визначення документознавства. Необхідність документального забезпечення в event-індустрії	8	4	2		2		4	
2	Класифікація та призначення документів	8	4	2		2		4	
3	Уніфіковані документи (документи із загальних питань)	8	4	2		2		4	
4	Персоніфіковані документи (документи для спеціальних подій)	8	4	2		2		4	

	Модульна контрольна робота	2							2
	<i>Разом</i>	3	1	8		8		16	
		4	6						
Змістовий модуль II.									
Практика використання різних видів документів при проведенні подієвого маркетинга									
5	Прес-реліз – основний документ будь якого заходу	8	4	2		2		4	
6	Бази даних, їх створення та вдосконалення	8	4	2		2		4	
7	Звіти, їх види та місце в аналітичній діяльності установи (event-агенції)	8	4	2		2		4	
	Модульна контрольна робота	2							2
	<i>Разом</i>	2	1	6		6		12	
		6	2						
Семестровий контроль		15							
	<i>Разом за навчальним планом</i>	7	2	1		14		28	4/15
		5	8	4					

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

Теоретичні засади документознавства в сфері подієвого маркетинга

ЛЕКЦІЯ 1. Основні визначення документознавства. Необхідність документального забезпечення в event-індустрії (2 год.)

Документна комунікація – одна з ведучих підсистем соціальної, що найбільше повно передає інформацію, зафіксовану в документах. Поняття "документ" (лат. documentum - повчальний приклад, вірєць, спосіб доказу) широко застосовується в усіх сферах суспільної діяльності. Один раз виникнувши, документні комунікаційні канали постійно модернізуються (збагачуються новими технічними засобами, матеріальними носіями, знаковими системами, новими способами запису і відтворення інформації). Розвиток електронної комунікації веде до модернізації документної, їх взаємозалежного існуванню і розвитку в майбутньому як головних підсистем соціальної комунікації. На міжнародному рівні найбільш загальним є визначення документа як записаної інформації, що використовується як одиниця в документальному процесі, тобто інформація може

бути зафіксована у різний спосіб: за допомогою знаків письма, зображення, звука тощо.

СЕМІНАР 1. Діловий стиль у документах. Дослідження прикладів світового досвіду (2 год.)

ЛЕКЦІЯ 2. Класифікація та призначення документів (2 год.)

Класифікація документів - це поділ їх на класи за найбільш загальними ознаками схожості та відмінності. Мета класифікації полягає в підвищенні оперативності роботи апарату управління та відповідальності виконавців. Документи класифікують за такими ознаками: - спосіб фіксації інформації; - зміст; - назва; - вид; - складність; - місце складання; - термін виконання; - походження; - гласність; - юридична сила; - стадія виготовлення; - термін зберігання; - рід діяльності та ін. За способом фіксації інформації розрізняють такі документи: • письмові, до яких належать усі рукописні й машинописні документи, виготовлені за допомогою друкарської та розмножувальної оргтехніки; • графічні, в яких зображення об'єктів передано за допомогою ліній, штрихів, світлотіні. Це графіки, мапи, рисунки, малюнки, схеми, плани; фото- й кінодокументи — такі, що створені способами фотографування й кінематографії. Це кіно- та фотоплівки, фотокартки; фонодокументи — такі, що створюються за допомогою будь-якої системи звукозаписування й відтворюють звукову інформацію (наприклад, записану під час проведення засідань, зборів, нарад тощо).

СЕМІНАР 2. Ведення міжнародної господарської документації (2 год.)

ЛЕКЦІЯ 3. Уніфіковані документи (документи із загальних питань) (2 год.)

Значна частина управлінських функцій не тільки здійснюється за допомогою документів, а й знаходить тут своє відображення. До кожного з них ставляться певні вимоги: відповідність до свого призначення, достовірність і юридична сила, чітка структура та зручність в обробці. Призначення документа для зберігання і передачі інформації в просторі і часі обумовлює його специфічну матеріальну конструкцію, представлену у вигляді книг, журналів, газет, буклетів, фільмів,

дисків, дискет та ін. Ця спеціальна конструкція забезпечує виконання документами їх головної функції, даючи можливість бути зручними для переміщення в просторі, стійкими для зберігання інформації протягом тривалого часу, пристосованими для фізіологічних можливостей читання повідомлень. Інформація, що міститься в документі, обов'язково закріплена на якому – небудь спеціальному матеріалі (папірус, пергамент, папір, кіно-, фотоплівка і т. д.), що має форму носія (стрічка, стрічка, листок, барабан, диск, нитка і д. т). крім того інформація завжди фіксується яким-небудь методом запису, що передбачає наявність засобів (фарба, туш, барвники, клей і т. п.) і інструментів (ручка, друкарський станок, відеокамера, принтер і т. п.). Визначену структуру мають як окремі елементи документа, так і документ в цілому. По своїй структурі документ може бути простим або складним. Під простим документом розуміють окреме завершене повідомлення, цілісність якого виражається загальним змістом і логічним викладом, зафіксованим на одному матеріальному носії.

СЕМІНАР 3. Організаційні документи та можливості їх вдосконалення (2 год.)

ЛЕКЦІЯ 4. Персоніфіковані документи (документи для event-індустрії)

Інформаційна довідка (бекграунд), по суті, демонструє найбільш важливі факти і характеристики об'єкта PR: час реєстрації організації; засновники; місія і профіль діяльності; динаміка розвитку; фінансове становище на поточний момент; кількість працівників; великі партнери; досягнення, нагороди і т. д. Інтерв'ю для друку може мати такі форми: очне; комбіноване; віртуальне. Інформаційний бюлетень (newsletter) може випускатися з певною періодичністю або виходити в міру необхідності. Біографічна довідка призначається для інформування зацікавлених аудиторій в біографії політиків, адміністраторів, топ-менеджерів і провідних фахівців організації. Найчастіше такі довідки випускають з приводу нових призначень в керівних структурах. Стаття-спростування за визначенням покликана ліквідувати наслідки проблемних і кризових ситуацій, а також

недобросовісної конкурентної боротьби. Запрошення на PR-захід - документ, котрий поширюють заздалегідь (буває, що за кілька місяців), що містить запрошення на виставку, прес-конференцію, презентацію, ювілейне торжество, день відкритих дверей тощо. У ньому міститься особисте звернення (бажано), дата, час і місце проведення, привід для акції, її програма, список учасників, основні виступаючі, інформаційні матеріали, котріє отримають запрошені, відомості про акредитацію журналістів. Медіа-кіт (прес-кіт) - набір, комплект, пакет для ЗМІ. Містить: прес-реліз, бекграунд, біографію, фото, відео-або аудіо-касету, факт-лист з таблицями, схемами, малюнками, графіками, матеріали з виступами учасників конференції і т. п. Фотодобірки і фоторепортажі будуть важливими документами, які підтверджують ту чи іншу подію і факт.

СЕМІНАР 4. Основні документи з субпідрядниками при проведенні спеціальних заходів (2 год).

Модульна контрольна робота №1

Варіант №1

- Документ, його визначення та основні характеристики.
- Класифікація документів за ознаками
- Структура уніфікованого документа
- Бекграунд: його визначення та основні складові

Варіант №2

- Документаційне забезпечення та його роль в event-індустрії
- За способом фіксації інформації розрізняють такі документи
- Різниця між простими та складними документами
- Заява – текстовий документ, який супроводжує захід

Варіант №3

- Можливості фіксації різних видів документів
- За видами документи поділяють на...
- Матеріальна складова документа
- Запрошення на PR-захід

Варіант №4

- Електронні документи та їх модернізація в сучасному світі.
- За юридичною силою документи поділяють на...
- Загальні та специфічні функції документа
- Медіа-кіт (прес-кіт) - набір, комплект, пакет для ЗМІ

МОДУЛЬ II.

Практика використання різних видів документів при проведенні подієвого маркетинга

ЛЕКЦІЯ 5. Прес-реліз – основний документ будь якого заходу (2 год.)

Прес-реліз - головний робочий оперативний документ в зв'язках з громадськістю, який готується практично до всіх скільки-небудь великим заходам або подій. Головна мета прес-релізу - привернути увагу і зацікавити цільові аудиторії, в першу чергу, журналістів, до великого, особливо значущого заходу або явищу, що відбувається в компанії, установі, громадської організації або партії. У тих випадках, якщо інформація або подія мають надзвичайно важливе значення, тобто носять справді новинний характер, оскільки зачіпають інтереси широких кіл громадськості або унікальні за своєю природою, тим самим, викликаючи великий суспільний резонанс і дискусії в країні. PR-служба розробляє Ньюс-реліз (для телебачення може готуватися Відео-ньюс-реліз, записаний у телевізійній системі Betacam - це забезпечує високу якість сюжету при монтажі і подальшої трансляції в телевізійному ефірі).

СЕМІНАР 5. Підготовка необхідної документації для проведення ділових заходів (2 год.)

Лекція 6. Бази даних, їх створення та вдосконалення (2 год.)

База даних – це засіб, за допомогою якого можна збирати та впорядковувати інформацію. У базах даних можуть зберігатися відомості про користувачів, продукти, замовлення тощо. Чимало баз даних створюються як список у текстовому редакторі або електронній таблиці. Список постійно збільшується, тому в даних з'являється дедалі більше зайвих елементів і невідповідностей. Дані стає дедалі важче зрозуміти у вигляді списку. Крім того, обмежено можливості пошуку підмножин даних і їх відкриття для перегляду. Коли у вас почнуть виникати ці проблеми, радимо перенести дані в базу даних, створену за допомогою системи керування базою даних (DBMS), наприклад Access. Комп'ютеризована база даних – це контейнер об'єктів. Одна база даних може містити кілька таблиць.

СЕМІНАР 6. Спонсорські пакети і можливості їх створення (2 год.)

Лекція 7. Звіти, їх види та місце в аналітичній діяльності установи (event-агенції) (2 год.)

Звіт - документ, який містить відомості (інформацію) про результати діяльності за певний період часу, виконання заходів, доручень, завдань і подається керівникові структурного підрозділу, організації або до керівного органу. Державна статистична й відомча цифрова звітність укладається на підставі уніфікованих форм (бланків) й у відповідності до затверджених нормативних документів, які вказують порядок їх укладання та оформлення. Внутрішньо-організаційна звітність менш регламентована щодо форми. Засіб «Звіт» — це найшвидший спосіб створення звіту, оскільки він формує звіт негайно, без залучення додаткової інформації. Звіт містить усі поля вихідної таблиці або запиту. Можливо, за допомогою засобу «Звіт» не буде створено остаточної версії потрібного звіту, але він надає можливість швидко переглянути базові дані. Цей звіт можна зберегти і внести належні зміни в поданні розмічування або конструктора.

СЕМІНАР 7. Можливості складання звіту (2 год).

Модульна контрольна №2

Варіант 1.

- Прес-реліз - головний робочий оперативний документ
- Засіб, за допомогою якого можна збирати та впорядковувати інформацію
- Звіт - документ, який містить відомості про результати діяльності

Варіант 2.

- Головна мета прес-релізу
- Зберігатися відомостей про користувачів, продукти, замовлення.
- Найшвидший спосіб створення звіту

Варіант 3.

- Ньюс-реліз та методи його формування
- Найбільш зручний метод формування бази даних
- Види та форми звітів.

IV. Навчально-методична карта дисципліни «Документаційне забезпечення заходів»

Разом: 72 год., лекції – 14 год., семінарські заняття – 14 год., самостійна робота – 28 год., модульний контроль — 4 год., семестровий контроль – 15 год.

Модуль	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Теоретичні засади документознавства в сфері подієвого маркетинга			
К-сть балів за модуль	93 балів			
Теми лекцій	Тема 1. Основні визначення документознавства. Необхідність документаційного забезпечення в event-індустрії	Тема 2. Класифікація та призначення документів	Тема 3. Уніфіковані документи (документи із загальних питань)	Тема 4. Персоніфіковані документи (документи для спеціальних подій)
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Теми семінарських занять (СЗ)	Тема 1. Діловий стиль у документах. Дослідження прикладів світового досвіду	Тема 2. Ведення міжнародної господарської документації	Тема 3. Організаційні документи та можливості їх вдосконалення	Тема 4. Основні документи з субпідрядниками при проведенні спеціальних заходів
Відвідування СЗ / робота на СЗ /	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота (СР)	СР №1 5 балів	СР №2 5 балів	СР №3 5 балів	СР №4 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			

Модуль	Змістовий модуль II		
Назва модуля	Практика використання різних видів документів при проведенні подієвого маркетингу		
К-сть балів за модуль	76 балів		
Теми лекцій	Тема 5. Прес-реліз – основний документ будь якого заходу	Тема 6. Бази даних, їх створення та вдосконалення	Тема 7. Звіти, їх види та місце в аналітичній діяльності установи (event-агенції)
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал
Теми семінарських занять (СЗ)	Тема 5. Підготовка необхідної документації для проведення ділових заходів	Тема 6. Спонсорські пакети і можливості їх створення	Тема 7. Можливості складання звіту
Відвідування СЗ / робота на СЗ /	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів	1 + 10 = 11 балів
Самостійна робота (СР)	СР №5 5 балів	СР №6 5 балів	СР №7 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		
Творча робота	20 балів		
Підсумковий контроль	Комплексний іспит з дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій» - за модуль «Документаційне забезпечення заходів» - 20 балів		

ВСЬОГО 169 балів

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I

Історичні передумови виникнення реклами

Семінар 1.

Діловий стиль у документах. Дослідження прикладів світового досвіду.

Мета: ознайомити студентів з діловим стилем створення документації. Дослідити ділову документацію загального господарського спрямування на прикладі країн Європи.

Питання до розгляду:

1. Угода, умови її створення (приклади вітчизняних та закордонних умов)
2. Протоколи розбіжностей, що можуть виникнути з субпідрядниками
3. Перезантаційні лісти.
4. Документація, що складається у вигляді таблиць.

Основна література

1. Джуди А. Ночной гольф на Барбадосе: Планирование и организация специальных бизнес-мероприятий / Аллен Джуди / Пер. С англ.. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2012. – 368 с.
2. Кошелюк М. Эффективное PR-мышление: Мастер –класс для начинающих и профессионалов / М. Кошелюк // М.- 2008. – 216 с.
3. Палеха Ю.І. Загальне документознавство [Електронний ресурс] : навч. посібник / Ю.І. Палеха, Н.О. Леміш. – 2-ге вид., допов. і переробл. – К. : Ліра–К, 2009. – 434 с.
4. Шумович А. Великолепные мероприятия технологии и практика event management / Александр Шумович. – М.:

«Манн, Иванов и Фербер», 2013. – 320 с.

Додаткова література

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджерів і маркетерів / И. Алешина. – М.: Асоціація авторів і видавців «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1997. – 256 с.
2. Баранов Д. PR. Теорія і практика / Дмитрій Баранов, Катерина Демко, Маріанна Лукашенко. – М.: Синергія, 2012. – 352 с.
3. Игнатъев Д. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатъев, А. Бекетов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 496 с.
4. Special Events Magazine www.specialevents.com

Семинар 2.

Ведення міжнародної господарської документації

Мета: виявити чинники які формують основні положення для формування міжнародних документів в сфері подієвого маркетингу.

Питання до розгляду:

1. Міжнародне листування з партнерами
2. Основна господарська документація в нашій країні та за кордоном
3. Складання аналітичних документів

Основна література

1. Игнатъев Д. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатъев, А. Бекетов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.

– 496 с.

2. Палеха Ю.І. Загальне документознавство [Електронний ресурс] : навч. посібник / Ю.І. Палеха, Н.О. Леміш. – 2-ге вид., допов. і переробл. – К. : Ліра–К, 2009. – 434 с.
3. Special Events Magazine www.specialevents.com
4. Event Solutions Magazine www.event-solutions.com

Додаткова література

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджерів и маркетерів / И. Алешина. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1997. – 256 с.
2. Баранов Д. PR. Теория и практика / Дмитрий Баранов, Екатерина Демко, Марианна Лукашенко. – М.: Синергия, 2012. – 352 с.
3. Джуди А. Ночной гольф на Барбадосе: Планирование и организация специальных бизнес-мероприятий / Аллен Джуди / Пер. С англ.. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2012. – 368 с.
4. Душкина М. PR и продвижение в маркетинге. Коммуникации и воздействие, технологии и психология / Майя Душкина. – СПб.: Питер, 2010. – 560 с.

Семінар 3.

Організаційні документи та можливості їх вдосконалення

Мета: Аналіз усіх організаційних документів та дослідження чинників, які можуть сприяти їх вдосконаленню.

Питання до розгляду:

1. Можливість складання положень, щодо проведення заходів
2. Аналіз основних пунктів організаційних документів, які закріплюють за організацією конкретні функції

3. Інструкція – один з основних організаційних документів.
4. Розпорядчі документи та їх види.

Основна література

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджерів и маркетерів / И. Алешина. – М.: Асоціація авторів и издателів «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1997. – 256 с.
2. Мамонтов А. Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 3.0. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
3. Палеха Ю.І. Загальне документознавство [Електронний ресурс] : навч. посібник / Ю.І. Палеха, Н.О. Леміш. – 2-ге вид., допов. і переробл. – К. : Ліра-К, 2009. – 434 с.
4. Швецова-Водка Г.М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій. — Рівне, 2001. — 438 с.

Додаткова література

1. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для професіонал / Г. Почепцов. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001, - 624 с.
2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб. Пособие / А.Н. Чумиков. – М. Дело, 2000, - 272 с.
3. Canadian Event Perspectives Magazine [www. Canadianspecialevents.com/CEP/index](http://www.Canadianspecialevents.com/CEP/index)
4. Successful Meeting Magazine www.successmtgs.com

Семінар 4.

Основні документи з субпідрядниками при проведенні спеціальних заходів

Мета: визначити перелік документів для роботи з субпідрядниками, а також набути навичок їх створення.

Питання до розгляду:

1. Угода, основні положення та правила складання.

2. Протоколи розбіжностей.
3. Партнерські пропозиції та спонсорські пакети.

Основна література

1. Асеев Г.Г. А 90 Электронный документооборот. Учебник. – К.: Кондор, – 2007. – 500 с.
2. Гармаш А. Процедура оценки спонсорского пакета // Новый маркетинг. – 2005. - №9, - 138 с.
3. Сиганова Т. Делопроизводство и документооборот: Учебное пособие (для студентов экономического факультета) / Сост. Т.В. Сиганова. – Омск: Омск. гос. ун-т, 2004. – 71 с.
4. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005, - 316 с.

Додаткова література

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров / И. Алешина. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1997. – 256 с.
2. Баранов Д. PR. Теория и практика / Д. Баранов, Е. Демко, М. Лукашенко. – М.: Синергия, 2012. – 352 с.
3. Игнатъев Д. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатъев, А. Бекетов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 496 с.
4. Canadian Event Perspctiv Magazin [www. Canadianspecialevents.com/CEP/index](http://www.Canadianspecialevents.com/CEP/index)

Змістовий модуль II

Практика використання різних видів документів при проведенні подієвого маркетингу

Семінар 5.

Підготовка необхідної документації для проведення ділових заходів

Мета: Виявлення усіх необхідних документів які використовуються при плануванні, організації та контролю спеціальних заходів

Питання до розгляду:

1. Першочергова документація, складання та затвердження плану та бюджету заходу.
2. Бриф, медіаплан, акт виконаних робіт.
3. Створення звітної документації.

Основна література

1. Асеев Г.Г. А 90 Электронный документооборот. Учебник. – К.: Кондор, – 2007. – 500 с.
2. Баранов Д. PR. Теория и практика / Д. Баранов, Е. Демко, М. Лукашенко. – М.: Синергия, 2012. – 352 с.
3. Палеха Ю.І. Загальне документознавство [Електронний ресурс] : навч. посібник / Ю.І. Палеха, Н.О. Леміш. – 2-ге вид., допов. і переробл. – К. : Ліра–К, 2009. – 434 с.
4. Сиганова Т. Делопроизводство и документооборот: Учебное пособие (для студентов экономического факультета) / Сост. Т.В. Сиганова. – Омск: Омск. гос. ун-т, 2004. – 71 с.

Додаткова література

1. Алешина И.В. Паблік Рилейшнз для менеджерів и маркетерів / И. Алешина. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1997. – 256 с.
2. Балабанова Л.В. Паблік рілейшнз: Навч. посіб / Л.В. Балабанова, К.В, Савельєва. – К.: «Видавничий дім

«професіонал», 2008. – 528 с.

3. Кошелюк М. Эффективное PR-мышление: Мастер –класс для начинающих и профессионалов / М. Кошелюк // М.- 2008. – 216 с.
4. Сайт «РеклаМастер» <http://reklamaster.com/>

Семінар 6.

Спонсорські пакети і можливості їх створення

Мета: Проаналізувати можливості створення спонсорських пакетів, їх градацію та види.

Питання до розгляду:

1. Градування спонсорських пакетів.
2. Створення звернення, листа та пропозиції для спонсора.
3. Угода, поратнерська друквана продукція.
4. Спільні друковані матеріали.

Основна література

1. Балабанова Л.В.Паблік рілейшнз: Навч. посіб / Л.В. Балабанова, К.В, Савельєва. – К.: «Видавничий дім «професіонал», 2008. – 528 с.
2. Векслер А.Ф Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность / А.Ф.. Векслер, Г.Л. Тульчинский. – СПб.: PR-эксперт 2002, - 98 с.
3. Гармаш А. Процедура оценки спонсорского пакета // Новый маркетинг. – 2005. - №9, - 138 с.
4. Зуб А.Т. Антикризисное управление: Учеб. пособие для студентов вузов / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 319 с.

Додаткова література

1. Варакута С.А. святы с общественностью: Учеб. пособ. / С.А. Варакута, Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
2. Закон України «Про благодійництво та благодійні організації» від 16.09.1997 // Електронна бібліотека «Експерт-Юрист».
3. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб. Пособие / А.Н. Чкмиков. – М.Дело, 2000, - 272 с.
4. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.:Издательскоторговая корпорация «Дашков и К», 2005, - 316 с.

Семінар 7.

Можливості складання звіту

Мета: Ознайомлення зі звітньою документацією загального характеру, а також набудтя досвіду складання звітів після проведення спеціальних подій.

Питання до розгляду:

1. Загальні звіти
2. Спеціалізовані звіти.
3. Можливості вдосконалення та створення власної звітньої документації.

Основна література

1. Асеев Г.Г. А 90 Электронный документооборот. Учебник. – К.: Кондор, – 2007. – 500 с.
2. Баранов Д. РР. Теория и практика / Д. Баранов, Е. Демко, М. Лукашенко. – М.: Синергия, 2012. – 352 с.

3. Палеха Ю.І. Загальне документознавство [Електронний ресурс] : навч. посібник / Ю.І. Палеха, Н.О. Леміш. – 2-ге вид., допов. і переробл. – К. : Ліра–К, 2009. – 434 с.
4. Сиганова Т. Делопроизводство и документооборот: Учебное пособие (для студентов экономического факультета) / Сост. Т.В. Сиганова. – Омск: Омск. гос. ун-т, 2004. – 71 с.

Додаткова література

5. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для професіонал / Г. Почепцов. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001, - 624 с.
6. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб. Пособие / А.Н. Чкмиков. – М.Дело, 2000, - 272 с.
7. Canadian Event Persptctiv Magazin www.Canadianspecialevents.com/CEP/index
8. Successful Meeting Magazine www.successmtgs.com

VI.ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль І.

Теоретичні засади документознавства в сфері подієвого маркетинга

Тема 1. Основні визначення документознавства. Необхідність документаційного забезпечення в event-індустрії - 4 год.

1. Поняття про діловодство і про документозабезпечення – 1 год.
2. Документообіг та створення баз для зберігання документації – 1 год.
3. Організація виробництва, ведення та облік документації – 2 год.

Тема 2. Класифікація та призначення документів - 4 год.

1. Правила оформлення документів – 2 год.
2. Документа за рівнями стандартизації – 2 год.

Тема 3. Уніфіковані документи (документи із загальних питань) - 4 год.

1. Складання положень до конкурсів, інструкцій тощо – 2 год.
2. Ознайомлення з документацією колегіальних органів – 2 год

Тема 4. Персоніфіковані документи (документи для спеціальних подій) – 4 год.

1. Створення бази субпідрядників за секторами – 1 год.
2. Розробка інструкцій для персоналу, який працює на заході – 1 год.
3. Створення журналів для фіксації гарантійних листів (іншої супровідної документації) – 1 год.
4. Реєстраційні документи (завки, брифи) – 1 год.

Змістовий модуль II.

Розвиток сучасної реклами в різних країнах світу

Тема 5. Підготовка необхідної документації для проведення ділових заходів – 4 год.

1. Формування складових для якісного backgrounder – 1 год
2. Прес-кіт – основний документ в роботі PR-менеджера – 1 год.
3. **Бу-liner** - важлива частина ділового заходу – 1 год
4. Німецька **реклама** XX століття. Агенція Scholz & Friends та її засновник – 1 год.

Тема 6. Бази даних та можливість їх створення, оновлення і збереження –4 год.

1. База даних, основні поняття та пункти з яких вона складається – 1 год.
2. Класифікація партнерства, документи при різних видах заходів (спільні, підпорядковані, єдиноосібні) – 2 год.
3. Основні положення для створення бази даних – 1 год.

Тема 7. Звіти, їх види та місце в аналітичній діяльності установи (event-агенції)– 4 год.

1. Види звітів в господарській діяльності – 1 год.
2. Складання звіту, на основі якого можна проаналізувати кількість відвідувачів заходу, кількість задоволених ним та навпаки – 2 год.
3. Використання звітів для подальшого планування наступних заходів – 2 год.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 4.

Таблиця 4.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	
Змістовий модуль I. Витоки рекламної комунікації			
Тема 1. Основні визначення документознавства. Необхідність документаційного забезпечення в event-індустрії - 4 год.	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	
Тема 2. Класифікація та призначення документів. - 4 год.	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	
Тема 3. Уніфіковані документи (документи із загальних питань) – 4 год.	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	
Тема 4. Персоніфіковані документи (документи для спеціальних подій) – 4 год.	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	XVI - XVIII
Змістовий модуль II. Розвиток сучасної реклами в різних країнах світу			
Тема 5. Підготовка необхідної документації для проведення ділових заходів – 4 год.	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	
Тема 6. Бази даних та можливість їх створення, оновлення і збереження –4 год.	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	

Тема 7. Звіти, їх види та місце в аналітичній діяльності установи (event-агенції)– 4 год.	Індивідуальне заняття, семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	
---	---	---	--

VII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

- Навчальні досягнення студентів з модулю «Документаційне забезпечення заходів» комплексної дисципліни «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 50.

- Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у таблиці 6, таблиці 7.

-

Таблиця 6.

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	7	7
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	7	7
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	7	35
4	Робота на практичному (семінарському) занятті	10	7	70
6	Модульна контрольна робота	25	2	50
кількість балів 169				

Розрахунок: $165 : 30 = 5,5$

Студент набрав: 145

Оцінка: $145 : 5,5 = 26,4$ (бала за семестр), додається екзамен (max 20 балів)

За умови комплексного іспиту з бали з курсу «Законодавчі норми в сфері організації спеціальних подій» дисципліни «Документаційне забезпечення заходів» сумуються з балами з «Правова регламентація захисту авторських прав». Загальна кількість балів має не перевищувати 100 і не бути меншою за допустимі значення надані в таблиці 7.

-
-

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

-

1. **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
2. **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

Таблиця 7.

Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	«незадовільно» (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 – 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 – 81	«добре»	C
82 – 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- вчасність виконання навчальних завдань;

- самостійність виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

1. *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
2. *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.
3. *Практичні*: вправи.

2) За засобом передачі і сприймання навчальної інформації: аналітичні, логічні, дедуктивні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: пошукові, дослідницькі, творчі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з використанням Мережі Інтернет, з використанням додаткової літератури та інших джерел.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

- 1) **Методи стимулювання інтересу до навчання:** навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо), створення ігрової ситуації.

IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

1. Опорні конспекти лекцій;
2. Навчальні посібники;
3. Мережа Інтернет, додаткова література;
4. Робоча навчальна програма;
5. Засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
6. Завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни «Історія реклами».

Х. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ.

1. Документ, його визначення та основні характеристики.
2. Класифікація документів за ознаками
3. Структура уніфікованого документа
4. Беграунд: його визначення та основні складові
5. Документаційне забезпечення та його роль в event-індустрії
6. За способом фіксації інформації розрізняють такі документи
7. Різниця між простими та складними документами
8. Можливості фіксації різних видів документів
9. За видами документи поділяють на...
10. Матеріальна складова документа
11. Запрошення на PR-захід
12. Електронні документи та їх модернізація в сучасному світі.
13. За юридичною силою документи поділяють на...
14. Загальні та специфічні функції документа
15. Медіа-кіт (прес-кіт) - набір, комплект, пакет для ЗМІ

- 16.Прес-реліз - головний робочий оперативний документ
- 17.Засіб, за допомогою якого можна збирати та впорядковувати інформацію
- 18.Звіт - документ, який містить відомості про результати діяльності
- 19.Головна мета прес-релізу
- 20.Зберігатися відомостей про користувачів, продукти, замовлення.
- 21.Найшвидший спосіб створення звіту
- 22.Ньюс-реліз та методи його формування
- 23.Найбільш зручний метод формування бази даних
- 24.Види та форми звітів.
- 25.Перелік основних PR-документів
- 26.Прес-кіт – його місце в організації заходу.
- 27.Практичне завдання: створення документу під конкретний запропонований *case*.
- 28.Практичне завдання: сформувати шаблон бази субпідрядників.
- 29.Практичне завдання: створити прес-реліз для конкретної ситуації.

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Абельмас Н.В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз / Н.В. Абельмас. – Росов н/Д.: Феникс, 2008. – 237 с.
2. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров / И. Алешина. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1997. – 256 с.
3. Балабанова Л.В.Паблік рілейшнз: Навч. посіб / Л.В. Балабанова, К.В, Савельєва. – К.: «Видавничий дім «професіонал», 2008. – 528 с.
4. Векслер А.Ф Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность / А.Ф.. Векслер, Г.Л. Тульчинский. – СПб.: PR-эксперт 2002, - 98 с.
5. Гармаш А. Процедура оценки спонсорского пакета // Новый маркетинг. – 2005. - №9, - 138 с.

6. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Бобби Джи. – СПб.: Питер, 2004. – 224 с.
7. Джуди А. Ночной гольф на Барбадосе: Планирование и организация специальных бизнес-мероприятий / Аллен Джуди / Пер. С англ.. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2012. – 368 с.
8. Душкина М. PR и продвижение в маркетинге. Коммуникации и воздействие, технологии и психология / Майя Душкина. – СПб.: Питер, 2010. – 560 с.
9. Катлип С.М. Палик рилейшнз. Теория и практика, 8-е изд. / Скот Катлип, Ален Сентер, Глен Брум. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 624 с.
10. Мамонтов А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 3.0.- СПб.: Питер, 2011. – 240 с.
11. Савельева Е.В. Маркетингвый аудит зв'язків із громадськістю в системі управління підприємств // Матер. Між нар. наук. – практ. конф. «Україна наукова 2003». Том 22.: Економіка. – Економіка. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2003. – 78 с.
12. Шумович А. Великолепные мероприятия технологии и практика event management / Александр Шумович. – М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – 320 с.

Додаткова література:

1. Закон України «Про благодійництво та благодійні організації» від 16.09.1997 // Електронна бібліотека «Експерт-Юрист».
2. Астахова Т.В. Связи с общественностью для третьего сектора / Т.В. Астахова. – М.: Знак, 1996. – 114 с.
3. Багли Дж. Успешный фандрайзинг / Джон Багли. – К.: Центр филологии, 2006. – 260 с.
4. Варакута С.А. святи с общественностью: Учеб. пособ. / С.А. Варакута, Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
5. Игнатъев Д. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатъев, А. Бекетов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. –

496 с.

5. Довбенко А. Большая книга Нового года и Рождества / А. Довбенко. – М.: Эксмо, 2008. – 144 с.
6. Зуб А.Т. Антикризисное управление: Учеб.пособие для студентов вузов / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 319 с.
7. Контролинг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькина, С.В. Донилочкин, Н.Г. Данилочкина; под ред.. Н.Г. Данилочкиной. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 279 с.
8. Кошелюк М. Эффективное PR-мышление: Мастер-класс для начинающих и профессионалов / М. Кошелюк. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 216 с.
9. Мамонтов А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером. Версия 3.0 / А. Мамнгов. – СПб.: Питер, 2011. – 240 с.
10. Мюррей А. PR / Анжела Мюррей. – М.: ФАИР ПРЕСС, 2003. – 192 с.
11. PR сегодня: Новые подходы, исследования, международная практика. – М.: ИМИДЖ – Контакт; ИНФРА – М, 2002. – 493 с.
12. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для пофессионал / Г. Почепцов. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001, - 624 с.
13. Фоменко Н.В. Благотворительность и меценатство как основные формы социальной помощи / Н.В. Фоменко. – К.: ТГПИ, 2009. – 192 с.
14. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб. Пособие / А.Н. Чкмиков. – М.Дело, 2000, - 272 с.

15. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005, - 316 с.
16. Журнал «Маркетинг в Україні» / Видає Українська асоціація маркетингу з 1998 р.
17. Журнал «Маркетинг Медіа Ревю» / Видавництво «Економіка» // перший номер від 2005 р.

Електронні ресурси:

1. Сайт Всеукраїнської рекламної коаліції <http://www.adcoalition.org/>
2. Сайт «РеклаМастер» <http://reklamaster.com/>
3. Сайт <http://sostav.ua/>
4. Сайт <http://advertising.com.ua/>
5. Сайт <http://advertnews.livejournal.com/>
6. Сайт Special Events Magazine www.specialevents.com
7. Сайт Event Solutions Magazine www.event-solutions.com
8. Сайт Canadian Event Persptctiv Magazin [www. Canadianspecialevents.com/CEP/index](http://www.Canadianspecialevents.com/CEP/index)
9. Сайт Successful Meeting Magazine www.successmtgs.com

ДОДАТКИ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Мета й завдання модульної контрольної роботи

Модульна контрольна робота є рубіжним контролем, що виявляє рівень підготовки студентів до комплексного вирішення теоретичних завдань з модулю «Документаційне забезпечення заходів».

Головні завдання контрольної роботи:

1. Оволодіти навичками роботи з основною та додатковою літературою;
2. Засвоїти основні відомості про розвиток рекламної діяльності, інформацію про її витoki та становлення. Оволодіти інформацією про піонерів рекламного бізнесу різних країн світу, зокрема України.

Загальні вимоги

1. Завдання до контрольної роботи видається та керується викладачами профільної дисципліни.
2. Зарахування контрольної роботи вважається виконаним, коли студент подає викладачу для перевірки письмову відповідь в повному обсязі.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

Семінарське заняття є однією з найважливіших форм навчального процесу у вищому навчальному закладі, яке проводиться у формі дискусії навколо попередньо визначених тем, до котрих студенти готують тези виступів на підставі індивідуально виконаних завдань. Семінари проводяться з основних тем навчальної програми та є ефективною формою закріплення теоретичних знань, отриманих на лекціях і під час самостійної роботи з навчальною і науковою літературою.

Головна мета семінарських занять - опанування студентами навчальної дисципліни, забезпечення глибокого і всебічного аналізу та колективного обговорення основних проблем, вироблення умінь творчо застосувати отримані знання на практиці.

Основними завданнями семінарських занять є:

- закріплення у студентів теоретичних знань;
- оволодіння термінологічним апаратом, навичками усного і письмового викладання навчального матеріалу;
- залучення їх до наукових та творчих досліджень;
- прищеплення їм навичок творчого мислення, самостійного формулювання та висловлювання власних думок, а також захисту своїх досліджень і висновків;

- формування в них практичного досвіду щодо створення власних досліджень, презентацій, творчих робіт. Підготовка студентів залежить від типу семінару, змісту і особливостей теми, складу студентів.

Найбільш поширеними видами на семінарі є: *розгорнута бесіда; виступи з рефератами, доповідями, презентаціями, диспут у формі діалогу; круглий стіл тощо.*

Якість семінару залежить від підготовки студентів до нього, отже кожен студент повинен:

- уважно ознайомитися з планом, який відображає зміст чергової теми заняття;
- прочитати і продумати свої лекційні записи, які відносяться до теми семінару;
- вивчити чи законспектувати рекомендовану літературу;
- скористатися при потребі консультацією викладача;
- скласти розгорнутий план, тези чи конспект виступу з усіх питань обраної теми.

Студентам необхідно відвідувати кожне семінарське заняття. Пропуск семінару позбавляє студента можливості усвідомити, закріпити та отримати цілісне уявлення відносно запропонованих тем щодо самостійного опрацювання. Крім того, це створює значні труднощі при підготовці до підсумкового модульного контролю, заліку. Кожен студент має постійно вдосконалювати навички володіння державною мовою, вірного вживання понять і термінів з данного курсу.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Студент – активний учасник навчального процесу, в рамках якого самостійна робота є основною складовою, на яку виділено значний обсяг освітнього часу. В рамках цього напрямку він набуває навичок самоорганізації, самостійного пошуку інформації, прийняття рішень тощо. Правильна організація самостійної роботи дозволяє максимально індивідуалізувати навчання, підвищити ефективність отримання необхідної інформації.

Одним із видів самостійної роботи є опрацювання лекційного матеріалу, визначення головного у змісті лекції,

засвоєння її основних моментів. При цьому не слід дослівно записувати за лектором, а своїми словами фіксувати найсуттєвіше: тему, її основні питання та положення.

Щоб зрозуміти і добре засвоїти лекційний матеріал, до кожної наступної теми слід ретельно готуватись: систематично опрацьовувати матеріал попередньої лекції, опрацьовувати рекомендовану літературу, а також користуватися додатковими джерелами. В рамках самостійної роботи необхідно постійно повторювати пройдений матеріал, на який лектор посилається при викладанні нового, якщо з певних причин лекція пропущена, її необхідно законспектувати і опрацювати. Питання, які постають перед студентом в рамках самостійної роботи, з'ясовуються з викладачем в консультаційному режимі. Для ґрунтового засвоєння першоджерел необхідно створювати власний конспект застосовуючи певні позначення, виділення, викладення цитат, витягів, тез. В ході самостійного опрацювання тем, доцільно створювати термінологічний словник, занотовувати власні спостереження та висновки. Професійному розвитку студентів сприяє самостійне виконання творчих та практичних завдань, різноманітні форми пошукової, дослідної роботи.

Викладач систематично контролює самостійну роботу студентів: перевіряє конспекти першоджерел, виконання завдань творчого характеру, надає необхідну допомогу для активізації навчальної діяльності студентів. Окремими формами самостійної роботи студента, передбаченими навчальним планом, є написання, контрольних робіт тощо.