

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету соціології та
управління

_____ Т.Ф. Бірюкова

«_____» _____ 2025 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ІВЕНТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ
підготовки бакалаврів

денної форми здобуття освіти

освітньо-професійна програма Публічне управління та адміністрування
спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування
галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування

ВИКЛАДАЧ: Яцук Наталя Василівна, к.н. з держ. упр., доц.

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри філософії, публічного
управління та соціальної роботи ...

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
_____ О.В. Краснокутський

Протокол № 1 від “_____” _____ 2025 р.
Завідувач кафедри _____

_____ Т.І. Бутченко
(підпис) (ініціали, прізвище)

2025 рік



Зв'язок з викладачем:

E-mail: n.v.yatsuk@gmail.com

Телефон: 0507164840

Інші засоби зв'язку: Moodle (<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9572>);

Кафедра: філософії, публічного управління та соціальної роботи, 4 корп. ЗНУ, вул. Дніпровська, 33а

1. Опис навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Івентивний менеджмент в публічному управлінні» є вивчення сучасних підходів до планування, організації та реалізації публічних заходів у сфері державного управління. Він охоплює ключові аспекти івент-менеджменту – від стратегічного задуму до постаналізу ефективності – з урахуванням специфіки роботи органів влади, потреб громадян та вимог демократичного суспільства.

Курс є надзвичайно важливим, адже публічні заходи – це не просто інструмент комунікації, а потужний механізм формування довіри, репутації та залучення громадськості до процесів управління. Успішно організований захід здатен зміцнити імідж установи, активізувати громадянську участь і сприяти реалізації політичних та соціальних ініціатив.

Програма відповідає актуальним вимогам ринку праці, де дедалі більше цінується здатність фахівців до ефективної комунікації, кризового менеджменту, роботи з медіа та цифровими інструментами. Івент-менеджмент стає невіддільною частиною професійної компетентності публічного службовця, особливо в умовах динамічного інформаційного середовища та зростаючих очікувань громадян.

Без володіння навичками івент-менеджменту неможливо забезпечити якісну взаємодію між владою та суспільством, реалізувати політики, що потребують публічного обговорення, або ефективно реагувати на виклики сучасності. Саме тому цей курс є фундаментальним для формування професійного, відкритого та відповідального управління.

Такий напрям вивчення курсу сприятиме здобувачам освіти обираючи кар'єру публічного службовця мати здатність до ефективного планування та реалізації публічних заходів різного масштабу, демонструвати лідерські якості, стратегічного мислення та комунікаційній гнучкості. Як службовці державної служби та органів місцевого самоврядування зможуть професійно представляти інституцію, налагоджувати діалог з громадськістю, працювати з медіа та цифровими платформами, а також забезпечувати прозорість і відкритість управлінських процесів. Завдяки цьому курсу здобувачі освіти будуть готові до викликів сучасної публічної служби, сприятимуть зміцненню довіри до органів влади та реалізації суспільно важливих ініціатив.

2. Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	3-й	3-й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	30	6
Семінарські заняття	14	4
Практичні заняття		
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	46	80
Консультації	3	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9572	



3. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Результати навчання та компетентності	Методи навчання / форми і методи оцінювання
ІК Здатність розв'язувати складні завдання і проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів науки та характеризується невизначеністю умов і вимог	Робота з реальними кейсами івент-заходів організаторами або учасниками яких були публічні інституції Ігри-симуляції з організації подій які здатні будувати конструктивний діалог між громадою, владою та бізнесом.
ЗК3. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.	Аналіз івент-подій публічних інституцій щодо активізації участі населення Вивчення технологій активізації залучення населення до участі в публічному управлінні Виявлення проблем громади та розробка пропозицій івент-подій для активізації участі в прийнятті рішень
СК7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності. СК8. Здатність готувати проекти управлінських рішень та їх впроваджувати. СК9. Здатність впроваджувати інноваційні технології. СК12. Здатність до генерування нових ідей та креативності у професійній сфері. СК13. Здатність оцінювати результати та якість професійної діяльності. СК14. Здатність до налагодження співпраці територіальних громад.	Розробляти івент-події як тактичних дій у вирішенні певних проблем управління Розробка індивідуальних івент-проектів Продукувати ідеї та концепції івент-подій до управлінської діяльності Розробка ідей та концепцій івент-подій для певних івент-подій Розробка алгоритмів постівентного аналізу Аналіз івент-подій певних громад щодо їх напрямів та впливу

4. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Теоретичні основи івентивного менеджменту в публічному управлінні

Тема 1. Івент-менеджмент у системі соціокультурних комунікацій.

Аналіз визначень понять івент-менеджменту. Поняття івенту в публічному управлінні. Фази та етапи івент-менеджменту. Види діяльності в івент-менеджменті. Івент-менеджмент як впровадження методів управління проєктами. Види заходів як складова івент-менеджменту. Організація різних видів заходів як сфера компетенцій індустрії розваг. Функції індустрії розваг. Основні інституції індустрії розваг як заклади співпраці івентивного менеджменту публічного управління. Основні тенденції розвитку сучасної інфраструктури індустрії розваг. Анімація та її формула розвитку. Дозвілля як соціокультурне явище і сфера розвитку івент-менеджменту. Основні групи дозвілля. Спеціальні події: поняття та їх специфіка; типологія та особливості підготовки; їх види.

Тема 2. Подія (захід) поняття та види подій в івент-менеджменті.

Аналіз визначень понять подія (захід) для практики публічного службовця. Види подій як ресурс івентивного менеджменту в публічному управлінні. Класифікація заходів. Види класифікацій й типологій заходів. Етапи підготовки події. Ключові питання під час планування події як засіб розробки успішної події. Спільне в підготовці подій як загальний алгоритм розробки заходу. Мета і завдання заходу як результат досягнення організатора. Особливості визначення цільової аудиторії як вибір формату івент-події.

Змістовий модуль 2.

Організація та здійснення заходів

Тема 3. Методологія дослідження, організація та здійснення заходів що належать до виняткових подій.

Виняткова подія як захід, який відрізняється від звичайних для цієї організації заходів. Дослідження як період пошуку ідей для заходу, його планування та реалізація, оцінювання результатів. Власні дані установи/організації/громади як відправна точка під час планування подій. Опитування як набір базових питань під різні заходи. Основні форми опитування. Маркетинг як необхідна складова івентивного менеджменту. Поняття, зміст і методи маркетингових досліджень. Мета та групи маркетингових досліджень. Основні види маркетингових досліджень. Типи маркетингових подій. Основні етапи організації івент-заходів. Зовнішні та внутрішні дослідження. Аналіз наявних та потенційних ресурсів для реалізації івенту. Необхідні та додаткові дані із організації івент-заходів. Основні вимоги до концепції заходу. Базові розрахунки заходу. Засоби створення атмосфери івент-події. План та етапи здійснення івент-заходів. Розрахунок часу на реалізацію івент-проєкту.

Тема 4. Принципи і механізми реалізації успішної події

Принципи організації події. Принцип єдності й обмеженості часу і простору в подієвому менеджменті. Принцип атракціону, почуття свята. Принцип взаємного обміну. Принцип сакральності та медійності. Принцип подієвої суб'єктивності. Принцип художньої цілісності. Принцип драматизму. Принцип спільного знання. Алгоритм підготовки та реалізації івент-проєктів. Технологія розробки програми заходу. Мозковий штурм як технологія колективної креативної творчості. Документування ідей у розробленні івент. Етапи оцінювання конкурсних заявок. Спеціалізовані івент компанії. Сценарно-драматургічна основа заходу. Сценарій і його структура. Форма запису сценарію. Види сценаріїв. Драматургічна побудова сценарію.

Змістовий модуль 3.
Івент-менеджмент та івент-маркетинг в роботі публічної служби.

Тема 5. Івент-менеджмент як інструмент управління персоналом

Завдання івентменеджменту в управлінні персоналом. Корпоративна культура в управлінні персоналом. Рівні корпоративної культури. Функції корпоративної культури. Мета та завдання корпоративної культури. Основні типи корпоративної культури. Поняття та види корпоративних івент-подій. Ідеї та форми корпоративних заходів. Організація роботи персоналу в підготовці корпоративного заходу.

Тема 6. Івент-маркетинг в роботі публічних інституцій

Поняття івент-маркетингу (подієвий маркетинг). Основні інструменти подієвого маркетингу: спеціальна подія (Special Event), корпоративний захід (Corporate Event), B2B, ігровий промоушен (Play Promotion), провокаційний маркетинг. Маркетинговий інструментарій у нарощуванні бренду. Поняття та сутність бренду. Торгова марка чи бренд. Фактори позиціонування бренду. Етапи процесу створення бренду. Класифікація івент-послуг. Цілі івент-послуг. Маркетингові та творчі завдання організації івенту. Подієвий маркетинг для некомерційних організацій. Основні види некомерційних суб'єктів. Державні некомерційні суб'єкти. Недержавні некомерційні суб'єкти. Інструментарій подієвого маркетингу для некомерційних організацій. Переваги та недоліки івент-маркетингу. Особливості подієвого маркетингу в різних сферах: сфера благодійних інститутів і розвитку волонтерства; сфера права та політики.

Змістовий модуль 4.
Фінансовий менеджмент та ефективне управління подією

Тема 7. Формування ціни послуг у сфері івент-менеджменту

Мета і завдання фінансового менеджменту події. Обов'язкові складові фінансового менеджменту. Класифікація фінансових типів заходів. Райдер заходу та його типи. Помилки під час підготовки заходу. План-графік проведення івенту. Що потрібно врахувати при формуванні бюджету. Правила планування бюджету. Методи визначення бюджету. Оцінювання ресурсів і власних можливостей. Сучасні джерела формування доходів івент-заходів. Основні розділи кошторису витрат. Спонсорство як частина стратегії фінансового менеджменту. Види та елементи спонсорського пакету.

Тема 8. Ефективність управління заходами та оцінювання результатів

Ефективність управління як сукупна результативність. Принципи визначення ефективності управління заходами. Принципи визначення ефективності управління заходами. Етапи визначення ефективності управління заходами. Чинники які впливають на ефективність управління. Критерії ефективності управління заходами. Показники ефективності управління заходами. 5 правил грамотної взаємодії взаємини «замовник – виконавець». Робота з постачальниками. Етапи взаємодії з постачальниками. Послідовності вибору постачальника. Домовленості з постачальниками – договір чи контракт. Елементи та правила укладення договору. Способи оформлення договірних відносин із постачальниками. Поширені послуги постачальників в івент-менеджменті.

Змістовий модуль 5.

Івентменеджмент у публічному управлінні: компетенції сучасного службовця.

Тема 9. Особливості роботи івент-менеджера

Функції івент-менеджера. Обов'язки й завдання івент-менеджера. Особистісні якості івент-менеджера. Комунікативні здібності івент-менеджера. Складові комунікативних здібностей івент-менеджера. Ролі івент-менеджера. Відповідальність івент-менеджера. Склад персоналу в івент-компанії. Компетенції співробітників івент-компанії.

Тема 10. Особливості, інструменти, стратегії просування в івент-менеджменті.

Комплекс просування. Етапи просування івент-послуг. Стратегія просування написання комунікаційної стратегії. Цільові групи комунікативного впливу. Канали комунікацій з цільовими групами впливу. Види комунікаційних каналів. Основні інструменти продажів заходу. Реклама в комплексі маркетингу. Функції реклами. Класифікація реклами залежно від: маркетингових цілей, від способів поширення інформації. Особливості реклами на етапах життєвого циклу івенту. Рекламні канали. Основні та додаткові елементи запрошення. Проектування буклета. Мета та функції телемаркетингу. Бази даних та їх класифікації за різними критеріями. Інтернет та його служби. ЗМІ та їх функції. Формати організації роботи зі ЗМІ. Створення ефективного рекламного повідомлення. Public Relations (зв'язки з громадськістю, піар). Розроблення та організація промо-акцій.

Змістовий модуль 6.

Управління ризиками в івент-менеджменті публічної сфери

Тема 11. Ризики івент-менеджменту в діяльності публічного службовця та потенційні загрози при організації публічних заходів

Ризик та його функції. Чинники, що зумовлюють ризики у сфері івент-менеджменту: економічний, соціальний, історико-культурний, політичний, технологічний. Види ризиків івент-заходів. Основні види ризиків під час організації заходів. Управління ризиками виняткових подій. Складові безпеки проведення заходу. Необхідні якості організатора заходу під час ризик-менеджменту виняткових подій.

Тема 12. Портфоліо івент-події

Аналіз проблеми. Цільова аудиторія. Результати та показники. БРИФ. Мета та завдання івент-події. Ідея та концепція. Формат та назва. План. Сценарій. Бюджет. Постівентний аналіз.

5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Тема 1. Івент-менеджмент у системі соціокультурних комунікацій	2	2	щотижня
	Тема 2. Подія (захід) поняття та види подій в івент-менеджменті	4	2	щотижня
2	Тема 3. Методологія дослідження, організація та здійснення заходів що належать до виняткових подій	2		щотижня
	Тема 4. Принципи і механізми реалізації успішної події	4		щотижня
3	Тема 5. Івент-менеджмент як інструмент управління персоналом	2		щотижня
	Тема 6. Івент-маркетинг в роботі публічних інституцій	4	2	щотижня
4	Тема 7. Формування ціни послуг у сфері івент-менеджменту	2		щотижня
	Тема 8. Ефективність управління заходами та оцінювання результатів	2		щотижня
5	Тема 9. Особливості роботи івент-менеджера	2		щотижня
	Тема 10. Особливості, інструменти, стратегії просування в івент-менеджменті.	4		щотижня
6	Тема 11. Ризики івент-менеджменту в діяльності публічного службовця та потенційні загрози при організації публічних заходів	2		щотижня
Разом		30	6	

6. Теми семінарських занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Тема 1. Поняття івенту в публічному управлінні. План 1. Фази та етапи івент-менеджменту. 2. Види діяльності в івент-менеджменті. 3. Класифікація заходів публічних інституцій. 4. Технологія анімації як засіб активізації і залучення	2	2	щотижня
2	Тема 2. Етапи підготовки виняткових подій План 1. Дослідження як інструмент організації виняткових подій 2. Ключові питання під час планування події. 2. Мета і завдання заходу та цільова аудиторія 3. Основні типи маркетингових подій 4. Основні етапи організації івент-заходів	2		щотижня
3	Тема 3. Сценарно-драматургічна основа заходу План 1. Принципи і механізми реалізації успішної події 2. Структура та форми запису сценарію. 3. Драматургічна побудова сценарію 4. Ідеї та форми корпоративних заходів	2	2	щотижня
4	Тема 4. Подієвий маркетинг План 1. Основні інструменти подієвого маркетингу 2. Торгова марка / бренд та етапи їх створення 3. Подієвий маркетинг державних і недержавних суб'єктів. 4. Особливості подієвого маркетингу у сфері благодійних інститутів і розвитку волонтерства та у сфері права та політики	2		щотижня
5	Тема 5. Формування ціни послуг у сфері івент-менеджменту План 1. Мета, завдання та обов'язкові складові фінансового менеджменту 2. Фінансові типи заходів 3. Правила планування бюджету заходу 4. Сучасні джерела формування доходів івент-заходів та спонсорство	2		щотижня

6	Тема 6. Ефективність управління заходами та оцінювання результатів План 1. Принципи та етапи визначення ефективності управління 2. Чинники, критерії та показники ефективності управління заходами 3. Робота з постачальниками 4. Обов'язки й завдання івент-менеджера	2		щотижн я
7	Тема 7. Управління ризиками. План 1. Інструменти просування івент-події 2. Реклама, піар та етапи розроблення та організації промо-акції 3. Ризики івент-менеджменту 4. Управління ризиками виняткових подій	2		щотижн я
Разом		14	4	



6. Самостійна робота

№ змістового модуля	Питання для самостійного опрацювання	Кількість годин	
		о/д.ф.	з.ф.
1	Аналіз визначень понять захід та івент-менеджмент та визначте відмінність	7	8
2	Опрацюйте веб-сайт однієї із публічних інституцій та складіть перелік заходів які вони проводять	7	8
3	Розробіть івент-подію для публічної служби: формат, ідея, концепція, мета, завдання.	7	8
4	Складіть перелік маркетингових подій до обраної публічної служби	7	8
5	Спрогнозуйте які фінансово прибуткові івент-події можуть відбутися у сфері публічного управління	7	8
6	Складіть перелік професійних компетенцій публічного службовця для організації івент-подій та розрахуйте вартість розробленої вами події	7	8
7	Складіть перелік можливих ризиків розробленої події	4	9
Разом		46	...

7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
1	Теоретичне питання	Питання тем з 1 та 2 тем	Тест – 5 бали	10
	Практичне завдання	Класифікація заходів публічних інституцій	Перелік заходів певної публічної інституції (за вибором студента) – 5 балів	
2	Теоретичне питання	Питання тем 3 і 4	Тест – 5 бали	10
	Практичне завдання	Аналіз рівня застосування івент-менеджменту в роботі публічної служби	Опрацювання веб-сайту однієї із публічних інституцій та складіть перелік заходів які вони проводять – 5 балів	
3	Теоретичне питання	Питання тем 5 і 6	Тест – 5 бали	10
	Практичне завдання	Розробка івент-події для публічної служби: формат, ідея, концепція, мета, завдання	Презентація ідей та концепції івент-події для конкретної публічної служби – 5 балів	
4	Теоретичне питання	Питання тем 7 і 8	Тест – 5 бали	10
	Практичне завдання	Перелік маркетингових подій до обраної публічної служби	Особливості подієвого маркетингу у сфері благодійних інститутів і розвитку волонтерства та у сфері права та політики 5 балів	
5	Теоретичне питання	Питання тем 9 і 10	Тест – 5 бали	10
	Практичне завдання	Фінансово прибуткові івент-події можуть відбутися у сфері публічного управління	Дослідити фінансово прибуткові івент-події можуть відбутися у сфері публічного управління 5 балів	
6	Теоретичне	Питання теми 11	Тест – 5 бали	10
	Практичне завдання	Ризики розробленої події	Скласти перелік ризиків які необхідно передбачити – 5 балів	
Разом		11		60

8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
Залік	Тест	1. Аналіз визначень понять івент-менеджменту. 2. Поняття івенту в публічному управлінні. 3. Фази та етапи івент-менеджменту. 4. Види діяльності в івент-менеджменті. 5. Івент-менеджмент як впровадження методів управління проектами. 6. Види заходів як складова івент-менеджменту. 7. Основні інституції індустрії розваг як заклади співпраці івентивного менеджменту публічного управління. 8. Основні тенденції розвитку сучасної інфраструктури індустрії розваг. 9. Анімація та її формула розвитку. 10. Спеціальні події: поняття та їх специфіка; типологія та особливості підготовки; їх види. 11. Аналіз визначень понять подія (захід) для практики публічного службовця. 12. Види подій як ресурс івентивного менеджменту в публічному управлінні. 13. Етапи підготовки події. 14. Ключові питання під час планування події як засіб розробки успішної події. 15. Спільне в підготовці подій як загальний алгоритм розробки заходу. 16. Виняткова подія. 17. Дослідження як період пошуку ідей для заходу, його планування та реалізація, оцінювання результатів. 18. Маркетинг як необхідна складова івентивного менеджменту. 20 Типи маркетингових подій.	Прості На відповідність	40

	21. Основні етапи організації івент-заходів. 22. Аналіз наявних та потенційних ресурсів для реалізації івенту. 23. Основні вимоги до концепції заходу. 24. Базові розрахунки заходу. 25. Засоби створення атмосфери івент-події. 26. План та етапи здійснення івент-заходів. 27. Розрахунок часу на реалізацію івент-проєкту. 28. Принципи організації події. 29. Технологія розробки програми заходу. 30. Сценарно-драматургічна основа заходу. 31. Івент-маркетинг в роботі публічних інституцій 32. Мета і завдання фінансового менеджменту події. 33. Класифікація фінансових типів заходів. 34. Ефективність управління заходами та оцінювання результатів. 35. Принципи визначення ефективності управління заходами. 36. Функції івент-менеджера. 37. Особистісні якості івент-менеджера. 38. Ролі івент-менеджера та відповідальність 39. Реклама в комплексі маркетингу 40. Основні види ризиків під час організації заходів.		
Усього			40

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
			Залік
A	90 – 100 (відмінно)		Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)		
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)		
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)		Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		

9. Рекомендована література

Основна:

1. Повалій Т. Л. П 42 Івент-менеджмент : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, Н. Д. Світайло. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 198 с.
2. Event-менеджмент / [У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер]; [пер.с нем. Т. Фоминой] – М. : Эксмо, 2007. – 384 с.
3. П. Паркер. Мистецтво збиратися разом. Як організувати змістовну та результативну зустріч / Прія Паркер. – Vivat, 2020. – 228 с.
4. Менеджмент у сфері культури: Навчальний посібник / Яроміч С.А. – Кн.1. – Одеса: Центр практичного менеджменту культури, 2006. – 274 с.
5. Петрова І. В. Проектування у соціокультурній сфері: навчальний посібник / І. В. Петрова. – К.: КНУКіМ, 2007. – 372 с.

Додаткова:

1. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва: підприємницький стиль / Г.Гагоорт – Львів: Літопис, 2008. – 358 с.
2. Кравець О. М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 335 с.
3. Брич В.Я., Корман М.М. Креативний менеджмент: підруч. – Тернопіль : ТНЕУ, 2018. – 220 с
4. Окорський В. П., Валюх А. М. Креативний менеджмент: Підручник. – Рівне: НУВГП, 2017. – 344 с.



1. Роль івент-менеджменту в публічному управлінні.
<https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2457>
2. Івент-менеджмент як інструмент організації особливих подій
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4243>
3. Івент-менеджмент як дієвий інструмент забезпечення стратегії комунікацій в публічному управлінні <https://gov.bulletin.knu.ua/article/view/3469>
4. Соціокультурні детермінанти подієвого публічного менеджменту chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://habitus.od.ua/journals/2023/45-2023/5

11. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків. Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску.

Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання. Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.

Політика академічної доброчесності. Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення. Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті. Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.

Під час виконання заходів контролю (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти. Процедура врахування результатів, отриманих здобувачем за рахунок неформальної/інформальної освіти, регулюється Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (2022 р.).
https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normativna_basa/polozhennya_znu_pro_poryadok_viznannya_rezultat_v_navchannya.pdf

Комунікація. Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.