***Практичне заняття №6.***

**Тема: Оцінка ефективності івенту**

**Мета заняття:** *проаналізувати шляхи визначення ефективності івенту, розглянути методики роботи з цільовими аудиторіями з метою отримання зворотнього зв’язку та визначення ефектів впливу.*



***Питання для обговорення***

1. Ефективність управління PR-заходами.
2. Шляхи визначення ефективності управління PR-заходами.
	1. Показники ефективності івенту.
	2. Думка учасників події.
	3. Публікації в ЗМІ (відповідність джерела цільової аудиторії).
	4. Безпосереднє спостереження за учасниками під час проведення події.
3. Резонансний і соціологічний методи оцінки ефективності подій.

**Основні поняття:** *еvent, ефективність події, громадська думка, публікації, ЗМІ, спостереження.*

**🗐 *Питання для самоконтролю***

1. Які етапи PR-діяльності включає в себеетап визначення ефективності події?
2. Чим відрізняються формалізовані дослідження від неформалізованих і які нацбільш ефективні під час визначення успіху івента?
3. Яка послідовність дій передбачає виявленняефективності заходу?
4. Як здійснюється дослідженнядумки цільової аудиторії?
5. Що передбачає резонансний методи оцінки ефективності події?
6. У чому перевага соціологічного методу визначення ефективності події?

**✍ *Письмові завдання***

1. **Наведіть аргументи щодо підтримки зазначеної думки або спростуйте і наведіть аргументи проти:**

*«Сьогодні спеціальні івенти стають дедалі ефективнішим засобом комунікації. В умовах скептичного і часом недовірливого ставлення до реклами спеціальний івент є саме тим інструментом, який здатний викликати в учасника яскравий емоційний відгук, залучити його в те, що відбувається, і в такий спосіб створити позитивне враження і думку про бренд. Впливаючи на емоційну сферу, спеціальна подія створює міцні зв’язки між учасником заходу та його організатором».*

1. **Порівняйте інструментарії резонансного та соціологічного методів дослідження ефективності еvent -заходу.**

|  |
| --- |
| ***Резонансний метод*** за основні показники приймає індекс цитування (кількісний показник) і коефіцієнт співвідношення позитивних і негативних публікацій (якісний показник). При цьому кількість повідомлень у ЗМІ після проведеного спеціального івенту не повинно бути єдиним засобом оцінки ефективності. Тоді за точку відліку може бути взятий ступінь популярності компанії/бренда і думка цільової аудиторії до і після події.***Соціологічний метод*** пов’язаний з вимірами думки цільової аудиторії до початку події і після її закінчення. Його перевагою є те, що він дозволяє укладати в числові рамки такі нераціональні показники, як лояльність до марки і ставлення до бренда. Але його недолік полягає в суб’єктивній оцінці отриманих даних |

1. **Підготуйте план вимірювання показників оцінки проведеного еvent -заходу.**

|  |
| --- |
| **З метою оцінки проведеного івент-заходу можна також здійснити** вимірювання показників: * кількість учасників (загальне і за категоріями) — у даному випадку доцільно створити портрет учасника події;
* активність учасників;
* думка учасників події;
* ефективність публікацій у ЗМІ (вимірювання кількості медіа-каналів, які повідомляють про подію);
* задоволеність учасників;
* фінансові показники.
 |

**✍ *Завдання для самостійної роботи***

**Опрацювання теоретичного матеріалу:**

* Зоріна О.І. Ефективність використання методів івент-маркетингу підприємствами транспорту. *Ефективна економіка.*№ 5. 2014

URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3027>

* Пічик К. В. Івент-маркетинг як сучасний інструмент впливу на споживача. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2016. 1. (1). С. 145–148. URL: https://doi.org/10.18523/2519-4739112016124813

**📚 *Теми есе:***

* Показники ефективності івенту.
* Резонансний і соціологічний методи оцінки ефективності подій.

##  *Література*

***Основна:***

1. Березенко В.В. Планування PR-діяльності: Навчально-методичний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 192 с.
2. Зоріна О.І. Ефективність використання методів івент-маркетингу підприємствами транспорту. *Ефективна економіка.*№ 5. 2014

URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3027

1. Радіонова О. М.Конспект лекцій з курсу «Івент-технології». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015.С.16-21.
2. Пічик К. В. Івент-маркетинг як сучасний інструмент впливу на споживача. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2016. 1. (1). С. 145–148. URL: https://doi.org/10.18523/2519-4739112016124813

***Додаткова:***

1. Антоненко І.Я. Особливості розвитку та застосування івент-менеджменту в Україні. *Сучасний менеджмент і економічний розвиток : реферативний збірник матеріалів постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 1 вересня 2011 р. - 29 лютого 2012 р.* Суми : СумДУ, 2012. № 1. С. 5.
2. Володіна М.Р. Event-менеджмент в сфері організації заходів. *Молодий вчений.* 2019. №5. С. 103 – 106.
3. Данилова В. принципи та перспективи розвитку режисури «спеціальних художніх подій». URL : <https://ephd.cz/wp> content/uploads/2018/ephd\_2018\_4\_4/14.pdf
4. Данилова В. Спеціальні художні події як інструмент впливу на суспільну й індивідуальну свідомістю *Актуальні питання гуманітарних наук.* Вип 22. Том 2. 2018. С.17–23. http://www.aphn-journal.in.ua/archive/22\_2018/part\_2/5.pdf

Іванова О. В. Методичні підходи до розробки бізнес-івенту. URL : <http://firearticles.com/economika-pidpryemstv/220-metodichn-pdhodi-do-rozrobkibznes-ventu-vanova-o-v-markovskiy-o-v.html>

1. Мисик В.М. Сутність та характеристика івент-менеджменту в системі управління підприємства. *Економіка та управління підприємствами.* Вип 50-1.2020. С. 143–148.
2. Напалкова А.А. Менеджментові дослідження на ринку event-послуг. *Event-менеджмент.* 2014. -№ 3. С. 210–226.
3. Новікова В.В., Бондар Н.П., Шаран Л.О. Впровадження event-менеджменту в діяльність підприємства готельно-ресторанного господарства.*Modern engineering and innovative technologies*. Issue 10. Part 2.2019*.* С 45–54.
4. Оборська С.В. Подієвий менеджмент у мистецтві. *Культура і*мистецтво*у сучасному світі.* 2014. Вип. 15. С. 57–63.
5. ОборськаС. В. Сучасна проблематика подієвого менеджменту мистецьких проектів. *Культура України*. Cерія : Мистецтвознавство. 2018. Вип. 61. С. 389-397. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kum\_2018\_61\_40.
6. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля. Культурно-дозвіллєва діяльність у сучасному світі: кол. монографія. Київ: Вид-во: Ліра-К, 2017. 328 с.
7. Поплавський М. М. Еvent-менеджмент у індустрії дозвілля. *Питання культурології.* 2017.URL : <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pkl_2017_33_19>.
8. Радіонова О.М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології». Харків: ХНУМГ ім.О.М.Бекетова, 2015. 67 с.
9. Хамініч С.Ю. Стратегічне планування на підприємствах: теоретико- методологічний аспект. *Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць.* Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. Вип. 249 : в 6 т. T. 5. С.1317 – 1322.
10. Хитрова О.А. Харитонова Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку Івент-менеджменту в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, Вип. 12. 2017. С.27–31.
11. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management.* 2008. №29. №29. Р. 30-41.
12. Griffin L.J. Temporality, events and explanation in historical sociology: An intro-duction. *Sociological* *Methods & Research*. 1992. № 20. P. 403–427.
13. Lampel J., Shamsie J., Shapira Z. Experiencing the improbable: Rare events and organizational learning. *Organization Science*. 2009. № 20. P. 835–845.
14. Nigam A., Ocasio W. Event attention, environmental sense making, and change in institutional logics: An inductive analysis of the effects of public attention to Clinton’s Health Care Reform Initiative. *Organization* *Science*. 2010. № 21. P. 823–841.
15. Shone A. Successful event management: a practical handbook. Cengage Learning: EMEA, 2004. P. 13.
16. Tassiopoulos D. Event Management: A Professional and Developmental Approach. Juta Pty Ltd, 2013. 510 р.
17. Tum J., Norton P., Nevan J. Management of Event Operations. Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2006. 280 p.
18. Thomas O*.* Reference model-based event management *International Journal of Event Management Research.* Vol. 4. N 1. 2008. P. 8–16. Eventbrite. The 10 Event Management Skills Event Managers Need. 2019. URL: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/qualities-successful-event-managersds00>

<http://firearticles.com/economika-pidpryemstv/220-metodichn-pdhodi-do-rozrobkibznes-ventu-vanova-o-v-markovskiy-o-v.html>