

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ

Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики

**ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ**

**Методичні вказівки до виконання контрольної роботи  
для здобувачів вищої освіти  
освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»  
спеціальності «075 Маркетинг»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

Обговорено і рекомендовано  
на засіданні кафедри маркетингу,  
PR-технологій та логістики  
Протокол № 1  
від 3 січня 2023 року

Чернігів, 2023

Event-технології. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи для здобувачів вищої освіти освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» спеціальності «075 Маркетинг» бакалаврського рівня / Укладач А.В. Вербицька. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. 25 с.

Укладач:

Вербицька Анна Вікторівна, кандидат наук з державного управління, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка»

Відповідальний за випуск:

Бабаченко Лариса Валентинівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», гарант освітньої програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»

Рецензент: Дубина Максим Вікторович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Національного університету «Чернігівська політехніка»

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
Структура контрольної роботи.....	5
Складання списку використаних джерел.....	11
Оформлення контрольної роботи.....	11
Захист контрольної роботи.....	13
Критерії оцінювання.....	14
Дотримання академічної доброчесності.....	14
Додаток 1 Зразок оформлення змісту контрольної роботи.....	15
Додаток 2 Шаблони брифів на проведення заходу.....	17
Список рекомендованої літератури.....	23
Інформаційні ресурси.....	25

## ВСТУП

Івент-маркетинг, або івент-заходи, нині набувають дедалі більшої актуальності і в умовах війни також, з акцентом на благодійності та соціальному ефекті. Ще з розвитком ринкового суспільства в нашій країні почали проводити ділові заходи, спрямовані на обмін ідеями, які сьогодні стали ключовим елементом просування продукції компанії.

Організація івентів значно впливає на суспільство в цілому. За допомогою івент-індустрії можна залучити туристів, що є значною статтею доходу для місцевих бюджетів. Проведення ділових івент-заходів — конференцій, семінарів і виставок, зумовлює появу ділових контактів і цим сприяє економічному розвитку. Дедалі більше й частіше підприємства, що працюють у різних сферах діяльності, намагаються використовувати івент-маркетингові заходи.

Індивідуальне науково-дослідне завдання (контрольна робота) передбачає: систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань з дисципліни «Івент-технології» і застосування їх при вирішенні конкретних практичних ситуацій.

Мета виконання контрольної роботи – закріплення набутих ЗВО теоретичних знань з курсу і формування вміння їх практичного використання, розвиток креативності, аналітичних здібностей.

Виконання контрольної роботи передбачає розвиток навичок самостійної роботи і оволодіння методикою дослідження.

## СТРУКТУРА КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота виконується з метою закріплення, поглиблення і узагальнення знань, отриманих студентами за час навчання та набуття практичних навичок їх застосування при вирішенні завдань з організації івентів.

У процесі виконання контрольної роботи, разом з теоретичними знаннями і практичними навичками, здобувач вищої освіти повинен продемонструвати здатність до науково-дослідної роботи та вміння творчо мислити, навчитися вирішувати актуальні завдання.

Контрольну роботу студент виконує індивідуально за варіантами. Варіант роботи вибирається з тематики контрольних робіт з івент-технологій.

Контрольна робота складається з: титульного аркуша, змісту, вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Титульна сторінка оформлюється за шаблоном (додаток 1).

Зміст повинен включати назви завдань, із зазначенням номерів сторінок, на яких вони розміщені.

У вступі зазначається актуальність теми дослідження, об'єкт, предмет, мета і завдання дослідження.

Основна частина складається з теоретичного та практичного завдань.

У висновку викладаються результати, отримані в процесі виконання КР і приводиться перелік пропозицій і рекомендацій.

Список використаних джерел можна скласти або в порядку їх згадування в тексті роботи, або в наступному порядку: спочатку наводяться законодавчі та нормативні акти, далі загальна та спеціальна література в алфавітному порядку, потім Інтернет джерела, а в кінці – література на іноземній мові.

У процесі написання контрольної роботи здобувач вищої освіти повинен опрацювати не менше 10 літературних джерел з посиланням на використання певної інформації у тексті роботи. При цьому робота повинна бути творчою і бути спрямована на вирішення практичних завдань.

У додаток можуть бути винесені таблиці, малюнки, схеми тощо. За наявності декількох додатків, оформляють окрему сторінку «ДОДАТОК». Додатки позначають великими літерами алфавіту.

Обсяг контрольної роботи – 12-15 сторінок.

Написання контрольної роботи починається з вибору теми. Тематика контрольних робіт, що пропонується викладачем, охоплює актуальні теми в межах дисципліни (табл. 1).

Здобувач вищої освіти здійснює довільний вибір теми контрольної роботи в межах запропонованого переліку, заснований на власних пізнавальних та наукових інтересах. Здобувач вищої освіти має можливість обрати іншу тему контрольної роботи у рамках курсу поза рекомендованим переліком.

Таблиця 1 – Рекомендована тематика контрольних робіт

1.	Бізнес-івент (конференція/форум/конгрес тощо)
2.	Прес-захід (прес-конференція/прес-тур/презентація для ЗМІ тощо)
3.	Освітній захід (лекція/семінар/тренінг/воркшоп тощо)
4.	Інсентив-тур (заохочувальна поїздка для співробітників компанії тощо)
5.	Корпоративний захід (тімбілдинг/день компанії/день брэнда/ювілей компанії тощо)
6.	Культурно-масовий захід (фестиваль/ярмарок/квест/виставка тощо)
7.	Trade events (презентація продукту, акції в торговельних центрах, флешмоб, розіграш продукції тощо)
8.	Благодійні заходи (збір донатів, благодійні аукціони тощо)
9.	Онлайн-заходи (конференція, презентація, форум тощо)
10.	Соціальні заходи (екологічна акція, флешмоб, мітинг тощо)

У процесі вивчення джерел здобувач вищої освіти формує зміст контрольної роботи, який містить теоретичну та практичну частини; список використаних джерел.

Під час консультацій з дисципліни здійснюється узгодження змісту роботи та вирішення питань, які виникають у здобувачів вищої освіти.

*Складові контрольної роботи:*

### **1 Теоретичний розділ контрольної роботи**

У першому розділі роботи необхідно описати концепцію заходу, в рамках якої проходитиме івент. Варто детально описати та візуально представити ідею івенту. Доцільно додати мудборд, що допомагає представити концепцію.

1.1. Визначити ідею та концепцію заходу – тематична ідея, в розрізі якої проходитиме івент (детально описати креативну ідею івент).

1.2. Визначити цільову аудиторію.

1.3. Визначити мету, цілі та завдання івенту.

Результатом роботи над першим розділом має бути підготовка креативної концепції щодо проведення івенту та оформлений бриф від замовника заходу.

Шаблони брифів містяться у додатку 2. Здобувач вищої освіти обирає шаблон на власний вибір.

### **2 Аналітичний розділ контрольної роботи**

2.1. Скласти календарний план проведення заходу згідно з табл. 2.

Таблиця 2 – Перелік робіт, які необхідно виконати для реалізації заходу

№ з/п	Види робіт	Термін виконання
1		
2		
...		

2.2. Скласти матрицю відповідальності персоналу для проведення заходу згідно з табл.3.

Таблиця 3 – Матриця відповідальності персоналу

Найменування / зміст робіт	Персонал, задіяний в реалізації івент (посади)									
	Менеджер	Дизайнер	PR-спеціаліст	Логіст						
Розробка анонсів, афіш, запрошень										
Зустріч та поселення гостей										
Підготовка прес-релізів										
...										

2.3. Скласти перелік ресурсів необхідних для проведення заходу та визначити їх вартість згідно з табл. 4.

Таблиця 4 – Витрати івент заходу

Види витрат (ресурси)	Кількість	Ціна	Вартість
1.			
2.			
3.			
Всього			

2.4. Класифікувати витрати івент-заходу на прямі: постійні та змінні; і непрямі. У графі відповідного виду витрат вказати їх вартість (табл. 5).



Таблиця 5 – Класифікація витрат івент заходу

Види Найменування	Прямі		Непрямі
	Постійні	Змінні	
1.			
2.			
3.			
...			
Разом сума			

2.5. Скласти перелік доходів заходу згідно з табл. 6.

Таблиця 6 – Доходи івент заходу

Види доходів	Грошовий вираз доходів (в у.о.)	Примітка
1		
2		
3		
4		
...		
Разом сума		

2.6. Розрахувати точку беззбитковості івент заходу і отримані результати представити графічно:

1) Розрахувати мінімальну кількість учасників для самоокупності заходу за формулою (1.1.):

$$Q_{\min} = (FC + C_{\text{нп}}) : (P - C_{\text{уч}}), \quad (1.1)$$

де  $Q_{\min}$  – мінімальне число учасників івент заходу;

$FC$  – постійні витрати;

$C_{\text{нп}}$  – непрямі витрати;  $P$  – ціна участі;

$C_{\text{уч}}$  – витрати на учасника.

2) Розрахувати мінімальну ціну участі в івент заході для досягнення самоокупності за формулою (1.2.):

$$P_{\min} = (FC + C_{\text{нп}} + Q \cdot C_{\text{уч}} + \Pi) : Q, \quad (1.2)$$

де  $P_{\min}$  – мінімальна ціна участі в івент;  $FC$  – постійні витрати;

$C_{\text{нп}}$  – непрямі витрати;

$Q$  – число учасників івент заходу;

$C_{\text{уч}}$  – витрати на учасника;

$\Pi$  – прибуток \* (\* *прибуток у цій формулі може дорівнювати 0.*)

3) Розрахувати прибуток заходу за формулою (1.3.) (для заходу, який безпосередньо приносить прибуток):

$$\Pi = Q \cdot (P - C_{\text{уч}}) - FC - C_{\text{нп}} \quad (1.3)$$

Де  $\Pi$  – прибуток івент заходу;

$Q$  – число учасників;

$P$  – ціна участі;

$C_{\text{уч}}$  – витрати на учасника;

$FC$  – постійні витрати;

$C$  – непрямі витрати.

### **3 Висновки**

Контрольна робота завершується висновками про роль заходів (за обраним типом) у діяльності компанії/установи/організації. Друга частина висновку спрямована на узагальнення запропонованої концепції івенту та його очікуваних результатів діяльності компанії/установи/організації.

### **СКЛАДАННЯ СПИСКУ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

Література охоплює всі джерела, що були вивчені здобувачем вищої освіти під час виконання контрольної роботи. У порядку використання наводять використані законодавчі, нормативні акти, літературні джерела з досліджуваної проблеми. Відомості про джерела, унесені до списку, необхідно подавати, відповідно до вимог державного стандарту, з обов'язковим наведенням назв праць.

Список використаних джерел складають, відповідно до вимог ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання / Нац. стандарт України. Вид. офіц. [Уведено вперше; чинний від 2016-07-01]. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016.

**Список використаних джерел** наводиться в кінці роботи – через один рядок після основного тексту напівжирним шрифтом по центру сторінки. Нумерація в списку використаних джерел оформлюється вручну (не автоматично).

До списку використаних джерел не додають праці, на які немає посилання в тексті і їх фактично не було використано.

### **ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Одним із показників якості виконаної контрольної роботи є її оформлення. Розрізняють зовнішній вигляд завдання (охайність, грамотність) і внутрішнє оформлення (правильне подання цитат, посилання на літературні джерела, рисунки, таблиці, списки використаних джерел, додатки).

Загальними вимогами до оформлення контрольної роботи є: чіткість та логічна послідовність викладу матеріалу; переконливість аргументації; стислість і точність визначення, що виключають можливість суб'єктивного та неоднозначного їхнього тлумачення; доведеність висновків та об'єктивність рекомендацій.

Контрольну роботу виконують державною мовою. Виклад змісту має бути літературним, чітким і ясным. Стил ь має бути науковим, для якого характерними є смислова завершеність, цілісність і зв'язність. Важливим засобом вираження логічних зв'язків є спеціальні функціонально-синтаксичні засоби зв'язку, що вказують на послідовність розвитку думки (*спочатку, насамперед, потім, по-перше, по-друге, отже*), заперечення (*проте, але, тоді як, тим не менш*), причинно-наслідкові відношення (*таким чином, тому, завдяки цьому, відповідно до цього, унаслідок цього*), перехід від однієї думки до іншої (*звернімося до..., розглянемо..., зупинимось на..., розглянувши..., перейдемо до..., необхідно зупинитися на...*), результат, висновок (*отже, значить, як висновок, на закінчення зазначимо, усе сказане дає змогу зробити висновок*).

Під час комп'ютерного набору тексту слід використовувати шрифт *Times New Roman 14*. Міжрядковий інтервал – 1,5. Текст має бути надруковано з обов'язковим дотриманням таких відступів від краю аркуша: лівий – 30 мм, правий – 10 мм, верхній, нижній – 20 мм. Вирівнювання тексту – по ширині, заголовків – по центру.

Першою сторінкою контрольної роботи є **титульний аркуш**, який включають до загальної нумерації сторінок (додаток 1). На титульному аркуші, змісті, першій сторінці вступу номер сторінки не проставляють. На другій сторінці після титульного аркушу здобувач вищої освіти засвідчує про відсутність у роботі порушень засад Кодексу академічної доброчесності, про що підтверджує власним підписом.

Перед заголовком розділу ставлять його номер арабською цифрою. Слово «розділ» не пишуть. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу.

**Посилання** в тексті контрольної роботи на джерела слід зазначати порядковим номером за списком літератури, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «...у працях [10 – 13]...», або «...у роботі [19, с. 31]...», або просто вказати номер джерела біля запозиченого тексту [35, с. 3]. У разі посилання на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, рисунки, таблиці, формули, рівняння або додатки зазначають їхні номери. Посилання дають змогу перевірити достовірність відомостей. У список уміщують усі літературні джерела, на які було посилання в тексті. Відомості щодо літературних джерел, унесених до списку, слід наводити, згідно з вимогами державних стандартів, з обов'язковим наведенням назв праць і вихідних даних видавництва. Нумерують літературні джерела арабськими цифрами із крапкою, згідно з їхнім порядковим номером у переліку.

Контрольну роботу подають в електронному вигляді шляхом розміщення файлу (формат doc, docx або pdf) у розділі дисципліни в системі E-learning (платформа Moodle) у визначений термін (до початку залікової сесії). Назва файлу повинна відповідати прізвищу автора контрольної роботи (Іваненко\_кр\_івент).

## **ЗАХИСТ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Викладач перевіряє контрольну роботу та виставляє попередню оцінку. Якщо оцінка позитивна, робота допускається до захисту. При підготовці до захисту здобувачу вищої освіти потрібно уважно ознайомитися з зауваженнями рецензента, додатково вивчити питання, що викликали ці зауваження.

Захист контрольної роботи складається з презентації студента (5–7 хвилин) по виконаній роботі та у відповідях на питання, які поставлені викладачем. Після цього визначається, захищена чи не захищена контрольна робота.

Захищена контрольна робота виступає допуском студента до складання заліку з дисципліни.

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

При оцінюванні контрольної роботи враховуються креативний підхід; обґрунтування актуальності обраної теми; повнота розкриття теми; вміння структурувати матеріал; вміння викладати власні думки щодо дискусійних питань; обґрунтованість висновків; повнота аналізу прикладів та кейсів; науковий стиль викладу матеріалу; оформлення роботи; оформлення списку використаних джерел.

Контрольна робота оцінюється максимально в 15 балів відповідно до критеріїв (табл. 7).

Таблиця 7 – Критерії оцінювання контрольної роботи

Вид роботи	Форма контролю	Кількість балів	
Теоретичний і практичний аналіз	1. Повнота розкриття теоретичної частини	0...	4
	2. Творчий підхід	0...	2
	3. Релевантність аналітичної частини	0...	4
Захист	1. Якість доповіді	0...	1
	2. Відповіді на питання	0...	1
	3. Креативність оформлення презентації	0...	1
Оформлення і подання роботи	Відповідність вимогам оформлення	0...	2
<b>Разом</b>		<b>0...</b>	<b>15</b>

## ДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Підготовлена здобувачем вищої освіти контрольна робота повинна відповідати нормам Кодексу академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка». Контрольна робота повинна бути виконана самостійно. Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей повинні бути обов'язковими.

Якщо у контрольній роботі виявлено ознаки академічної недоброчесності, то така робота не буде зарахованою, здобувач вищої освіти повинен буде виконати контрольну роботу повторно на іншу тему.

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Чернігівська політехніка»  
Навчально-науковий інститут економіки  
Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики

**КОНТРОЛЬНА РОБОТА**

**з дисципліни**

**«EVENT-технології»**

Виконав(-ла):

ЗВО групи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*Прізвище, ім'я, по батькові  
(повністю)*

\_\_\_\_\_  
*Дата виконання*

Перевірила:

Вербицька А.В.

Чернігів, 2023

*Я, (ПІБ повністю) \_\_\_\_\_, підтверджую, що дана робота є моєю власною письмовою роботою, оформленою з дотриманням цінностей та принципів етики і академічної доброчесності відповідно до Кодексу академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка». Я не використовував/ла жодних джерел, крім процитованих, на які надано посилання в роботі*

*Дата \_\_\_\_\_ підпис*



## Шаблони брифів на проведення заходу

## Шаблон 1 Бриф корпоративного заходу

ПРО КОМПАНІЮ		
Загальна інформація		
1.	Дата заповнення	
2.	Назва компанії	
3.	Сфера діяльності	
4.	Сайт	
5.	Контакти	
Корпоративна культура		
6.	Корпоративні цінності	
8.	Корпоративні традиції, ритуали, звичаї тощо	
9.	Кроскультурні особливості (національні особливості, міжкультурне середовище тощо)	
10.	Проекти, пов'язані з соціальною відповідальністю	
ПРО ІВЕНТ-ПРОЄКТ		
11.	Привід для івенту	
12.	Запланований бюджет на подію (або допустимі рамки бюджету)	

13.	Попередній досвід проведення подібних івентів у компанії (або традиція проведення таких івентів)	
14.	Запланована дата та час івенту	
15.	Місце реалізації івенту (вже обране або побажання щодо локації)	
16.	Цілі, які мають бути досягнуті внаслідок проведення івенту	
17.	Завдання івенту	
18.	Вид івенту	
19.	Форма проведення	
20.	Формат івенту	
21.	Пакет учасника (брендована продукція, поліграфія тощо)	
22.	Технічне забезпечення івенту	
23.	Оформлення локації	
24.	Трансфер гостей	
25.	Безпека івенту	
<b>ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ</b>		
26.	Кількість учасників	
27.	Співвідношення чол./жін. (%)	
28.	Вікові групи (%):	•
		•
		•

29.	Статус учасників (сфера їх діяльності):	•	
		•	
		•	
		•	
<b>ДОДАТКОВІ ПИТАННЯ ПО ІВЕНТ-ПРОСТУ</b>			
30.	Організація харчування	•	
		•	
		•	
31.	Чи є попередній негативний досвід у проведенні подібного івенту?		
32.	Що варто уникати при проведенні івенту? (Що не подобається замовнику?)		
33.	Обмеження на івенті (особливості харчування учасників (дієта, веганство тощо), участь людей з інвалідністю, сортування відходів тощо)		
34.	Пріоритетні критерії для замовника при створенні концепції		
35.	Додаткова інформація		

Шаблон 2 Бриф корпоративного заходу

Client/Клієнт	Date of the Event/Дата івенту
Project/Назва проєкту	Brief date/Дата заповнення брифа

**THE PURPOSE OF THE EVENT / ЦІЛЬ ІВЕНТУ**

**CREATIVE TASK / ПОСТАВЛЕНЕ ЗАВДАННЯ**

**TARGET AUDIENCE OF THE EVENT / ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ ІВЕНТУ**

**Direct / пряма (первинна)**

**In-direct / непряма (вторинна)**

**Audience age/ Вік цільової аудиторії**

**Quantity of visitors/ Кількість учасників**

**CRITICAL INSIGHT/ МОТИВАЦІЯ ПРИСУТНОСТІ НА ІВЕНТУ**

**AS A RESULT THE CONSUMER SHOULD/ РЕЗУЛЬТАТИ ІВЕНТУ (ЩО МАЄ ВІДБУТИСЯ З УЧАСНИКАМИ В РЕЗУЛЬТАТІ УЧАСТІ):**

**THINK/ ЩО КЛІЄНТИ МАЮТЬ ДУМАТИ, ПІСЛЯ ТОГО ВІДВІДАЮТЬ ІВЕНТ**

**Feel/ Відчувати**

**WHAT IS UNDESIRABLE TO USE BY DEVELOPMENT OF THE IDEA/ ЩО НЕ БАЖАНО ВИКОРИСТОВУВАТИ ПРИ РОЗРОБЦІ ІДЕЇ ІВЕНТУ?**

**WHAT IS DESIRABLE TO USE BY DEVELOPMENT OF THE IDEA/ ЩО БАЖАНО ВИКОРИСТОВУВАТИ ПРИ РОЗРОБЦІ ІДЕЇ ІВЕНТУ?**

**Preferences on entertaining part of the event/ Уподобання щодо розважальної частини програми (за необхідності)**

**Preferences on cuisine/ Переваги щодо харчування**

**Preferences in a place/ Переваги щодо локації**

**Timing/ Часові рамки івенту**

**Realization/ Час на реалізацію івенту**

--

**Spectrum of rendered services (check)/ Спектр послуг, що замовляються (відмітити)**

- A full cycle / Повний цикл
- Development of the concept/ Розробка концепції
- Development of the script/ Розробка сценарію
- Carrying out the event/ Проведення івенту
- Mass-media involving/ Залучення медіа
- Subcontractors involving/ Залучення підрядників

**The budget/ Бюджет івенту**

--

**Slogan or the motto of the company/ Девіз кампанії**

--

**Corporate style / Корпоративний стиль**

--

**Sources of additional corporate information/ Додаткові інформація**

--

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Haugen K. K. Event Logistics. The second edition. Molde Univeristy College. 2021. 152 p. URL: [https://www.academia.edu/1845203/Event\\_Logistics\\_](https://www.academia.edu/1845203/Event_Logistics_)
2. Maximiliano K. & Hugues S. International event management. 2019. URL: [https://www.researchgate.net/publication/335892309\\_INTERNATIONAL\\_EVENT\\_MANAGEMENT\\_EBOOK\\_](https://www.researchgate.net/publication/335892309_INTERNATIONAL_EVENT_MANAGEMENT_EBOOK_)
3. Брич В. Я., Корман М. М. Креативний менеджмент: підручник. Тернопіль: ТНЕУ. 2018. 220 с.
4. Мірошніченко Д. А., Зленко А. М. Діловий етикет: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Бориспіль: Ризографіка. 2019. 216 с.
5. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля. Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі: кол. монографія. Київ: Ліра-К. 2017. 328 с.
6. Повалій Т. Л., Світайло Н. Д. Івент-менеджмент : навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет. 2021. 198 с.
7. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології». Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2015. 68 с.
8. Радіонова О. М. Словник термінів і визначень з курс «Івент-технології». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2017. 44 с.
9. Dalal M. K. Opinion Mining from Customer Reviews for Effective Event Management. *International Journal of Computer Engineering and Technology*. 2018. Vol. 9(6). Pp. 92-98. URL: [http://iaeme.com/Home/issue/IJCET?Volume=9&Issue=6\\_](http://iaeme.com/Home/issue/IJCET?Volume=9&Issue=6_)
10. Park K. An Analysis of Research Topics in Event Management Research. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 2016. Vol. 4. URL: [https://scholarworks.umass.edu/ttra/2013/AcademicPapers\\_Visual/4\\_](https://scholarworks.umass.edu/ttra/2013/AcademicPapers_Visual/4_)
11. Дьяченко Ю.В., Седікова І.А., Бондар В.А. Event-менеджмент як складник інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2020. Т. 31 (70). вип. № 6. С. 39-44.

12.Карнаух І. Івент-маркетинг в бібліотеках. Інформаційний простір бібліотеки : польсько-український досвід : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Львів. 2017. С. 440–453. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/42350/1/Inf-prostir-biblioteku\\_\\_2018-440-453.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/42350/1/Inf-prostir-biblioteku__2018-440-453.pdf).

13.Мисик В. Концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. Том 2. №1. С. 29-36. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/jun/21857/st4.pdf>.

14.Мисик В. Сутність та характеристика івент-менеджменту в системі управління підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Вип. 50-1. URL: [http://bses.in.ua/journals/2020/50\\_1\\_2020/27.pdf](http://bses.in.ua/journals/2020/50_1_2020/27.pdf).

15.Могилова А. Ю., Переходюк В. Р. Event-маркетинг у формуванні бренду підприємства на ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8624>. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.2.1.

16.Москвич О., Пригода Т. Медіатрансформації та івент-технології в сучасній театральній культурі: український контекст. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2020. Вип. 35. С. 115-122.

17.Мунтян, І., Князева, О., & Значек, Р. Р. 2021. Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій України. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 28. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-52>.

18. Ніколюк О.В., Дьяченко Ю.В., Савченко Т.В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 98–103.

19.Пархоменко І. І. Британська традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін, Х. Піелічати, Дж. Елз). *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: менеджмент соціокультурної діяльності. 2019. Том 2. № 1. URL: <http://sociocultural.knukim.edu.ua/article/view/149459/150360>.



20. Пашкевич М. Ю. Івент-технології як інструмент побудови суспільної довіри. Творення простору суспільної довіри в Україні XXI століття : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 17–19 лют. 2016 р.). Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи». 2017. С. 160–163.

21. Хитрова О. А., Харитоновна Ю. Ю. Стан і тенденції івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. С. 27- 31.

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Електронний архів Національного університету "Чернігівська політехніка" [Електронний ресурс]. URL: <http://ir.stu.cn.ua/?locale-attribute=uk>.

2. Наукова бібліотека Національного університету "Чернігівська політехніка" [Електронний ресурс]. URL: <http://library2.stu.cn.ua/>.

3. Поняття про івент-індустрію та професію івент-організатора. Онлайн курс. [Електронний ресурс]. URL: <https://eduhub.in.ua/videos/ponyattya-pro-ivent-industriyu-ta-profesiyu-ivent-organizatora>.

4. 7 Characteristics of a Successful Event. Attendee Events, 2016. URL: <https://attendee.events/7-characteristicssuccessful-event/>.

5. Association for Events Management Education. URL: <http://www.aeme.org/about>.

6. Eventbrite. The 10 Event Management Skills Event Managers Need. 2019. URL: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/qualities-successful-event-managersds00>.

7. Fletcher M. A Must-Know Guide To Corporate Event Planning. 2020. URL: <https://www.cvent.com/sg/blog/events/guide-corporate-event-planning>.

8. The Different Types of Events: A Comprehensive List. Eventbrite. URL: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/thedifferent-types-of-events-ds00/>.