





СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»



Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити/90 годин
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Теоретичні аспекти івент-маркетингу. Принципи існування і динамічного розвитку рекламного ринку. Критерії оцінки ефективності івенту (події). Принципи управління івентом.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Курс спрямований на вивчення інструментарію івент-маркетингу. Event-бізнес є джерелом мільярдних прибутків. Показником постійного його розвитку ефективності, прибутковості та актуальності слугує щорічне зростання витрат на Event-послуги та зростає кількість Event-агенцій. Івент-маркетинг як навчальна дисципліна необхідна для забезпечення якості спеціальної теоретичної підготовки маркетологів та ефективності маркетингової діяльності в цілому на підприємствах і установах різних форм власності та сфер національної економіки. Оволодіння основами івент-маркетинга дає змогу ефективно вирішувати будь-яку маркетингову проблему з урахуванням можливостей підприємства та факторів його зовнішнього середовища
Чому можна навчитися (результати навчання)	Після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним: <ul style="list-style-type: none"> - діяти в нестандартних ситуаціях, нести соціальну і етичну відповідальність за прийняті рішення; - здійснювати ефективні міжособистісні комунікації; - організувати процес комунікації в організації, володіти прийомами і методами міжособистісних комунікацій. - готовністю здійснювати професійну діяльність, ґрунтуючись на знанні сучасних концепцій масової комунікації, розумінні спектра функцій ЗМІ, як найважливішого соціального інституту і засобу соціальної комунікації, здійснювати розробку концепції івент-проекту на основі знання сучасних принципів і методів медіапроекування і медіамоделювання.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями	Знання івент-маркетингу дозволить використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних

(компетентності)	задач, здійснювати різні форми ділового спілкування. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Спланувати та реалізувати заходи із запуску бренду, нової продукції для преси (press launch), нової продукції для запрошених гостей з максимальним PR освітленням. Уміння спроектувати та реалізувати спеціальну подію будь-якого типу та виду з урахуванням її особливостей та вимог; уміння логічно правильно, аргументовано і ясно будувати усну та письмову задачу для підрядників та усіх членів команди; критично оцінювати свої переваги і недоліки як організатора спеціальних подій.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Основи івент-маркетингу. Івент-маркетинг як інструмент створення і просування бренду. Розробка івент-заходів Просування і визначення ефективності івент-заходів, таких як: PR launch, власний захід з просування бренду, продукції, підсумковий захід по завершенню промоушена, конкурсу та розіграшу призів, спонсорській захід, BTL, партизанські акції, product placement, ambient media, масові івент-заходи, тест-драйви, іміджеві акції; корпоративні події. Види занять: лекції, семінарські Методи навчання: лекційні заняття, практичні заняття, робота в малих групах, презентації, кейс-метод, методи дистанційного навчання: Google classroom Форми навчання: очна, заочна
Пререквізити	Знання інформаційного забезпечення маркетингової діяльності, рітейл маркетингу
Пореквізити	Знання з паблік рилейшнз можуть бути використані при вивченні контент та статейного маркетингу, управлінні маркетингом на електронному ринку, стратегічного маркетингу, маркетингу програмного продукту та послуг
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	Начальна та наукова література: 1. Лепейко Т. І., Котлик А. В., Кінас І. О. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. Х.: ХНЕУ, 2012. 2. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку: наук. вид. / за заг. ред. П. А. Орлова. Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 210 с. 3. Тімонін О. М. Маркетинг: навч. посіб. – Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 151 с. Ястремська О. М. Маркетинг інновацій: навч. посіб. Х.: ХНЕУ, 2013. 115 с Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	аудиторія теоретичного навчання, ПК, мультимедійний проектор
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Модульний контроль, домашнє завдання, екзамен (тестування)
Кафедра	маркетингу

Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	 <p>РАДЧЕНКО ГАННА АНАТОЛІЇВНА Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Вчене звання: доцент Профайл викладача: https://cutt.ly/JyFSpiI (Google scholar) Тел.: +380509530296 E-mail: hanna.radchenko@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2.203</p> 
Оригінальність навчальної дисципліни	
Лінк на дисципліну	