

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Інститут бізнесу та сучасних технологій  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни  
«**Event-маркетинг**»  
на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	–
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	–

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Яловега Наталія Іванівна**  
к.е.н. доцент,  
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-510-78-87
Електронна адреса	<a href="mailto:alrayne88vega@gmail.com">alrayne88vega@gmail.com</a>
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua">http://www.marketing.puet.edu.ua</a> он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Надати необхідні теоретичні знання та практичні компетенції з основ організації маркетингу подій, сформувані у майбутнього фахівця глибокі знання про організацію івентів та принципи їх проведення.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 30 год., самостійна робота 100 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття, самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК)
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з основ маркетингу, практичної психології, маркетингових комунікацій, рекламного бізнесу, публік-релейшнз у бізнесі
<b>Мова викладання</b>	Українська

### Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"><li>• демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (P1);</li><li>• Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. (P3);</li><li>• використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3);</li><li>• здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4);</li><li>• здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК7);</li><li>• навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК9);</li><li>• здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК1);</li><li>• здатність коректно застосовувати методи, прийоми та</li></ul>

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (P7);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (P8);</li> <li>• демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта (P11);</li> <li>• виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (P12);</li> <li>• виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обгрунтовані маркетингові рішення (P14);</li> <li>• діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості (P15).</li> </ul>	<p>інструменти маркетингу (СК5);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК8);</li> <li>• здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (СК13);</li> <li>• здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).</li> </ul>

#### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль 1. Event-маркетинг як система організації спеціальних подій</b>		
Тема 1. Сучасні види маркетингу.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: латеральний маркетинг; сенсорний маркетинг; нейромаркетинг; прихований маркетинг.
Тема 2. Поняття та зміст Event.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: виникнення Event-маркетингу; емоційна складова Event-маркетингу; сучасний стан ринку Event-послуг в Україні.
Тема 3. Цілі та завдання спеціальних подій.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: специфіка івент-заходів на споживчому та промисловому ринках; найважливіші елементи маркетингу подій; характеристики, що повинні задовольнити споживачів Event-послуг.
Тема 4. Методологія дослідження спеціальних подій.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: відмінності та спільні риси BTL-акції та спеціального заходу; характерні ознаки спеціального заходу; корпоративна культура; спеціальний захід як частина корпоративних комунікацій.
Тема 5. Технологія розробки програми івент-заходу.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: методи пошуку творчих ідей в івент-індустрії; бенчмаркінг в івент-індустрії; франчайзинг в івент-індустрії.
<b>Модуль 2. Процес реалізації івент-заходу</b>		
Тема 6. Планування івент-заходів.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: визначення цільової аудиторії спеціального заходу; типізація цільової аудиторії на основі соціальних параметрів;

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
		етапи створення спеціального заходу.
Тема 7. Склад та функції персоналу в організації івент-заходів.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: кваліфікаційні характеристики ефективного персоналу для організації та проведення івент-заходів; навчання персоналу в області івент-індустрії; переваги постійного та найманого персоналу в організації та проведенні івентів; три напрямки роботи по організації спеціального заходу: творча частина, адміністративна частина, робота зі ЗМІ.
Тема 8. Управління ризиками івент-заходів.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: функції ризиків у господарській діяльності підприємств; види можливих ризиків в організації спеціальних подій; методи запобігання та усунення ризиків в івент-індустрії; ризик-менеджмент спеціальних подій.
Тема 9. Інструменти просування івент-заходів.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: створення пакету спонсорської пропозиції; систематизація потенційних спонсорів за напрямками діяльності; робота з пресою.
Тема 10. Ефективність управління івент-заходами.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання індивідуального завдання за темами: фактори, що впливають на формування бюджету івент-заходу; методи формування бюджету на спеціальні події; основні етапи управління івент-заходом.

### Інформаційні джерела

1. Гармідер Л. Д. Подієвий маркетинг як інструмент просування національних брендів товарів і послуг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3079>
2. Зеленська Л. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів / Л. Зеленська, А. Романова / К. : НАККІМ, 2015. – 84 с.
3. Кузів О. Я. Поняття та особливості івент-маркетингу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/kuziv-o-ya-ponyattya-ta-osoblivosti-ivent-marketengu>
4. Маркетинг подій – дієвий спосіб підвищення лояльності до бренду. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/blog/breeding-i-marketing/sobytijnyj-marketing.html>
5. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidru4niki.com/1584072046622/marketing/pr\\_dlya\\_menedzheriv\\_i\\_marketologa](https://pidru4niki.com/1584072046622/marketing/pr_dlya_menedzheriv_i_marketologa)
6. «EventCamp» сайт евент-замовлень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://event-camp.org/articles/event-types>

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності).
- Політика щодо академічної доброчесності: калькування, дослівне списування під час вирішення індивідуальних та практичних робіт, виконання поточних модульних робіт є небажаним явищем, оскільки це формує портрет особистості, яка не зі своєї волі опановує даний курс, що не відповідає реальному стану справ.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад,

пандемія, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із правилами внутрішнього розпорядку університету та провідним викладачем.

- Політика зарахування результатів освіти висвітлена у наступних інформаційних ресурсах: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): виконання практичних та індивідуальних завдань (30 балів); поточна модульна робота (20 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-9): виконання практичних та індивідуальних завдань (30 балів); поточна модульна робота (20 балів)	50
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни