

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Event-маркетинг»
на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	3 курс, 6 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

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	alrayne88vega@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Надати необхідні теоретичні знання та практичні компетенції з основ організації маркетингу подій, сформувати у майбутнього фахівця глибокі знання про організацію івентів та принципи їх проведення.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	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)
Базові знання	Наявність широких знань з основ маркетингу, практичної психології, маркетингових комунікацій, рекламного бізнесу, паблік-релейшнз у бізнесі
Мова викладання	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"> • демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (P1); • Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. (P3); • використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні 	<ul style="list-style-type: none"> • здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3); • здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4); • здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК7); • навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК9); • здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК1); • здатність коректно застосовувати методи, прийоми та

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"> • застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (P8); • демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта (P11); • виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (P12); • виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення (P14); • 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). 	<p>інструменти маркетингу (СК5);</p> <ul style="list-style-type: none"> • здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК8); • здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (СК13); • здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Event-маркетинг як система організації спеціальних подій		
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 спеціально 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.
Модуль 2. Процес реалізації івент-заходу		
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

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
		аудиторії на основі соціальних параметрів; 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. «EventCamp» сайт евент-замовлень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://event-camp.org/articles/event-types>
2. 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>
3. Зеленська Л. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів / Л. Зеленська, А. Романова / К: НАКККІМ, 2015. – 84 с.
4. Кузів О. Я. Поняття та особливості івент-маркетингу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/kuziv-o-ya-ponyattya-ta-osoblivosti-ivent-marketengu>
5. Маркетинг подій – дієвий спосіб підвищення лояльності до бренду. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/sobytijnyj-marketing.html>
6. Мунтян І.В., Князева О.В., Значек Р.Р. Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій України. Економіка та суспільство, Випуск № 28 / 2021. Режим доступу: <https://bit.ly/36Gb69N>
7. Підсумки 2020 року та прогнози на 2021 – ринок маркетингових сервісів. Експертна оцінка МАМІ. URL: <http://mami.org.ua/ru/news/mami-news/Pidsumki-22-roku-ta-prognozi-na-221--rinok-marketingovih-servisivEksperтна-ocinka-MAMI>
8. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/1584072046622/marketing/pr_dlya_menedzheriv_i_marketologa
9. Яловега Н. І. Планування рекламної підтримки продукту / Н. І. Яловега, Д. Р. Везомський // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – Полтава: ПУЕТ, 2020. – № 3 (99). – С. 56-64. Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1727>

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: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); 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/neformalna-osvita>; Положення про зарахування результатів неформальної освіти

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-9): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 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