

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«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       | 1 курс, 2 семестр                |
| Освітня програма/спеціалізація | Маркетинг                        |
| Спеціальність                  | 075 Маркетинг                    |
| Галузь знань                   | 07 Управління та адміністрування |
| Ступінь вищої освіти           | магістр                          |

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><br>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 40 год., самостійна робота 90 год.)   |
| <b>Форми та методи навчання</b>                   | Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модераторія, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), 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.<br>Підсумковий контроль: залік (ПМК) |
| <b>Базові знання</b>                              | Наявність широких знань з основ маркетингу, практичної психології, маркетингових комунікацій, рекламного бізнесу, паблік-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 обґрунтовані 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 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.   |
| <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   |

| 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](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](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 |