

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Event-маркетинг»
на 2025-2026 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	I курс, I семестр
Освітня програма/спеціалізація	вибіркова загальної підготовки
Спеціальність	вибіркова загальної підготовки
Галузь знань	вибіркова загальної підготовки
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	alrayne88vega@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://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 ЕКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 30 год., самостійна робота 100 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття, 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: ПМК
Базові знання	Наявність широких знань з основ маркетингу, практичної психології, маркетингових комунікацій, рекламного бізнесу, паблік-рілейшнз у бізнесі
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
• 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	• 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
продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (P7); - 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).	інструменти маркетингу (СК5); - 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 івенту.	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-заходів		
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. 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 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. Склад та функції персоналу в процесі 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 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. Remziye Ekici (Isparta University of Applied Sciences, Turkey) and Derya Toksoz (Mersin University, Turkey). New Trends in Event Marketing. URL: <https://www.igi-global.com/book/impact-icts-eventmanagement-marketing/244629>
3. Бабко, Н. М. (2022). Event маркетинг як складова системи інтегрованих маркетингових комунікацій.
4. 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>
5. Космін О. Ю. Event-маркетинг: сутність та основні характеристики [Електронний ресурс] / Олександр Космін, Станіслав Сусліков, Петро Перерва // Маркетинг в Україні = Marketing in Ukraine : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет. конф., м. Київ, 20 жовт. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана, Каф. маркетингу імені А. Ф. Павленко [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. (голова) [та ін.]. – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2023. – С. 485-488.
6. Кривобок, К., Кінас, І., & Делі, В. (2024). Ключові аспекти крос-культурних комунікацій в івент-менеджменті. *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*, (1), 242–249. <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-11-36>
7. Кузів О. Я. Поняття та особливості івент-маркетингу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/kuziv-o-ya-ponyattya-ta-osoblivosti-ivent-marketengu>
8. Левченко І.В. Event-маркетинг як інструмент просування українського бізнесу на міжнародний ринок / І.В. Левченко, А.В. Даніленко // Пріоритети розвитку національної економіки в умовах глобалізації : матеріали III Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., 27 берез. 2024 р. – Полтава : Нац. ун-т ім. Юрія Кондратюка, 2024. – С. 57–58.
9. Маркетинг подій – дієвий спосіб підвищення лояльності до бренду. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/sobytiynyj-marketing.html>
10. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : Монографія / За заг. редакцією д.е.н., проф. Н. В. Карпенко. – К. : ЦУЛ, 2019. – 252 с. – URL : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6730>
11. Мунтян, І., Князева, О., & Значек, Р. Р. (2021). Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій України. *Економіка та суспільство*. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-52>
12. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетингологів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/1584072046622/marketing/pr_dlya_menedzheriv_i_marketologa
13. СЕМЕНЮТА, А. О. Event-маркетинг у формуванні бренду підприємства на ринку туристичних послуг. *Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти*, 2022, 206.

14. Яловега Н. І. Маркетингові інструменти впливу на клієнтів, як система управління продажами / А. М. Захаренко-Селезньова, В. М. Трайно, Н. І. Яловега // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. ? Хмельницький: ХНУ, 2021. - № 1. - С. 44-48. Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/05/VKNU-ES-2021-N-1-290.pdf>

15. Яловега Н. І. Планування рекламної підтримки продукту / Н. І. Яловега, Д. Р. Везезомський // 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 оцінювання здобувачів вищої освіти: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu-1.pdf>

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/por-likvid-akad-zaborgovanosti.pdf>

Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися академічної доброчесності; не допускати списування (один в одного, з власноруч написаного тексту, друкованого або електронного носія інформації тощо) під час виконання індивідуальних навчальних завдань та дидактичних тестів; якісно оформлювати посилання на джерела інформації при написанні доповідей, підготовки презентацій, тез тощо В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_students.pdf

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannavyvpadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf>

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:

Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>

інфографіка (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.

Політика вирішення конфліктних ситуацій: Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyla-vyrishennya-konfliktnyh-sytuacij-u-puet.pdf>

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-apel_pidscontr.pdf

Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Політика підтримки учасників освітнього процесу:

Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/>

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <https://puet.edu.ua/other-divisions/studentskyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>

Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyvedialnosti/>

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 6-10): 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