



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Івент-маркетинг»

(назва навчальної дисципліни)

Ступінь вищої освіти: *Бакалавр*

Спеціальність: *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма: *Маркетинг; Digital маркетинг*

Викладач: *Брайко Марина Герольдівна, старший викладач каф. Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Кафедра: *Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Профайл викладача:

Контактна інформація:

тел: +380976822647

e-mail: marina.g.braiko@gmail.com

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *вибіркова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної форми навчання на 4 курсі у 7 семестрі та для студентів заочної форми навчання на 5 курсі у 9 семестрі.

Кількість кредитів – 4, годин – 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	46	26	-	20
заочна	20	10	-	10
Самостійна робота, годин	Денна – 74		Заочна – 100	

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

«Івент-маркетинг» — навчальна дисципліна як складова комплексу дисциплін з підготовки кваліфікованого фахівця-маркетолога, який вмє використовувати інструменти івент-маркетингу як актуального інструменту просування компанії на ринку. Маркетинг подій стає одним з найефективніших ринкових інструментів організації та координування прямої комунікації з партнерами, споживачами і співробітниками компанії.

3. Мета навчальної дисципліни

Метою є формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань з подієвого маркетингу, набуття практичних навичок щодо підготовки, проведення і аналізу подій.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Івент-маркетинг» є усвідомлення студентами місця event-маркетингу в системі підготовки фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю; визначення ролі подій у процесі формування маркетингових позицій суб'єкта соціальних комунікацій; ознайомлення з історією становлення і розвитку подієвого маркетингу; вивчення закономірностей подієвого маркетингу; усвідомлення психологічних засад організації подій; усвідомлення соціологічних засад організації подій; ознайомлення з основними засобами організації подій; ознайомлення з основними засобами здійснення впливу на споживача під час подій; вивчення відносин «замовник - виконавець» у подієвому маркетингу; ознайомлення зі стратегією організації подій; ознайомлення зі специфікою підготовки різних видів подій; вивчення технологій організації презентацій, виставок, урочистостей тощо; вивчення технологій організації масових дійств; усвідомлення специфіки позиції родієвого менеджера в структурі event-компанії.

Згідно з вимогами освітньої програми в результаті вивчення дисципліни «Івент-маркетинг» студент повинен:

Знати: основні поняття event-маркетингу; психологічні засади імідж-брендингу і подієвого маркетингу; етичні принципи та правові основи діяльності event-менеджера; технології регулювання взаємодії учасників подій і цільової аудиторії; основні види подій; планування подій; специфіку роботи над кожним зі структурних елементів подій; розробку стратегії проведення події; специфіку роботи з різними психологічними типами цільової аудиторії; види допоміжних засобів

