

ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ
Циклова комісія, яка забезпечує викладання
маркетингу, торгівлі та харчових технологій
Відділення підприємництва та інформаційних технологій

Лектор	<u>Сиротенко Андрій Олександрович</u>
Семестр	<u>6-й</u>
Освітньо-професійний ступінь	<u>Фаховий молодший бакалавр</u>
Кількість кредитів ЄКТС	<u>3</u>
Форма контролю	<u>Диференційований залік</u>
Аудиторні години	<u>33 год.(з них 16 год.лекцій, 17 год. семінарських)</u>

Загальний опис дисципліни

Метою навчальної дисципліни є оволодіння студентами системою маркетингу культурно-дозвілєвої діяльності в єдності теорії, організації, методичного забезпечення; вивчення теоретичних і практичних основ івент-технологій; формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань з івент-технологій; оволодіння навичками професіонального планування, організації подій у діловому, громадсько-політичному та приватному житті.

Основними завданнями викладання дисципліни є: ознайомлення студентів з основними поняттями і термінами в івент-маркетингу, освоєння основних етапів та інструментів організації і проведення заходів, розвиток у студентів здатності до генерування нових ідей і нестандартних рішень у сфері планування і проведення івентів, а також оцінки їх ефективності.

В ході вивчення дисципліни здобувачі освіти набувають таких фахових компетентностей як здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології; здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово; здатність працювати в команді; здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу; здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта; брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності; здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу; здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності; здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень; здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу; здатність самостійно виявляти проблеми маркетингового характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення; здатність застосовувати основи обліку, оподаткування у маркетинговій діяльності.

Теми лекцій

1. Івент-маркетинг у системі соціокультурних комунікацій.
2. Подія (захід). Поняття та види подій в івент-маркетингу.
3. Виняткові події: методологія дослідження, організація та здійснення заходів.
4. Принципи і механізми реалізації успішної події.
5. Методи івент-маркетингу.
6. Формування ціни послуг у сфері івент-маркетингу.
7. Ефективність управління заходами та оцінювання результатів.
8. Просування в івент-маркетингу: особливості, інструменти, стратегії.

Теми семінарських занять

1. Івент-маркетинг у системі соціокультурних комунікацій.
2. Подія (захід). Поняття та види подій в івент-маркетингу.
3. Виняткові події: методологія дослідження, організація та здійснення заходів.
4. Принципи і механізми реалізації успішної події.

5. Методи івент-маркетингу.
6. Формування ціни послуг у сфері івент-маркетингу.
7. Ефективність управління заходами та оцінювання результатів.
8. Просування в івент-маркетингу: особливості, інструменти, стратегії.