

Код та назва дисципліни	2-ф06-17 Event маркетинг-менеджмент
Рекомендується для галузі знань ² (спеціальності, освітньої програми)	Галузі знань 07 «Управління та адміністрування», 05 «Соціальні та поведінкові науки», 24 «Сфера обслуговування»
Кафедра (вказати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Зінченко О.А. – професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д-р.екон.наук
Рівень ВО	другий (магістерський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) ³	1
Мова викладання	українська
Пререквізити ⁴ (передумови вивчення дисципліни)	Попереднє вивчення дисциплін «Менеджмент» та «Маркетинг» або «Основи менеджменту та маркетингу»
Що буде вивчатися	Сучасні підходи просування компанії за рахунок організації певних заходів (подій, event-ів).
Чому це цікаво/треба вивчати	Студенти отримують навички сучасних маркетингових комунікацій шляхом організації event-ів – цікавих і незвичайних подій для залучення потенційних клієнтів від маленьких промо-акцій у точках роздрібної торгівлі до грандіозних фестивалів open-air з аудиторією в декілька десятків тисяч людей. Event-маркетинг – це можливість дуже точно сформулювати, а головне – донести до аудиторії філософію та ідею свого бренду, продукту.
Чого можна навчитися (результати навчання)	Створювати концепції подій і виконувати оцінку їх ефективності Знаходити організаційно-управлінські рішення в нестандартних ситуаціях Проводити ситуаційний аналіз (товар, аудиторія, ринок). Оволодіти сучасними клієнтськими технологіями, розвинути організаторські здібності, вміння працювати в команді Визначати економічну та соціальну ефективність event-ів Працювати в групі щодо організації та забезпечення функціонування системи інтегрованих маркетингових комунікацій
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Після успішного вивчення курсу студенти зможуть застосовувати найкращі світові практики організації event-ів, привернення уваги до бренду для створення більш тісних зв'язків між ним і споживачем. створення емоційних зв'язків між споживачем і брендом.
Інформаційне забезпечення	1. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку : наук. вид. / за заг. ред. П. А. Орлова. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 210 с. 2. Leonard H. Hoyle. Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions . Режим доступу: https://www.livelib.ru/tag/%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%82
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні та семінарські заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів ⁵	-
Мінімальна кількість здобувачів ⁵ (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-