

Код та назва дисципліни	2-ф06-12 Event маркетинг-менеджмент / Event marketing management
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Галузі знань D7 «Управління та адміністрування», C1 «Соціальні та поведінкові науки», J2? J3
Кафедра (зазначати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту (ЕММ)
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)	1
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Попереднє вивчення дисциплін «Менеджмент» та «Маркетинг» або «Основи менеджменту та маркетингу»
Чому це цікаво/треба вивчати	Студенти отримають 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.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Термінологія, ключові поняття і основи івент-маркетинг-менеджменту. Тема 2. Події в комплексі інтегрованих маркетингових комунікацій. Тема 3. Планування і реалізація івент-проекту. Тема 4. Креатив і дизайн в івент-індустрії Тема 5. Етичні основи івент-менеджменту Тема 6. Стратегічний маркетинг в івент-індустрії і технологія просування заходів. Тема 7. Побудова партнерських мереж. Спонсорство і партнерство при реалізації івент-проектів. Тема 8. Івент-логістика Тема 9. Пост-маркетинг івентів Тема 10. Світові тенденції в івент-індустрії. Тема 11. Безпека і страхування івент-проектів. Тема 12. Івент-маркетинг-менеджмент в он-лайн
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.
Очікувані 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

Інформаційне забезпечення	Конспект лекцій, навчально-методичні та наукові джерела, Інтернет-ресурси.
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції та практичні заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів/ Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних та творчих дисциплін)	Без обмежень

Декан факультету економі

Тетяна ГРИНЬКО