

Код та назва дисципліни українською мовою/ Код та назва дисципліни англійською мовою	2-В9-4 Історичний маркетинг / 2-В9-4 Historical marketing
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Для спеціальностей всіх галузей знань
Кафедра	Всесвітньої історії
П.І.П. НПП (за можливості)	Архірейський Дмитро Володимирович
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	Українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Базові знання з історії
Чому це цікаво / треба вивчати	Курс має прагматичне значення, адже дає роз'яснення, ким і де може працювати випускник історичного факультету за фахом, які саме послуги він надає, чому суспільство має цінувати роботу професійного історика. Актуалізується проблема комерціалізації ремесла історика.
Перелік тем з дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> 1. Загальні уявлення про маркетинг. 2. Публічна історія: західний досвід. 3. Проблеми працевлаштування професійного історика. 4. Продукт професійного історика. 5. Місце роботи. 6. Споживчий ринок продукції істориків. 7. Промоушен і реклама продукції. 8. Простір і способи реалізації продукції істориків. 9. Професійна історія та бізнес: проблеми, можливості, перспективи.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Цінування та повага різноманітності та мультикультурності; здатність презентувати та обговорювати результати досліджень і професійної діяльності у сфері історії та археології; здатність розробляти і реалізовувати наукові та прикладні проекти у сфері історії, археології та/або дотичні до них міждисциплінарні проекти.
Очікувані результати навчання	Усвідомлювати роль історичної науки та власну професійну відповідальність у формуванні історичної культури суспільства; здійснювати експертизу пам'яток історії, археології та культури з метою їх охорони та можливого подальшого використання.
Інформаційне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1.Робінс С., Де Ченцо Д. Основи менеджменту / Пер. з англ. А. Олійник та ін. Київ: Основи, 2002. 671 с. 2.Кифяк О. В., Руденко М. М. Маркетинг у музейній справі: теоретико-прикладні аспекти // Економічні науки. 2010. Випуск 2 (19). – URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kyfjak_o4.htm 3.Орлова Т. Публічна історія як складова "м'якої сили" у сучасному суспільстві: з досвіду Австралії // Український історичний журнал. 2021. № 5. С. 165–174.

	4.Чекаленко Л.Д. Публічна історія: виклики ХХІ століття: монографія. Київ: Видавничий дім «АртЕк», 2021. 272 с. 5.Cauvin T. The Rise of Public History: An International Perspective. Historia Crítica, 2018, № 68, pp. 3-26.
Види навчальних занять (<i>лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо</i>)	Лекції, семінарські заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	Без обмежень

Декан історичного факультету

Дмитро АРХІРЕЙСЬКИЙ