

## АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МАРКЕТИНГ ПОДІЙ

**Цикл:** фахової підготовки для спеціальності 075 «Маркетинг»

**Статус:** вибіркового освітнього компонента

**Курс** 2, 3 семестр.

**Мета вивчення дисципліни:** формування компетентностей і системи теоретичних знань і практичних навиків щодо маркетингового забезпечення організації суспільно-ринкових подій.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-науковою програмою:

- ознайомити здобувачів вищої освіти з маркетингом подій у системі просування продукції підприємств, маркетингом подій у площині психологічного впливу бренду на клієнта;
- розглянути місце маркетингу подій в комплексі маркетингових комунікацій підприємств, організацію виставок, ділових конференцій, корпоративних заходів;
- вивчити інфраструктуру маркетингу подій, проблеми та перспективи розвитку маркетингу подій в Україні;
- сформувати навички застосування методики оцінки економічної та комунікаційної ефективності маркетингу подій.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-науковою програмою:

- знати сутність і зміст поняття «Маркетинг подій» як актуального інструменту просування компанії на ринку, відображення і розкриття бренду в свідомості публіки, що присутня на події;
- вміти окреслювати місце маркетингу подій в комплексі маркетингових комунікацій підприємств;
- вміти ефективно організовувати виставки, ярмарки, ділові конференції, корпоративні заходи;
- вміти визначати інфраструктурне забезпечення організації подій в системі маркетингу послуг, проводити проект-менеджмент, контролінг і таймінг здійснення заходів;
- демонструвати навички з методики оцінки економічної та комунікаційної ефективності маркетингу подій та встановлювати проблеми та перспективи розвитку маркетингу подій в Україні.

### ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Тема 1. Маркетинг подій у системі просування продукції підприємств.

Тема 2. Маркетинг подій у площині психологічного впливу бренду на клієнта

Тема 3. Місце маркетингу подій в комплексі маркетингових комунікацій підприємств.

Тема 4. Організація виставок, ділових конференцій, корпоративних заходів.

Тема 5. Інфраструктура маркетингу подій.

Тема 6. Методики оцінки економічної та комунікаційної ефективності маркетингу подій.

Тема 7. Проблеми та перспективи розвитку маркетингу подій в Україні.

**Викладацький склад:**

**Лектор:** д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Данько Ю.І.

**Викладач практичних занять:** д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Данько Ю.І.

**Тривалість:** 5 кредитів ECTS, 13 тижнів, 5 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – екзамен.