

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «Івент-маркетинг»
Рівень ВО	Другий (магістерський рівень) рівень
Назва спеціальності/ освітньо-професійної програми	D5 Маркетинг / Маркетинг та міжнародна логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	1 курс, 1 семестр, 4 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 14 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Лялюк Алла Миколаївна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Для опанування цього курсу потрібні знання з основ маркетингу, менеджменту і підприємницької діяльності
Що буде вивчатися	Поняття та зміст івент-маркетингу. Методологія дослідження івент-заходів. Івент-маркетинг як інструмент формування іміджу території. Подієвий туризм. Технологія розробки програми івент-заходу .Брендинг у івент-маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах зростаючої конкуренції стає все складніше привернути увагу досвідченого споживача простими рекламними повідомленнями. Як наслідок, у контексті активного потоку рекламних повідомлень можна спостерігати низьку ефективність окремо взятої рекламної кампанії. Закономірним стає процес створення нових, більш ефективних підходів у налагодженні горизонтальних зв'язків між брендом і цільовою аудиторією. Одним з інструментів, покликаних підтримати і посилити ефект класичної медіаваги, є івентивний маркетинг (eventmarketing).
Чому можна навчитися	P1. Знати і вміти застосовувати у практичній

(результати навчання)	діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Фахові (спеціальні) компетентності: СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом