

ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Факультет аграрного менеджменту

<i>Лектор</i>	Бондаренко Валерій Михайлович, д. екон. н., професор Нагорна Олена Вікторівна, к. екон. н., доцент, Рябчик Алла Володимирівна, к. екон. н., доцент
<i>Семестр</i>	7
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	30 (15 год лекцій, 15 год семінарських занять)

Загальний опис дисципліни

У зв'язку з розвитком ринкових відносин в Україні почали активно розвиватися нові для нашої країни види бізнесу, одним з яких є організація подій (івент-бізнес). Історично, більшість нових видів діяльності та професій постіндустріального суспільства народилися і отримали значний розвиток спочатку в США, пізніше у Західній Європі і сьогодні в Україні. Все частіше маркетингові події стають ключовим елементом просування продукції компаній. Організація заходів сильно впливає на суспільство в цілому.

Івент, який раніше був невід'ємною складовою PR, виокремлений у самостійний вид діяльності, що вийшла за межі суто інформативної функції стосовно споживача. Event-бізнес є джерелом мільярдних прибутків. Показником постійного його розвитку ефективності, прибутковості та актуальності слугує щорічне зростання витрат на Event-послуги та зростання кількості Event-агенцій.

Практичне застосування теоретичних положень – законів, закономірностей та сформульованих на їх основі принципів, методичних рекомендацій, методів і правил в управлінні маркетинговою діяльністю – дає змогу підвищити ступінь обґрунтованості маркетингових рішень, що ухвалюються, повніше використовувати наявні та залучені ресурси. Воно має велике значення для профілактики помилок, запобігання втратам і упущеним вигодам, що виникають на ґрунті організаційної непрофесійності. Це особливо важливо при проведенні великомасштабних заходів, при виробленні та реалізації новаторських маркетингових рішень, що мають довготривалі соціально-економічні наслідки.

Event-маркетинг – розкриває сутність і зміст поняття «event-маркетинг» як актуального інструменту просування компанії на ринку. Event-маркетинг стає одним з найефективніших ринкових інструментів організації та координування прямої комунікації з партнерами, споживачами і співробітниками компанії. У курсі вивчається теоретична база event-маркетингу, визначення видів його інструментів, місце event-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій підприємств. Студенти отримують уявлення про event-маркетинг як спосіб просування колективного та індивідуального брендів; навчаться обґрунтовувати необхідність використання маркетингу подій для компаній, які прагнуть покращити ефективність маркетингової діяльності, обчислювати попит на event-послуги в Україні та світі; набудуть практичних навичок використання методик оцінки економічної та комунікаційної ефективності event-маркетингу.

Теми лекцій:

1. Івент-маркетинг у системі просування продукції підприємств.
2. Івент-маркетинг у площині психологічного впливу бренду на клієнта.
3. Місце івент-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій підприємств.
4. Організація виставок, ділових конференцій, корпоративних заходів.
5. Інфраструктура івент-маркетингу.
6. Методики оцінки економічної та комунікаційної ефективності івент-маркетингу.
7. Проблеми та перспективи розвитку івент-маркетингу в Україні.

Теми семінарських занять:

1. Івент-маркетинг у системі просування продукції підприємств.
2. Івент-маркетинг у площині психологічного впливу бренду на клієнта.
3. Місце івент-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій підприємств.
4. Організація виставок, ділових конференцій, корпоративних заходів.
5. Інфраструктура івент –маркетингу.
6. Методики оцінки економічної та комунікаційної ефективності івент-маркетингу.
7. Проблеми та перспективи розвитку івент-маркетингу в Україні.