


## Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»  
завідувач кафедри

к.е.н., доц. Касян С.Я. 

«26» червня 2020 року

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг подій»

Галузь знань .....	05 Соціальні та поведінкові науки 07 Управління і адміністрування
Спеціальність .....	051 Економіка, 075 Маркетинг
Освітній рівень.....	242 Туризм бакалавр
Освітня програма .....	
Статус .....	вибіркова
Загальний обсяг .....	4 кредитів ECTS (120 годин)
Форма підсумкового контролю.....	Диференційований залік
Термін викладання .....	2-й семестр, 4 чверть
Мова викладання .....	українська

Викладач: завідувач кафедри маркетингу к.е.н., доц., доц. каф. маркетингу  
Касян С.Я.

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро  
НТУ «ДП»  
2020

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг подій» для бакалаврів спеціальностей 051 Економіка, 075 Маркетинг, 242 Туризм / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2020. – 13 с.

Розробник – Касян С. Я.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

## ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ .....	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	4
4 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	4
5. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	6
5.1. Шкали.....	6
5.2. Засоби та процедури .....	6
5.3. Критерії.....	8
6 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	11
7 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	11

## 1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Маркетинг подій» є формування компетентностей щодо маркетингового забезпечення організації суспільно-ринкових подій.

Реалізація мети вимагає трансформації програмні результати навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

## 2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
шифр ДРН	зміст
ДРН1	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, концепцію Event.
ДРН2	Вміти окреслювати місце маркетингу подій в комплексі маркетингових комунікацій підприємств.
ДРН3	Вміти ефективно організовувати виставки, ярмарки, ділові конференції, корпоративні заходи.
ДРН4	Вміти визначати інфраструктурне забезпечення організації подій в системі маркетингу послуг, проводити проект менеджмент, контролінг і таймінг здійснення заходів.
ДРН5	Демонструвати методики оцінки економічної та комунікативної ефективності маркетингу подій та встановлювати проблеми та перспективи розвитку маркетингу подій в Україні.

## 3 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години			
		денна		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
Лекційні	60	16	44	4	56
Практичні	60	24	36	6	54
Лабораторні	-	-	-	-	-
Семінари	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	40	80	10	110

## 4 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
<b>ЛЕКЦІЇ</b>		<b>60</b>
ДРН1 ДРН3	<b>1. Маркетинг подій у системі просування продукції підприємств</b> 1.1. Сутність і зміст поняття «Маркетинг подій» як актуального інструменту просування компанії на ринку. Історія виникнення маркетингу подій. 1.2. Відображення і розкриття бренду в свідомості публіки, що присутня на події. Концепція Event.	9

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	1.3. Маркетинг подій як спосіб просування колективного та індивідуального брендів. «Конус Досвіду» споживача згідно Едгара Дейла	
ДРН1-ДРН5	<b>2. Маркетинг подій у площині психологічного впливу бренду на клієнта</b> 2.1. Маркетинг подій як ефективний ринковий інструмент організації та координування прямої комунікації з партнерами, споживачами і співробітниками компанії. 2.2. Подієве доведення цінностей та головних атрибутів бренду клієнтові в процесі маркетингової комунікації під час презентації товарів і послуг 2.3. Теоретична концепція маркетингу подій, визначення видів його інструментів.	9
ДРН1-ДРН5	<b>3. Місце маркетингу подій в комплексі маркетингових комунікацій підприємств</b> 3.1. Види інструментів маркетингу подій, а саме спеціальних подій 3.2. Огляд прикладів спеціальних маркетингових подій, які організують відомі компанії. Використання RedBull івент-маркетингу в сферах культури та спорту. 3.3. Необхідність використання маркетингу подій для компаній, які прагнуть покращити ефективність маркетингової діяльності. Попит на івент-послуги в Україні та світі. 3.4. Маркетингова комунікаційна діяльність асоціації івенторів України.	9
ДРН1-ДРН5	<b>4. Організація виставок, ділових конференцій, корпоративних заходів</b> 4.1. Організація семінару в фірмі. День відкритих дверей. 4.2. Участь у ярмарку. Вечірка, наметове містечко, турне. 4.3. Конференція, ювілей, урочистість.	9
ДРН1-ДРН5	<b>5. Інфраструктура маркетингу подій</b> 5.1. Маркетинг для кейтерингу 5.2. Інфраструктурне забезпечення організації подій в системі маркетингу послуг. 5.3. Фази і віхи маркетингу подій 5.4. Організація заходів: проект менеджмент, контролінг і таймінг здійснення заходів	9
ДРН1-ДРН5	<b>6. Методики оцінки економічної та комунікативної ефективності маркетингу подій</b> 6.1. Визначення тривалості заходу (події). Окреслення меж між активними і пасивними учасниками подій. Різниця між чисельністю присутніх на певний час учасників (кількість відвідувачів, вмістимість) і загальною чисельністю відвідувачів. 6.2. Попит на івент-послуги в країні, обсяг BTL-послуг, кількість івент-агенцій 6.3. Комунікативна ефективність організації віртуальних подій на технологічних платформах, що використовувалися для маркетингових комунікацій: <i>Moodle, Microsoft Office 365, Teams MS, Zoom, мобільні додатки</i> 6.4. Аналіз віртуальних аспектів маркетингової комунікаційної взаємодії, оцінка організації та координування маркетингових подій в Інтернет-просторі	8
ДРН1-ДРН4	<b>7. Проблеми та перспективи розвитку маркетингу подій в Україні</b> 7.1. Причини проблем, які виникають в українських компаніях при застосуванні маркетингу подій 7.2. Перспективи розвитку маркетингу подій в Україні 7.3. Ринок івент-індустрії у площині якісних та ефективних організаційно-комунікаційних проектів 7.4. Нові маркетингові школи та агентства, які спеціалізуються на проведенні подій	7
<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ</b>		<b>60</b>
ДРН1-	1. Організація соціальних та емоційних маркетингових проектів як спосіб підвищення продаж	12

<b>Шифри ДРН</b>	<b>Види та тематика навчальних занять</b>	<b>Обсяг складових, години</b>
ДРН5	2. Інформаційний тур. Організація віртуальних подій на технологічних платформах, що використовувалися для маркетингових комунікації: <i>Moodle, Microsoft Office 365, Teams MS, Zoom, мобільні додатки</i>	12
	3. Засідання, доповідь, у т.ч. онлайн	12
	4. Спеціальні події в арсеналі компаній «Уолт Дісней». «Avon Running Global Women's Championship» від компанії «Avon Cosmetics» та ін.	12
	5. Економічні показники, які відображають ринкову ефективність організації маркетингу подій: попит на івент-послуги в країні, обсяг BTL-послуг, кількість івент-агенцій	12
<b>РАЗОМ</b>		<b>120</b>

## 5. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

### 5.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

#### *Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»*

<b>Рейтингова</b>	<b>Інституційна</b>
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

### 5.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності студента за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

*Засоби діагностики та процедури оцінювання*

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час заліку за бажанням студента
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	або індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного або індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком дескрипторам, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного опису рівня НРК.

### 5.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де  $a$  – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення;  $m$  – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для бакалаврського рівня вищої освіти (подано нижче).

#### *Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК*

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
<i>Знання</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ концептуальні наукові та практичні знання</li> <li>♦ критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання</li> </ul>	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; - критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64



Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Рівень знань незадовільний	<60
<b>Уміння</b>		
<p>♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання</p>	<p>Відповідь характеризує уміння:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виявляти проблеми;</li> <li>- формулювати гіпотези;</li> <li>- розв'язувати проблеми;</li> <li>- оновлювати знання;</li> <li>- інтегрувати знання;</li> <li>- провадити інноваційну діяльність;</li> <li>- провадити наукову діяльність</li> </ul>	95-100
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
<b>Комунікація</b>		
<p>♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації</p> <p>♦ збір, інтерпретація та застосування даних</p> <p>♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово</p>	<p>Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правильна;</li> <li>- чиста;</li> <li>- ясна;</li> <li>- точна;</li> <li>- логічна;</li> <li>- виразна;</li> <li>- лаконічна.</li> </ul> <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- послідовний і несуперечливий розвиток думки;</li> <li>- наявність логічних власних суджень;</li> <li>- доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням;</li> <li>- правильна структура відповіді (доповіді);</li> <li>- правильність відповідей на запитання;</li> <li>- доречна техніка відповідей на запитання;</li> </ul>	95-100

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність робити висновки та формулювати пропозиції;</li> <li>- використання іноземних мов у професійній діяльності</li> </ul>	
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<b><i>Автономність та відповідальність</i></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами</li> <li>♦ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах</li> <li>♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти</li> </ul>	<p>Відмінне володіння компетенціями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання принципів та методів організації діяльності команди;</li> <li>- ефективний розподіл повноважень в структурі команди;</li> <li>- підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини);</li> <li>- стресовитривалість;</li> <li>- саморегуляція;</li> <li>- трудова активність в екстремальних ситуаціях;</li> <li>- високий рівень особистого ставлення до справи;</li> <li>- володіння всіма видами навчальної діяльності;</li> <li>- належний рівень фундаментальних знань;</li> <li>- належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок</li> </ul>	95-100
	Упевнене володіння компетенціями автономності та відповідальності з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано три вимоги)	80-84

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (рівень фрагментарний)	60-64
♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

## 6 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Технічні засоби навчання. Комп'ютерний, клас. Інтерактивна дошка  
Дистанційна платформа MOODLE, Teams, Zoom.

## 7 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основна

1 Dziuba Radosław. Sustainable Development of Tourism – EU Ecolabel Standards Illustrated Using the Example of Poland. “Comparative Economic Research” Volume 19, Issue 2 (2016) – s. 111–128. ISSN: 1508-2008.

2 Szostek Dawid. Kontrproduktywne zachowania organizacyjne w kontekście jakości relacji interpersonalnych w zespołach pracowniczych. – Toruń : Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2019. – 392 s. ISBN: 978-83-231-4137-2.

3 Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с. – Режим доступу до ресурсу: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/31177/1/Reklam\\_menedzh\\_2018.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/31177/1/Reklam_menedzh_2018.pdf).

4 Касян С. Я. Енергоощадна цінність логістичних та комунікаційних детермінант маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств в електронному бізнесі: Монографія / С. Я. Касян. – Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020 – 232 с.

5 Касян С. Я. Міжнародна маркетингова комунікаційна та логістична інтеграція високотехнологічних підприємств / С. Я. Касян // Економічний Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Наукове видання факультету менеджменту та маркетингу НТУУ «КПІ». Голова редколегії, головний редактор професор О. А. Гавриш, відп. редактор, професор О. В. Зозульов. – 2018. – №15. – С. 308–319 (637 с.) [Електронний ресурс]. – Доступно на: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/139967/137026>.

6 Касян С. Я. Організація підприємницької діяльності, спрямована на логістичне та комунікаційне забезпечення просування високотехнологічної

продукції / С. Я. Касян. Управління розвитком суб'єктів підприємництва в умовах викликів ХХІ століття. Розділ 2. Розвиток підприємництва в Україні та світі: механізми, реалії, перспективи : колект. моногр. – Дніпро : ДНУ імені Олеся Гончара, Видавець Біла К. О., 2019. – С. 132–143 (420 с.).

7 Касян С. Я. Перспективи розвитку івент-маркетингу компаній в Україні / С. Я. Касян, В. П. Пошивалов, О. М. Вовкотруб // Економічний простір: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, 2013. – Вип. №.78 – С. 251 –259.

8 Маркетинг. Навч. посіб. / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. – К. : «НВП» Інтерсервіс», 2018. – 216 с.

9 Маркетинг: термінологічний словник / Старостіна А. О., Кочкіна Н. Ю., Журило В. В. та ін. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2017. – 154 с.

10 Обсяг ринку маркетингових сервісів 2020: важливе коригування // Маркетинг в Україні. – 2020 – №3. – С. 18–21.

11 Старостіна А. О. Український маркетинг: становлення та перспективи розвитку / А. О. Старостіна // Маркетинг в Україні. – 2017 – №1. – С. 4–9.

### **Методична**

12 Касян С.Я. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг подій» [Електронний ресурс]. – Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. – 98 с.

13 Касян С.Я. Методичні вказівки щодо виконання самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг подій» для студентів денної форми навчання [Електронний ресурс]. – Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. – 22 с.

### **Додаткова**

14 Касян С. Я. Особливості консалтингової діяльності в системі маркетингу послуг / С. Я. Касян, А. О. Онікієнко // Економічний простір: Збірник наукових праць. – Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. – 2018. – №132. – С. 151–162 (216 с.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1Lly8C8saPSttLDWmq7VNrRqAldb-CA--/view>.

INDEX COPERNICUS: <http://journals.indexcopernicus.com/+,p3843,3.html>.  
GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=sLRr06MAAAAJ&hl=ru>. ISSN 2224-6282. ISSNе 2224-6290. DOI 10.30838/P.ES.2224.240418.151.59.

15 Glińska-Neweś Aldona, Szostek Dawid. Organizational citizenship behaviors in public and private sector // International Journal of Contemporary Management Czasopismo: Int. J. Contemp. Manag., Vol. 17 no. 1. 2018. – S. 45-58, ISSN: 2449-8920 ; eISSN: 2449-8939 ISSN: 1643-5494 DOI: 10.4467/24498939IJCM.18.003.8382.

16 Kasian Sergji. Uniwersytet dla wszystkich. Wizyta Studyjna na Ukrainie. Dnipro, 4-7 kwietnia 2019 / Sergij Kasian, Ganna Bondarovich, Andrzej Tikhonov // Biuletyn Programu Stypendialnego im. Lane'a Kirklanda. Redakcja: Urszula Sobiecka, Dyrektor Programu Kirklanda; Anna Więcek, Koordynator Programowy; Joanna Stanisławska, Koordynator ds. Projektów Poststypendialnych; Anna Jakowska, Koordynator ds. Promocji i Projektów Poststypendialnych, sekretarz redakcji Biuletynu. – październik 2019. – nr 35 (2), – S. 21–24. – [Zasób elektroniczny]. – Dostęp, 02.06.2020:  
<http://www.study tours.home.pl/kirkland2017/images/Biuletyny/Biuletyn-35.pdf>.

17. Kasian Serhii. Integration of Marketing Communications and Logistics Distribution of High-Tech Enterprises on the Basis of Innovative Knowledge Generation : Chapter VIII. Editors: Figurska Irena, Ellena Shevtsova, Sokół Aneta, : Modern Processes of Economic Development - Economics and Law / Serhii Kasian, Yevhen Krykavskyy. – Germany, Aachen : Shaker Verlag Publishing, November 2017. – P. 89–105 (128 p.). Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek, available: <http://dnb.d-nb.de>.

18. Касян С. Я. Взаємодія групових інтересів при впровадженні енергозберігаючих технологій використання енергії альтернативних джерел Розділ 11. / С. Я. Касян, С. О. Смирнов, Т. В. Гільорме, Л. В. Накашидзе. Управління енергозберігаючими технологіями в Україні та світі: методологія та практика: Колективна монографія / за заг. ред. д-ра фіз.-мат. наук, професора С. О. Смирнова. – Дніпро : ДНУ імені Олеся Гончара, ТОВ «Акцент ПП», 2017. – С. 177–183 (196 с.).

17 Маркетинг на ринку продуктів швидкого приготування : монографія / [Є. В. Ромат та ін.] ; за наук. ред. А. А. Мазаракі, д-ра екон. наук, проф., акад. НАПН України ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Київ : Київ. нац. екон.-торг. ун-т, 2018. – 207 с.

19. Соціально-етичний маркетинг : монографія / [Є. В. Ромат та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. НАПН України А. А. Мазаракі, д-ра наук з держ. упр., проф. Є. В. Ромата ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – Вид. 2-е, перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 371 с.