

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Декан фінансово-економічного факультету

к.е.н., доц. Пілова К.П.

«15» листопада 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Event-маркетинг»

Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки 07 Управління і адміністрування 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 075 Маркетинг
Спеціальність	242 Туризм
Освітній рівень.....	бакалавр
Освітня програма	Усі ОП ФЕФ
Статус	Вибіркова, фахова
Загальний обсяг	4 кредитів ECTS (120 годин)
Форма підсумкового контролю.....	Диференційований залік
Термін викладання	3-й семестр, 5-6 чверть 2022-2023 н.р.
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»
2021

Робоча програма навчальної дисципліни «Event-маркетинг» для бакалаврів спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 075 Маркетинг, 242 Туризм / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2021. – 14 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.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 3 від 10.11.2021 р.).

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.....	5
5. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	Помилка! Закладку не визначено.
5.1. Шкали.....	Помилка! Закладку не визначено.
5.2. Засоби та процедури	Помилка! Закладку не визначено.
5.3. Критерії.....	Помилка! Закладку не визначено.
6 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ... не визначено.	
7 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	7

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання навчальної дисципліни «Event-маркетинг» є формування компетентностей і системи теоретичних знань і практичних навиків 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 «Event-маркетинг» як актуального інструменту просування компанії на ринку, відображення і розкриття бренду в свідомості публіки, що присутня на події, концепцію Event
ДРН2	вміти окреслювати місце event-маркетингу 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 тайминг здійснення заходів
ДРН5	демонструвати навички з методики оцінки економічної та комунікаційної ефективності event-маркетингу та встановлювати проблеми та перспективи розвитку event-маркетингу в Україні

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Мікроекономіка

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	57	22	35	-	-	6	60
практичні	57	22	35	-	-	4	50
контрольні заходи	6	6	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	50	70	-	-	10	110

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ЛЕКЦІЇ		57
ДРН1 ДРН3	1. Event-маркетинг у системі просування продукції підприємств 1.1. Сутність і зміст поняття «Event-маркетинг» 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 1.3. Event-маркетинг як спосіб просування колективного та індивідуального брендів. «Конус Досвіду» споживача згідно Едгара Дейла	8
ДРН1- ДРН5	2. Event-маркетинг у площині психологічного впливу бренду на клієнта 2.1. Event-маркетинг 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 Event-маркетингу, визначення видів його інструментів.	9
ДРН1- ДРН5	3. Місце Event-маркетингу в комплексі маркетингових комунікацій підприємств 3.1. Види інструментів Event-маркетингу, а саме спеціальних подій 3.2. Огляд прикладів спеціальних маркетингових подій, які організовують відомі компанії. Використання RedBull event-маркетингу в сферах культури та спорту 3.3. Необхідність використання Event-маркетингу для компаній, які прагнуть покращити ефективність маркетингової діяльності. Попит на Event-послуги в Україні та світі. 3.4. Маркетингова комунікаційна діяльність асоціації івенторів України.	8
ДРН1- ДРН5	4. Організація виставок, ділових конференцій, корпоративних заходів 4.1. Організація семінару в фірмі. День відкритих дверей. 4.2. Участь у ярмарку. Вечірка, наметове містечко, турне. 4.3. Конференція, ювілей, урочистість.	8
ДРН1- ДРН5	5. Інфраструктура event-маркетингу 5.1. Маркетинг для кейтерингу 5.2. Інфраструктурне забезпечення організації подій в системі маркетингу послуг. 5.3. Фази і віхи event-маркетингу 5.4. Організація заходів: проект менеджмент, контролінг і тайминг здійснення заходів	8

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ДРН1-ДРН5	6. Методики оцінки економічної та комунікаційної ефективності event-маркетингу	8
	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 event-послуги в країні, обсяг BTL-послуг, кількість event-агенцій	
	6.3. Комунікаційна 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	
ДРН1-ДРН4	7. Проблеми та перспективи розвитку event-маркетингу в Україні	8
	7.1. Причини проблем, які виникають в українських компаніях при застосуванні event-маркетингу	
	7.2. Перспективи розвитку event-маркетингу в Україні	
	7.3. Ринок event-індустрії у площині якісних та ефективних організаційно-комунікаційних проектів	
	7.4. Нові маркетингові школи та агенції, які спеціалізуються на проведенні подій	
	КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ	3
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	57
ДРН1-ДРН5	Тема 1. Кейсові завдання. Організація соціальних та емоційних маркетингових проектів як спосіб підвищення продаж. Соціальна відповідальність і відповідальне споживання в event-маркетингу.	8
	Тема 2. Ситуаційні вправи. Інформаційний тур. Організація віртуальних подій на технологічних платформах, що використовуються для маркетингових комунікацій: <i>Moodle, Microsoft Office 365, Teams MS, Zoom, мобільні додатки.</i>	9
	Тема 3. Кейсові завдання. Креатив, дизайн і візуалізація в event-маркетингу.	8
	Тема 4. Ситуаційні вправи. Спеціальні події в арсеналі компаній «Уолт Дісней». «Avon Running Global Women's Championship» від компанії «Avon Cosmetics» та ін.	8
	Тема 5. Кейсові завдання. Спонсорство і партнерство під час організації подій. Засідання, доповідь, у т.ч. онлайн.	8
	Тема 6. Кейсові завдання. Event-маркетинг, спрямований на досягнення цілей сталого розвитку.	8
	Тема 7. Кейсові завдання. Економічні показники, які відображають ринкову ефективність організації event-маркетингу: попит на event-послуги в країні, обсяг BTL-послуг, кількість event-агенцій	8
	КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ	3

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
РАЗОМ		120

6 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.

6.1 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»

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

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

6.2 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 контрольних заходів	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР за бажанням студента
практичні	захист практичних завдань	виконання завдань під час практичних занять		
	захист самостійних завдань	виконання завдань під час самостійної роботи		
	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час контрольних заходів		

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 заліку має право виконувати контрольну роботу, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

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

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

Інтегральне значення оцінки виконання контрольної роботи може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного дескриптора НРК.

6.3 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 критерія 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 магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

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

Інтегральна компетентність – здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
Знання		
– концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень; – критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: – концептуальних знань; – високого ступеню володіння станом питання; – критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	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	75-79
	Відповідь фрагментарна	70-74
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння		
– розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію	Відповідь характеризує уміння: – виявляти проблеми; формулювати гіпотези; – розв'язувати проблеми; – обирати адекватні методи та інструментальні засоби; – збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; – використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94

інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	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	75-79
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-74
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
Комунікація		
– донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності; – здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: – правильна; – чиста; – ясна; – точна; – логічна; – виразна; – лаконічна. Комунікаційна стратегія: – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень; – доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; – правильна структура відповіді (доповіді); – правильність відповідей на запитання; – доречна техніка відповідей на запитання; – здатність робити висновки та формулювати пропозиції	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84

	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	75-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-74
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Автономність та відповідальність		
– управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах; – відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб; – здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: – дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; – здатність до роботи в команді; – контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: – обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; – самостійність під час виконання поставлених завдань; – ініціативу в обговоренні проблем; – відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: – використання професійно-орієнтованих навичок; – використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; – володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: – ступінь володіння фундаментальними знаннями; – самостійність оцінних суджень; – високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; – самостійний пошук та аналіз джерел інформації	95-100
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84

	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	75-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-74
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень автономності та відповідальності фрагментарний	60-64
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На практичних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до Інтернету. Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom. Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365. Використання Mentimeter (<https://www.mentimeter.com/>). Інстальована на гаджетах програма Kahoot! (<https://kahoot.it/>).

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна

1 Касян С. Я. Маркетингове стратегічне планування, ціноутворення, маркетинг подій у сфері енергозбереження на високотехнологічних підприємствах / Marketing Strategic Planning, Pricing, Marketing of Events in the Field of High-tech Enterprises Energy Saving. *Вісник Хмельницького національного університету: науковий журнал*. Хмельницький : Хмельницький національний університет, Видавничий дім «Гельветика». 2021. №5. Том 1. С. 298–303 (310 с.). Надрукована 04.10.2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=8839>, <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/11/vknu-es-2021-n-5-298.pdf>

2 Дьяченко Ю.В., Седікова І.О., Бондар В.А. Event-менеджмент як складник інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. Том 31 (70) № 6 2020. С. 39-44.

3 Кочнова І. В. Роль спеціальних заходів у формуванні бренда. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*, 2015 р., № 3 (84). С. 4-8.

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

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. – nr15. – 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 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.
- 8 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.
- 9 Старостіна А. О. Український маркетинг: становлення та перспективи розвитку / А. О. Старостіна // Маркетинг в Україні. – 2017 – №1. – С. 4–9.

Методична

- 10 Касян С.Я. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг подій» [Електронний ресурс]. – Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. – 98 с.
- 11 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. – 23 с.

Додаткова

12. 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 Shevtscova, 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>

13. Касян Сергій, Іванча Юлія. Наук. кер. - Касян Сергій / Комунаційна взаємодія в Інтернеті під час організації маркетингових подій / Communication on The Internet during Marketing Events. Львівський національний університет імені Івана Франка. економічний факультет. Програма XXVII Міжн. наук. конф. студ., аспір. та молод. учених «Актуальні проблеми функціонування господарської системи України. 20 листопада 2020 р». С. 13 (26 с.). [Електронний ресурс]. Режим доступу, 05.09.2021 р.: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Program_XXVII_MNKSAMU_2020.pdf

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. ISSN 2224-6290. DOI 10.30838/P.ES.2224.240418.151.59.

15. Касян С. Я., Мороз В. В. Успішна організація маркетингу подій у сфері ритейлу та просування інноваційних енергозберігаючих технологій / Successful Event Marketing of Retail and Promotion of Innovative Energy-saving Technologies. Програма XXVIII Міжн. наук. конф. студ., аспір. та мол. учен. «Актуальні проблеми функціонування господарської системи України». Голова оргкомітету Р. В. Михайлишин, декан економічного факультету. Секція. Маркетинг. Львів, 14-15 травня 2021 р. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021. С. 14 (27 с.). [Електронний ресурс]. Режим доступу, 28.05.2021 р.: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/Program_XXVIII_MNKSAMU_2021.pdf

16. 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.

17. 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. С. В. Ромата; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – Вид. 2-е, перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 371 с.

Навчальне видання

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Event-маркетинг»**

для здобувачів

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

усіх освітньо-професійних програм ФЕФ

Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Розробник: Касян Сергій Якович

В редакції автора

Підготовлено до виходу в світ

у Національному технічному університеті

«Дніпровська політехніка».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19