Event-маркетинг

Метою курсу є даної навчальної дисципліни є формування системи знань про сутність і зміст event-маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах сучасної ринкової



Чупріна О.О., Д.е.н.,
професор кафедри маркетингу та туризму

Змістовні модулі:

1. Теоретико-методологічні основи event-маркетингу.
2. Організація та оцінка результатів івенту.

Результати навчання:

- Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;
- вміти демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- вміти аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- вміти застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- вміти збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Семестр: 2 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 90\3

Кафедра маркетингу і туризму