ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ РІК ЗАСНУВАННЯ - 1966

Відділення менеджменту та маркетингу

ЦК менеджменту та маркетингу

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	ВК1 Івент-маркетинг та управління соціальними проєктами / Event Marketing and Social Project Management
Рівень фахової передвищої освіти	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Семестр	3 семестр (2 курс, 9 кл.) 1 семестр (1 курс, 11 кл.)
Курс	1 (на базі повної загальної освіти), 2 (на базі базової загальної освіти)
Анотація курсу	***Мета дисципліни*** — формування у здобувачів освіти практичних компетентностей з організації маркетингових подій і розроблення соціальних проєктів, розвитку навичок проєктного планування, командної взаємодії, управління ресурсами, просування та оцінювання результативності проєктної діяльності. ***Завдання дисципліни*** — ознайомлення з видами, форматами та особливостями організації маркетингових подій і соціальних проєктів; формування навичок визначення цільової аудиторії, виявлення потреб, постановки цілей і визначення очікуваних результатів; набуття вмінь розробляти концепцію події, планувати її програму, строки, бюджет і ресурси; опанування інструментів командної взаємодії, залучення партнерів, фандрейзингу та просування; формування навичок управління ризиками, дотримання етичних і правових вимог, оцінювання ефективності та презентації проєктних рішень. ***Предмет вивчення дисципліни*** — теоретичні та практичні аспекти івент-маркетингу й соціального проєктування, методи планування, організації та просування подій, розроблення й реалізації соціальних проєктів, управління командою, ресурсами та ризиками, а також інструменти оцінювання результативності проєктної діяльності.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=1044
Мова викладання	українська
Лектор курсу	Смакограй Денис Владиславович, викладач канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті
Місце дисципліни в освітній програмі	

Освітньо-професійна програма	http://csbc.edu.ua/documents/otdel/mark25.pdf http://csbc.edu.ua/documents/otdel/mark26.pdf
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді.
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК 11. Здатність проводити моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень.
Перелік програмних результатів навчання	РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 180 Кількість кредитів – 6 Кількість лекційних годин – 30

	Кількість практичних занять – 30 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 120 Форма підсумкового контролю – диференційний залік
Методи навчання	вербальні; пояснювально-демонстраційний; проблемного викладання; практичний; кейс-метод; ситуаційного моделювання; дослідницький; проєктний; інтерактивні методи (мозковий штурм, дискусії, робота в малих групах, ділові та рольові ігри); метод візуалізації; робота з навчально-методичною літературою та відкритими інформаційними джерелами; використання цифрових інструментів і штучного інтелекту; презентація та захист проєктів.
Зміст дисципліни	
Тема 1. Вступ до івент-маркетингу та соціального проєктування	Подія як спланована взаємодія. Маркетингова подія і соціальний проєкт, їхні цілі та відмінності. Роль маркетолога, менеджера й дизайнера. Приклади потреб, для яких подія є доречним рішенням.
Тема 2. Види та сучасні формати подій	Ділові, освітні, культурні, громадські та благодійні події. Офлайн, онлайн і гібридні формати. Вибір формату за метою, аудиторією, ресурсами та доступністю, а не за модою.
Тема 3. Цільова аудиторія, цільова група та проблема проєкту	Аудиторія маркетингової події, цільова група та бенефіціари соціального проєкту. Виявлення потреб за спостереженням, інтерв'ю та відкритими даними. Перевірка проблеми і відокремлення фактів від припущень.
Тема 4. Мета, завдання та очікувані результати	Зв'язок проблеми, мети й завдань. Вимірювані результати, продукти діяльності та зміни для цільової групи. Формулювання показників, базового значення й способу перевірки.
Тема 5. Концепція, позиціонування та ключове повідомлення	Цінність участі, концепція й обіцянка події. Відмінність від інших пропозицій. Ключове повідомлення для учасника та партнера. Перевірка відповідності концепції проблемі, меті й аудиторії.
Тема 6. Візуальна концепція та досвід учасника	Шлях учасника до, під час і після події. Реєстрація, навігація, інформаційні матеріали та зворотний зв'язок. Узгодження візуальних рішень з концепцією, читабельністю, доступністю й бюджетом.
Тема 7. Соціальний проєкт і його життєвий цикл	Ініціювання, планування, реалізація, моніторинг і завершення. Логіка змін: ресурси, діяльність, продукти та результати. Обґрунтування внеску проєкту без приписування йому неперевіреного соціального ефекту.
Тема 8. Команда і зацікавлені сторони	Функції команди, розподіл відповідальності та правила координації. Карта стейкхолдерів. Залучення партнерів і волонтерів, інструктаж і підтримка. Узгодження очікувань та меж відповідальності.
Тема 9. Календарний план, програма, сценарій і таймінг	Послідовність робіт і залежності, контрольні точки та відповідальні. Програма для учасника і робочий сценарій команди. Таймінг, резерв часу та дії за зміни умов.
Тема 10. Ресурси та бюджет проєкту	Людські, матеріальні, інформаційні й фінансові ресурси. Кошторис за статтями, кількістю й ціною. Джерела цін, резерв і план-факт контроль. Відокремлення доходів, внесків і витрат.

Тема 11. Партнерство, спонсорство та фандрейзинг	Потреби партнера, предмет співпраці та взаємна цінність. Структура партнерської пропозиції, спонсорські можливості, прозорість залучення ресурсів. Благодійна складова й відповідальність за звітність.
Тема 12. Просування події та соціального проєкту	Комунікаційна мета, аудиторія, повідомлення, канали й календар. Реєстраційна воронка, контент та нагадування. Комунікація після події. Збір даних із дотриманням належних правил.
Тема 13. Організація події, ризики та безпека	Організаційна готовність, перевірка локації й ресурсів. Оцінка ймовірності та наслідків ризиків. План реагування, безпекові інструкції, дії під час повітряної тривоги за правилами закладу та план альтернативного формату.
Тема 14. Етика, інклюзивність і правова відповідальність проєкту	Недискримінаційна комунікація, фізична та інформаційна доступність. Персональні дані, дозволи на використання матеріалів і зображень, авторське право. Межі компетенції організатора та потреба погодження відповідальних осіб.
Тема 15. Показники ефективності, план оцінювання та захист проєкту	Показники участі, досвіду, комунікації та очікуваних змін. Джерела даних і план вимірювання. Обмеження висновків. Презентація концепції та плану, обґрунтування рішень і відповіді на запитання без вигаданих результатів реалізації.

Політика дисципліни

Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об’єктивних причин студент може отримати індивідуальний графік навчання за погодженням із керівником курсу, завідувачем ЦК та завідувачем відділення.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Використання ШІ	Використання ШІ під час виконання завдань регламентується Політикою «Використання ШІ в освітньому процесі ЧДБК» Завдання мають маркування регламенту використання ШІ.
Підсумковий контроль	Диференційний залік у кінці семестру за результатами поточної успішності

Система оцінювання

Система оцінювання

Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на **поточний контроль** та **семестровий контроль**.

Поточний контроль здійснюється протягом семестру і охоплює всі види аудиторної роботи (практичні, семінарські заняття) та виконання індивідуальних завдань. Максимальна кількість балів, яку студент може набрати за цей вид контролю, становить 100.

Підсумковий контроль

Відбуватися у формі заліку

Розрахунок підсумкової оцінки

Підсумкова оцінка базується виключно на балах, накопичених протягом семестру (**S**). Ваговий коефіцієнт у цьому випадку становить **1**.

Формула: O=S×1

Накопичування балів з навчальної дисципліни: поточний контроль

Види навчальної роботи	**Загальна кількість балів**
Семінарські та практичні роботи (15 × 4 бали)	60
Модульна контрольна робота №1	10
Модульна контрольна робота №2	10
Індивідуальний проєкт та його захист	20
Разом	100

Критерії оцінювання для кожного виду навчальної роботи

Практичні та семінарські роботи — 60 балів

Передбачено 15 оцінюваних робіт за темами 1–15, кожна — до 4 балів. За кожну роботу нараховується по 1 балу за: правильне застосування понять; правильне виконання практичного завдання або розрахунку; обґрунтований висновок; самостійне пояснення рішення. За невиконаний або неправильний елемент — 0 балів. Усна відповідь входить до оцінки відповідної роботи.

Модульні контрольні роботи — 20 балів

МКР №1 охоплює теми 1–7, МКР №2 — теми 8–15. Кожна робота містить 5 завдань по 2 бали: 1 бал за правильну відповідь або рішення та 1 бал за правильне пояснення. За відсутній або неправильний елемент — 0 балів. Максимум за кожну МКР — 10 балів.

Індивідуальна робота та захист — 20 балів

Оцінка складається з п’яти критеріїв, кожний — до 4 балів. За кожний із чотирьох наведених елементів нараховується 1 бал за правильне й повне виконання або 0 балів, якщо його не виконано чи виконано неправильно. Підсумок — сума балів, без додаткових віднімань або паралельних діапазонів оцінювання.

1. Обґрунтування проєкту — 4 бали: підтверджено потребу; визначено цільову групу; сформульовано мету; визначено очікувані результати.

2. Концепція та програма — 4 бали: пояснено цінність участі; обґрунтовано формат; складено програму; описано шлях учасника й умови доступності.

3. Організація та ресурси — 4 бали: узгоджено календар і відповідальних; складено кошторис із вихідними даними; визначено основні ризики й заходи реагування; обрано показники та спосіб перевірки результатів.

4. Просування і партнерство — 4 бали: сформульовано повідомлення; обґрунтовано канали комунікації; складено календар просування; підготовлено партнерську пропозицію із зазначенням внеску та користі для партнера.

5. Захист — 4 бали: пояснено проблему й концепцію; обґрунтовано організаційні рішення; пояснено кошторис і показники; надано змістовну відповідь на уточнювальне запитання.

Завдання та вимоги до індивідуальної роботи

Тема роботи — «Концепція та план події або соціального проєкту». Робота містить: проблему й цільову групу; мету та результати; концепцію, формат і програму; календар, команду та кошторис; план просування й партнерства; ризики, доступність і показники ефективності.

Форма подання — презентація 12–15 слайдів із кошторисом і календарним планом. Захист — до 5 хвилин і відповіді на запитання. Джерела зазначаються; умовні дані позначаються окремо. Практичні роботи оцінюють окремі навички, індивідуальний проєкт — узгодженість рішень у цілісному плані. Реальне проведення події не є умовою зарахування; вигадані результати реалізації не допускаються.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Бали	Зміст
90-100 відмінно	**Бездоганна підготовка в широкому контексті.** Здобувач виявляє глибокі, системні знання навчального матеріалу, вільно орієнтується в першоджерелах та додатковій літературі, демонструє творчий підхід, аналітичне мислення та здатність застосовувати набуті компетентності в нестандартних ситуаціях.

Бали	Зміст
80-89 дуже добре	**Повні знання, міцні вміння.** Здобувач володіє навчальним матеріалом у повному обсязі, впевнено застосовує практичні навички, вільно виконує передбачені програмою завдання, проте припускається несуттєвих неточностей або незначних помилок при викладенні окремих питань
70-79 добре	**Хороші знання та вміння.** Здобувач грамотно та по суті викладає матеріал, демонструє достатній рівень засвоєння практичних навичок, але припускається деяких неточностей у формулюваннях або має невеликі труднощі під час самостійного виконання складних завдань.
65-69 задовільно	**Задовільні знання, стереотипні вміння.** Здобувач знає основний навчальний матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання, вирішує завдання за готовим алгоритмом (шаблоном), проте має прогалини в деталях та припускається помилок при самостійних висновках.
60-64 достатньо	**Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах.** Здобувач демонструє засвоєння лише базового рівня матеріалу, спроможний виконувати лише найпростіші завдання в стандартних (знайомих) умовах під керівництвом викладача.
35-59 незадовільно	**Слабкі знання, відсутність вмінь.** Здобувач володіє лише фрагментарними знаннями, не здатний системно викласти матеріал чи застосувати вміння на практиці. Потрібне повторне складання (перескладання) для досягнення мінімального рівня.
1-34 незадовільно	**Необхідний повторний курс.** Здобувач демонструє повну відсутність необхідних знань та вмінь, що унеможливлює складання заборгованості без повторного вивчення навчальної дисципліни

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Повалій Т. Л., Світайло Н. Д. Івент-менеджмент : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 198 с. Повний текст PDF.
2. Дергачова Г. М. Івент-менеджмент. Конспект лекцій : навчальний посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 99 с. Повний текст PDF.
3. Радіонова О. М. Івент-технології : навчальний посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 168 с. Повний текст PDF.
4. Тілікіна Н. В. Управління соціальними проєктами : навчальний посібник для студентів спеціальності «Соціальна робота». Київ : ФОП Мороз А. Т., 2024. 352 с. Електронна книга PDF.
5. Getz D., Page S. J. Event Studies: Theory and Management for Planned Events. 5th ed. Routledge, 2024. Сторінка книги у видавця; англійською мовою.
6. Bowdin G. A. J., Allen J., Harris R., Jago L., O'Toole W., McDonnell I. Events Management. 4th ed. Routledge, 2024. Сторінка книги у видавця; англійською мовою.

Додаткова література

7. Зростай. Підсилення організацій громадянського суспільства : посібник проєкту / Благодійний фонд «Схід SOS». 2024. Повний текст PDF.
8. OECD. Policy Guide on Social Impact Measurement for the Social and Solidarity Economy. Paris : OECD Publishing, 2023. 102 p. DOI: 10.1787/270c7194-en. Електронне видання з доступом до повного тексту; англійською мовою.

9. Савченко С. О., Сукач О. М. Маркетинг : навчально-практичний посібник. Черкаси : Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151 с. Повний текст PDF.
10. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник. Київ : Державний торговельно-економічний університет, 2024. 260 с. Електронне видання в репозитарії ДТЕУ.

Дата перевірки бібліографічних відомостей: 14.10.2026. Позначка «Сторінка книги у видавця» не означає вільного доступу до повного тексту. Доступ до окремих репозитаріїв може залежати від налаштувань їхніх серверів.

ІНТЕРНЕТ РЕСУРСИ

Нормативно-правові документи

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр
2. Закон України «Про захист персональних даних» від 01.06.2010 № 2297-VI. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17
3. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 01.12.2022 № 2811-IX. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20
4. Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» від 05.07.2012 № 5073-VI. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17