

РОЛЬ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКАНСКОГО ИНСТИТУТА КИТАЕВЕДЕНИЯ ИМЕНИ КОНФУЦИЯ БГУ

Люй Ида

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, lv19951012@gmail.com*

Событийный маркетинг является важной составляющей межкультурных коммуникаций в учреждениях образования. Республиканский институт китаеведения имени Конфуция БГУ в своей практике организует ежегодно ряд событийных мероприятий. Однако в большинстве случаев эти мероприятия направлены на студентов или слушателей курсов китайского языка. С целью приобщения к изучению китайского языка и культуры более молодого поколения (школьников старших классов) необходимо также проводить событийные мероприятия. Автором предлагается ежегодное проведение интерактивной игры-квеста «China» для указанной целевой аудитории. Представлена разработка общей концепции и краткого плана мероприятия.

Ключевые слова: событийные мероприятия, событийный маркетинг, межкультурные коммуникации, учреждения образования, интерактивная игра-квест.

THE ROLE OF EVENT ACTIVITIES IN THE PROMOTION OF EDUCATIONAL SERVICES OF THE REPUBLICAN INSTITUTE OF CHINESE STUDIES NAMED AFTER CONFUCIUS BSU

Lu Ida

Belarusian State University, 4, Nezavisimosti Ave., 220030, Minsk, Belarus

Event marketing is an important component of cross-cultural communication in educational institutions. The Republican Institute of Chinese Studies named after Confucius of BSU organizes number of events every year. However, in most cases, these activities are aimed at students of Chinese language courses. In order to introduce the Chinese language and culture to the younger generation (high school students), it is also necessary to hold event activities. The author offers an annual interactive game-quest "China" for the specified target audience. The development of general concept and short plan of the event is presented.

Keywords: event activities, event marketing, cross-cultural communications, educational institutions, interactive game-quest.

Сфера образования является фундаментом для интеллектуального, культурного и языкового сближения между различными народами. Поэтому взаимодействие в образовательной сфере с Китайской Народной Республикой традиционно является одним из приоритетов для Республики Беларусь.

Решение подобных задач возможно посредством событийной коммуникации (событийного маркетинга) как потенциально эффективного инструмента межкультурных коммуникаций образовательных учреждений.

Актуальность темы исследования заключается в том, что событийный маркетинг в сфере образования, помогает не только продвижению образовательных услуг, но и в зависимости от формата события – происходит та или иная межкультурная коммуникация, способствующая созданию тесных отношений молодежи разных стран, передачи опыта в различных сферах, а также изучению культуры других стран. Именно поэтому образовательные учреждения уделяют самое пристальное внимание событийному маркетингу[1, с. 3].

Республиканский институт китаеведения имени Конфуция БГУ способствует развитию и поддержанию межкультурных связей двух стран путем проведения разных событийных мероприятий. К таким мероприятиям относятся[2]:

1. Всемирный день Институтов Конфуция (отмечается с 2014 года в двадцатых числах сентября) – это праздник, который посвящен учреждению Государственной канцелярией КНР по популяризации китайского языка за рубежом Институтов Конфуция как международной сети образовательных структур. В этот день Институты Конфуция по всему миру организуют торжественные мероприятия, разные мастер-классы, открытые уроки по китайскому языку и культуре и показательные выступления.

2. Торжественный концерт, посвященный Празднику фонарей – это очень яркое и красочное событие, которое посвящено окончанию Праздника Весны. В этот день каждый год проводится общий отчетный концерт с участием преподавателей и учеников кабинетов Конфуция, центров по изучению китайского языка и культуры, слушателей курсов, коллег из других Институтов Конфуция Беларуси, а также творческих поклонников китайской культуры и китайских студентов.

3. Веселая весна – это мероприятие, которое посвящено традиционному китайскому празднику Весны. В этот день проходят различные мастер-классы по китайской культуре и концерт для учеников школ и гимназий. Организатор этого мероприятия – Посольство Китайской Народной Республики в Республике Беларусь. Место проведения праздника – Минский государственный дворец детей и молодежи.

4. Институт на постоянной основе проводит разные мастер-классы по китайской культуре для слушателей курсов, учеников и студентов школ и гимназий, а также для посетителей различных мероприятий города. Это, например, такие, как:

- чайная церемония;

- фигурная вырезка из бумаги;
- плетение китайских узлов;
- китайская каллиграфия;
- китайская металлическая головоломка;
- традиционная китайская живопись го-хуа;
- интерактивная презентация «Китайская традиционная свадьба»;
- интерактивная презентация «Маски пекинской оперы»;
- интерактивная презентация о жизни и учении Конфуция и многое другое.

5. Фестиваль китайского кино проводится для любителей китайской культуры и киноискусства. На фестивале представлены картины, не только различные по жанрам и затронутым темам, но и на любой возраст. До 2020 года Республиканский институт китаеведения имени Конфуция БГУ был организатором данного мероприятия при поддержке кинотеатра Центральный и Китайского культурного центра в Минске.

6. Конкурс китайской каллиграфии твердой ручкой. Задания дифференцированы по возрастным категориям: дети до 18 лет и взрослые.

7. Конкурс детского творчества «Современный Китай глазами юных белорусов», который проводится в двух номинациях: живопись и декоративно-прикладное искусство.

Все эти мероприятия направлены на различные целевые аудитории и способствуют изучению китайской культуры белорусскими гражданами. Однако, представляется целесообразным организация мероприятий для такой категории как школьники старших классов. Для этого можно использовать различные игровые мероприятия. Например, на базе института можно ежегодно проводить интерактивную игру-квест «China».

Суть данного событийного мероприятия будет заключаться в том, чтобы узнать заинтересованность школьников старших классов в изучении китайской культуры и языка, а также повышения этого интереса в игровом формате. Интерактивная игра-квест «China» будет состоять из загадок, где командам-участникам нужно поэтапно решать определенные задачи на тему «Китайский язык и культура» и находить ключи.

Основой концепции данного мероприятия должно стать стимулирование понимания школьниками старших классов необходимости изучения китайского языка и культуры и стимулирование к соответствующим действиям по обращению именно в Республиканский институт китаеведения имени Конфуция БГУ.

Целями данного мероприятия являются:

1. Увеличение общего числа слушателей курсов китайского языка за счет привлечения старших школьников;
2. Популяризация китайского языка и культуры на территории Республики Беларусь;

3. Стимулирование нынешних учеников к продолжению обучения.

Задачами данного мероприятия являются:

1. Провести презентацию перечня образовательных услуг и достижений Республиканского института китаеведения имени Конфуция БГУ.

2. Провести данное событийное мероприятие в интересной игровой форме для школьников.

3. Стимулировать интерес потенциальных клиентов к институту и его услугам.

К организационным вопросам проведения интерактивной игры-квеста относятся:

1. Разработка сценария интерактивной игры-квеста «China».

2. Отбор участников, ведущих и жюри игры.

3. Оформление сцен для проведения интерактивной игры-квеста.

План проведения мероприятия:

1. Сбор участников. Наблюдатели, жюри и приглашенные гости встречают участников и их родителей в холле актового зала Республиканского института китаеведения имени Конфуция БГУ. Вступительная речь директора института. Описание его деятельности, информация о предложениях и бонусах, представление спонсоров. Озвучивают правила и условия участия в игре.

2. Начало интерактивной игры-квеста. Команды-участники приступают к игре, а для приглашенных гостей тем временем организована выставка китайской живописи.

3. Подведение итогов. Пока наблюдатели и жюри игры подводят итоги, организовано чаепитие участников игры и их родителей совместно с преподавателями и приглашенными гостями, где родители могут задать интересующие их вопросы и записаться на обучение. В данной части мероприятия целесообразно также анкетирование гостей в целях изучения предпочтений нынешних и потенциальных потребителей услуг данного образовательного учреждения.

4. Объявление победителей и вручение подарков (1 место – команде предоставляются путевки в летний языковой лагерь в Китае, 2 место – сертификаты на год бесплатного обучения в Республиканском институте китаеведения имени Конфуция БГУ, 3 место – сертификаты на 50%-ую скидку на обучение в институте). Заключительная речь директора: благодарность гостям, преподавателям, спонсорам, участникам и их родителям.

Таким образом, данное развлекательно-мотивационное мероприятие позволит оказать комплексное влияние на школьников старших классов и мотивировать их к изучению китайского языка и культуры с помощью Республиканского института китаеведения имени Конфуция БГУ. Исходя из этого, можно сделать вывод, что событийный маркетинг – это перспективный инструмент не только для организации межкуль-

турных коммуникаций, но и для продвижения услуг образовательных учреждений. Событийный маркетинг позволяет образовательным учреждениям своевременно уделять внимание потенциальным клиентам, которые находятся на стадии принятия решений, а конкретные специальные события позволяют оказать влияние на принятие решения о выборе места обучения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Короткова А.А. Событийные мероприятия как инструмент продвижения образовательных услуг (на примере лингвистического центра «Think Clever», г. Саратов): автореф. дис. студентка 3 курса магистратуры 43.04.02. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского». Саратов, 2018. 18 с.

2. Республиканский институт китаеведения имени Конфуция Белорусского государственного университета [Электронный ресурс]. – Минск, 2020. – Режим доступа: <https://rci.bsu.by/culture-events-ru.html>. – Дата доступа: 30.09.2020.

РОЛЬ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РАЗВИТИИ ПОТЕНЦИАЛА МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ

М.А. Серякова

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, mrserakova@gmail.com*

В статье рассматривается вопрос влияния спортивных мероприятий на местное сообщество как одну из заинтересованных сторон. Автором рассмотрены основные эффекты от проведения спортивного мероприятия, а также выявлены последствия от проведения спортивных мероприятий с учетом масштаба событий. Значимость работы заключается в том, что на современном этапе спортивные мероприятия стали важным инструментом для достижения определенных краткосрочных и/или долгосрочных результатов. Учет роли и интересов местных сообществ при их организации является одним из факторов, обеспечивающих успех мероприятия.

Ключевые слова: местное сообщество; стейкхолдер; эффект; наследие; спортивное мероприятие.

ROLE OF SPORT EVENTS IN LOCAL COMMUNITIES DEVELOPMENT

M.A. Serakova

Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

The article examines impact of sport events on local communities as one of the key stakeholders. The author considers the main effects of a sporting event and reveals the con-