

Библиографические ссылки

1. Буров В. В. Реклама инновационной деятельности стартапов с помощью краудфандинга / В. В. Буров // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф., Москва, июнь 2016 г. – М. : Буки-Веди, 2016. – С. 37–41.
2. Градюшко А. Ключевые тенденции развития зарубежных Интернет-СМИ в условиях дигитализации медиасферы / А. Градюшко // Международная журналистика – 2017: идея интеграции интеграций и медиа. – Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 66–71.
3. Лойко А. И. Социальная динамика партикулярных структур и методология кластерного подхода / А. И. Лойко // Вестн. Перм. ун-та. Сер. Философия. Психология. Социология. – 2012. – Вып. 2(10). – С. 151–158.

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СОБЫТИЙНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ВЫСТАВОК

Павел Полубинский

*Белорусский государственный экономический
университет, Беларусь*

Актуальность исследования интегрированных коммуникаций в контексте событийного менеджмента международных специализированных выставок обусловлена развитием современной выставочной индустрии как стратегического инструмента повышения конкурентоспособности Республики Беларусь и ее регионов, а также необходимостью совершенствования системы интегрированных коммуникаций Выставочного унитарного предприятия «БЕЛИНТЕРЭКСПО» Белорусской торгово-промышленной палаты (далее – БелТПП).

Цель исследования: выделить ошибки в процессе реализации концепции интегрированных коммуникаций в событийном менеджменте международных выставок Унитарного предприятия «БЕЛИНТЕРЭКСПО» БелТПП и предложить способы их решения.

Совершенствование системы интегрированных коммуникаций Выставочного унитарного предприятия «БЕЛИНТЕРЭКСПО» БелТПП возможно лишь в случае следования авторским рекомендациям по решению ошибок, допущенных менеджерами проектов и руководством компании в процессе событийного менеджмента международных специализированных выставок по следующим пунктам:

1) длительные и безрезультатные обсуждения на совещаниях отдела выставок (предлагается, во-первых, составить план совещания; во-вторых, определить его формат – обмен мнениями, мозговой штурм, обсуждение или доклад);

2) отсутствие четкого распределения обязанностей и полномочий менеджеров проектов (данную проблему можно решить путем составления организационной схемы и правильного делегирования функциональных обязанностей и полномочий менеджеров выставочных проектов);

3) размытые концепции международных выставочных проектов (необходимо, во-первых, четко сформулировать концепцию международной специализированной выставки; во-вторых, составить финансовый план проекта; в-третьих, проанализировать выставочную конкурентную среду);

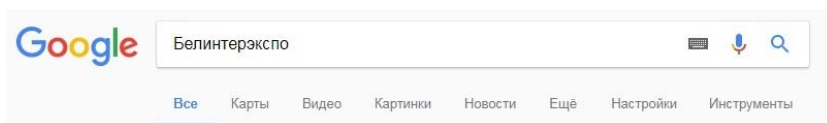
4) нечеткое определение целевой аудитории выставок (благодаря правильному определению профиля потенциальных посетителей можно разработать и в случае необходимости скорректировать рекламную кампанию выставки в целях привлечения актуальных для участников выставки целевых групп);

5) отсутствие системы управления взаимоотношениями с клиентами – CRM-системы (с помощью системы CRM руководство компании сможет повысить прозрачность и управляемость процесса продаж, что, в свою очередь, позволит перейти от интуитивного управления продажами к осознанному и решить проблемы реализации концепции интегрированных коммуникаций на предприятии [1, с. 363]);

6) отсутствие специального сервиса для e-mail рассылки (для рассылки информационных писем, прайс-листов, заявочных документов по клиентским базам могут быть использованы такие сервисы, как MailChimp, Campaign Monitor, UniSender, GetResponse или eSputnik);

7) отсутствие специального сервиса для параллельного редактирования документов менеджерами предприятия (для решения данной проблемы следует использовать облачные технологии и сервисы для параллельного редактирования документов, например, Google Docs);

8) «Возможно, этот сайт был взломан» – сообщение под 1-й ссылкой на сайт Унитарного предприятия «БЕЛИНТЕРЭКСПО» БелТПП в Google (см. рисунок), которое появляется, когда поисковая система считает, что хакеры изменили содержание сайта или добавили на него собственный контент; и, соответственно, посетив такой сайт, пользователи могут пострадать от вредоносного программного обеспечения (для решения указанной выше проблемы необходимо связаться с поставщиком услуг хостинга и обратиться за помощью к специалистам);



Результатов: примерно 26 400 (0,43 сек.)

Международный выставочный оператор | БЕЛИНТЕРЭКСПО

<https://www.belinterexpo.by/>

Возможно, этот сайт был взломан.

БЕЛИНТЕРЭКСПО - организатор выставок в Беларуси и за рубежом. Услуги выставочного оператора. Звоните!

Контакты · О нас · Отзывы · Новости

Результат поискового запроса «Белинтерэкспо» в Google

9) отсутствие «работы над ошибками», допущенными во время организации и проведения международных выставок (тщательный анализ результатов реализованных проектов – залог успешного развития выставочной организации и база для улучшения событийного менеджмента последующих выставок).

Предложенные выше способы решения ошибок в процессе событийного менеджмента международных специализированных выставок, по мнению автора исследования, гарантируют успешную реализацию концепции интегрированных коммуникаций на предприятии.

Библиографические ссылки

1. Palubinski P. Event Management of the International Exhibitions (Case Study of the Exhibition «HouseExpo-2016») // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. студентов, Минск, 13–14 апр. 2016 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г. А. Короленок (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2016. – С. 362–364.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИАПЛАТФОРМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Анна Русак

Минский государственный лингвистический университет, Беларусь

Рост деловой активности неизменно связан с построением системы эффективных коммуникаций с заинтересованными группами. Сегодня разработка стратегии продвижения товаров и услуг компании не может опираться только на креативность специалистов по маркетингу, в связи с

