

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация дипломной работы

**EVENT-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ
БРЕНДА (НА ПРИМЕРЕ IT-ШКОЛЫ “MYFREEDOM”)**

Дульчевская Яна Олеговна

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
профессор Л.Н. Давыденко

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, реферата дипломной работы, введения, двух глав, заключения, 4 иллюстраций, 9 таблиц, списка использованных источников и литературы, 5 приложений. Общий объем работы составляет 82 страницы. Список использованных источников и литературы занимает 4 страницы и включает 40 позиции.

2. Перечень ключевых слов

EVENT-МАРКЕТИНГ, EVENT, МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ, ИМК.

3. Текст аннотации

Объект исследования –event-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций.

Цель исследования –выявить возможности или особенности event-маркетинга как инструмента продвижения.

Методы исследования: общенаучные методы (анализ и синтез, сравнение), специальные методы (экспресс-анализ конкурентной среды, тайный покупатель) исследования, а также проектная деятельность.

Полученные итоги и их новизна. В ходе работе были подробным образом рассмотрены особенности и тенденции современного event-маркетинга, описаны этапы подготовки и реализации объекта event-маркетинга – event. Определены основные и смежные понятия сферы event-маркетинга, описаны преимущества данного инструмента маркетинговых коммуникаций, а также рассмотрена история развития и появления event-маркетинга на территории постсоветских стран. Практическая новизна работы заключается в разработке event для продвижения IT школы My Freedom. Данная работа стала практическим подтверждением теоретической части.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Использованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно.

Рекомендации по использованию результатов работы. Итоги работы могут быть использованы в качестве инструмента event-менеджмента, для решения задач event-маркетинга и продвижения бренда в целом.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, уводзінаў, чатырох глаў, заключэння, 4 ілюстрацый, 9 табліц, спісу выкарыстаных крыніц і літаратуры, 5 прыкладанняў. Агульны аб'ём працы складае 82 старонкі. Спіс выкарыстаных крыніц і літаратуры займае 4 старонкі і ўключае 40 пазіцыі.

2. Пералік ключавых слоў

EVENT-МАРКЕТЫНГ, EVENT, МАРКЕТЫНГ, прасоўвання брэнду, EVENT-МЭНЕДЖМЭНТ, ІМК.

3. Тэкст анатацыі

Аб'ект даследавання – event-маркетынг як інструмент маркетынгавых камунікацый.

Мэта даследавання – выявіць магчымасці або асаблівасці event-маркетынгу як інструмента прасоўвання.

Метады даследавання. – агульна навуковыя метады (аналіз і сінтэз, параўнанне), спецыяльныя метады (экспрэс-аналіз канкурэнтнага асяроддзя, таемны пакупнік) даследаванні, а таксама праектная дзейнасць.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У ходзе працы былі падрабязным чынам разгледжаны асаблівасці і тэндэнцыі сучаснага event-маркетынгу, апісаны этапы падрыхтоўкі і рэалізацыі аб'екта event-маркетынгу - event. Вызначаны асноўныя і сумежныя паняцці сферы event-маркетынгу, апісаны перавагі дадзенага інструмента маркетынгавых камунікацый, а таксама разгледжана гісторыя развіцця і з'яўлення event-маркетынгу на тэрыторыі постсавецкіх краін. Практычная навізна працы складаецца ў распрацоўцы event для прасоўвання ІТ школы MyFreedom. Дадзеная праца стала практычным пацвярджэннем тэарэтычнай часткі.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Праца выканана самастойна.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі работы могуць быць выкарыстаны ў якасці інструмента event-менеджменту, для рашэння задач event-маркетынгу і прасоўвання брэнда ў цэлым.

ANNOTATION

1. Structure and scope of the diploma work

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, introduction, 2 chapters, conclusion, 4 illustrations, 9 tables and list of references, 5 applications. Total scope of work is 82 pages. The list of references occupies 4 pages and includes 40 positions.

2. Keywords

EVENT-MARKETING, EVENT, MARKETING, PROMOTION OF BRAND, EVENT-MANAGEMENT, IMC.

3. Summary text

The object of the research is event marketing as a tool for marketing communications.

The purpose of the research is to identify opportunities or features of event-marketing as a tool for promotion.

Methods of the research – general scientific methods (analysis and synthesis, comparison), special methods (rapid analysis of the competitive environment, secret buyer) of research, and also project activity.

The results of the work and their novelty. In the course of the work, the features and tendencies of modern event marketing were described in detail, the stages of preparation and implementation of the event-marketing event are described. The basic and related notions of the sphere of event marketing are defined, the advantages of this marketing communications tool are described, as well as the history of the development and appearance of event marketing in the territory of the post-Soviet countries. The practical novelty of the work is the development of an event for the promotion of the IT school MyFreedom. This work has become a practical confirmation of the theoretical part.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the diploma work are authentic. The work has been put through independently.

Recommendations on the usage. The results of the work can be used as a tool for event management, for solving the tasks of event-marketing and promoting the brand as a whole.