

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

КОЛЯГО
Дарья Александровна

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
Е.М. Еловая

Допущена к защите
«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга
кандидат экономических наук, доцент
_____ Н.В. Черченко

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ.....	7
1.1 Понятие event-мероприятия, его функции, цели и основные виды.....	7
1.2 Этапы подготовки и проведения event-мероприятия	15
1.3 Современные методы оценки и результативности event-мероприятия	19
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ ООО «ФОРМЭЛЬ».....	26
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Формэль».....	26
2.2 Основные направления маркетинговой деятельности ООО «Формэль».....	33
2.3 Оценка и результаты event-мероприятия ООО «Формэль».....	39
ГЛАВА 3 ПРОЕКТ EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ ООО «ФОРМЭЛЬ».....	44
3.1 Обоснование проекта event-мероприятия ООО «Формэль».....	44
3.2 Сценарий проекта event-мероприятия ООО «Формэль».....	48
3.3 Прогноз результатов event-мероприятия ООО «Формэль».....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	59

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 62 с., 5 рис., 10 табл., 45 источников

EVENT-МЕРОПРИЯТИЕ, СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ, ПРОЕКТ, СЦЕНАРИЙ

Цель исследования: на основе исследования теоретических основ разработки event-мероприятия и анализа event-мероприятия ООО «Формэль» разработать и обосновать предложение по разработке проекта event-мероприятия.

Объект исследования: event-мероприятие.

Предмет исследования: event-мероприятие ООО «Формэль».

Методы исследования: наблюдение, анализ, индукция.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических вопросов разработки event-мероприятия, определены виды event-мероприятия, этапы подготовки и проведения, современные методы оценки, проанализировано event-мероприятие организации. Разработан проект event-мероприятия, а также прогноз его результатов.

Элементы научной новизны: разработан проект event-мероприятия, прогноз результатов event-мероприятия.

Область возможного практического применения: практический маркетинг ООО «Формэль».

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложения по проведение event-мероприятия позволит продолжить поддержание положительного образа бренда; возможность вести прямую коммуникацию с покупателями и потребителями бренда; повысит лояльность к бренду со стороны покупателей. В конечном счете – укрепит конкурентоспособность бренда на рынке.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 62 с., 5 мал., 10 таб., 45 крыніц.

EVENT-МЕРАПРЫЕМСТВА, ПАДЗЕЙНЫ МАРКЕТЫНГ, ПРАЕКТ, СЦЭНАР

Мэта даследавання: на аснове даследавання тэарэтычных асноў распрацоўкі event-мерапрыемства і аналізу event-мерапрыемства ТАА «Формэль» распрацаваць і абгрунтаваць прапанову па распрацоўцы праекта event-мерапрыемства.

Аб'ект даследавання: event-мерапрыемства.

Прадмет даследавання: event-мерапрыемства ТАА «Фармэль».

Метады даследавання: назіранне, аналіз, індукцыя.

Даследаванні і распрацоўкі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў распрацоўкі event-мерапрыемства, вызначаны віды event-мерапрыемства, этапы падрыхтоўкі і правядзення, сучасныя метады ацэнкі, прааналізавана event-мерапрыемства арганізацыі. Распрацаваны праект event-мерапрыемства, а таксама прагноз яго вынікаў.

Элементы навуковай навізны: распрацаван праект event-мерапрыемства, прагноз вынікаў event-мерапрыемства.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычны маркетынг ТАА "Формэль".

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: укараненне прапановы па правядзенне event-мерапрыемства дазволіць працягнуць падтрыманне станоўчага ладу брэнда; магчымасць весці прамую камунікацыю з пакупнікамі і спажывцамі брэнда; павысіць лаяльнасць да брэнду з боку пакупнікоў. У канчатковым рахунку – ўмацуе канкурэнтаздольнасць брэнда на рынку.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Graduation work: 62 p., 5 fig., 10 tab., 45 sources

EVENT, EVENT-MARKETING, PROJECT, SCRIPT

Goal research: on the basis of research of theoretical bases of development of event and the analysis of event of LLC «Formel». To develop and prove the offer on development of the project of event-action.

Object of research: event.

Subject of research: event of LLC «Formel».

Method of research: observation, analysis, induction.

Research and development: based on the study of the theoretical issues of event development, the types of event, stages of preparation and conduct, modern methods of evaluation, event organization are analyzed. The project of event, and also the forecast of its results is developed.

Elements of scientific newness: developed project events, forecast of event results.

Scope of possible practical application: practical marketing LLC «Formelle».

Technical and economic, social significance: implementation of the event offer will allow to continue maintaining a positive image of the brand; the ability to communicate directly with customers and consumers of the brand; increase brand loyalty on the part of customers. Ultimately, it will strengthen the brand's competitiveness in the market.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical positions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пути повышения эффективности мониторинга конкурентов в маркетинговой стратегии торгового предприятия / А. А. Воронов [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 4(33). – С. 478–485.
2. Давыдова, Е. Event-маркетинг как средство формирования уникальной личности бренда / Е. Давыдова // Маркетинговые коммуникации. – 2015. – №2. – С. 45-49.
3. Зимина, А. В. Event-маркетинг: понятия и преимущества / А. В. Зимина // Актуальные вопросы права, экономики и управления : сборник статей 13 Междунар. Науч.- практ. конф., Пенза, 05 мая 2018 г. : в 2 ч. / Новосибирский гос. ун-т экон. и управл. «НИНХ» ; редкол.: Н. М. Воловская. – Пенза, 2018. – С. 154
4. Капустина, Л. М. Инструменты продвижения бренда в Интернете: алгоритм выбора / Л. М. Капустина // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2015. – № 2. – С. 28–35.
5. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий / Т. Б. Климова [и др.] // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». – 2014. – №2. – С.80-84.
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга Краткий курс, пер с англ. / Ф. Котлер. Москва : Издательский дом "Вильямс", 2007. – 656 с.
7. Кули, К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой / К. Кули, К. МакЭван. – Москва : Феникс, 2015. – 256 с.
8. Логинова, М. А. Сравнительный анализ теоретических подходов к классификации мероприятий event-маркетинга / М. А. Логинова // Наука и образование: проблемы, идеи, инновации. – 2018. – № 7. – С. 52-56.
9. Перепелкин, Н. А. Развитие событийного маркетинга в российских компаниях: автореф. дис. ... доктор экономических наук: 08.00.05 / Н. А. Перепелкин ; Рос. эконом. университет имени Г.В. Плеханова. – Москва, 2016.—25 с.
10. Просалова, В. С. Событийный маркетинг как инструмент продвижения товаров и услуг / В. С. Просалова // Экономическое развитие России: проблемы и перспективы ; под об. ред. Н. А. Адамова. – Москва, 2017. – Гл. 5. – С. 173-189.
11. Экономика и управление: теория и практика : сб. науч. ст. / ООО «Издательский дом «Среда»» ; редкол: Э. Н. Рябина (гл. ред.). – Чебоксары : ИД «Среда», 2018. – 232 с.

12. Сондер, М. Ивент-менеджмент. Организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – Москва: Вершина, 2014. – 543 с.

13. Тихмянова, И. Создание собственного event. Событийный маркетинг сегодня / И. Тихмянова // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2012. – № 5 (54). – С. 40–45.

14. Толкачев, А. Н. Special events: секреты эффективности / А. Н. Толкачев // Личные продажи. – 2010. – № 3. – С. 218.

15. Event-менеджмент / У. Хальцбаур [и др.]. – Москва : Эксмо, 2014. – 384 с.

16. Шагайда, П. А. Международный опыт оценки эффективности событийного маркетинга / П. А. Шагайда // Экономические науки. – 2013. – № 7(68). – С. 249-251.

17. К вопросу о методике организации event-мероприятий : сб. трудов конф. / Нижневартровский государственный университет ; под ред. К. И. Шамсутдинова. – Нижневартовск : Нижневартровский гос. унив., 2016. – С. 125-129.

18. Шумович, А. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий / А. Шумович, А. Берлов. – Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2017. – 320 с.

19. О рекламе : Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-3 : в ред. от 17 июля 2008 г. № 427-3 : с изм. и доп. от 17 июля 2017 г. № 52-3. – Минск, 2017.

20. Событийный маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/9240-qqq-17-m5-23-05-2017-sobytiynyy-marketing>. – Дата доступа: 25.01.2019.

21. Официальный сайт eventsforce.com [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.eventsforce.com/news/>. – Дата доступа: 30.04.2019 г.

22. Официальный сайт event-live.ru / Оценка эффективности мероприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://event-live.ru/articles/shpargalka/shpargalka-1_471.html. – Дата доступа: 30.04.2019 г.

23. Видео реклама Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://citydog.by/post/zaden-mark-formelle-styd/>. – Дата доступа: 29.04.2019 г.

24. Новое Радио [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.novoeradio.by/pages/about>. – Дата доступа: 29.04.2019 г.

25. Радио Юнистар [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://unistar.by/events/>. – Дата доступа: 29.04.2019 г.

26. Пилот FM [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.pilotfm.com/ru/pilot-fm/ads/>. – Дата доступа: 29.04.2019 г.

27. Радиус FM [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.radiusfm.by/>. – Дата доступа: 29.04.2019 г.
28. ОНТ Радио [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://pcradio.ru/radio/radio-ont>. – Дата доступа: 30.04.2019 г.
29. Общенациональное телевидение [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ont.by/>. – Дата доступа: 30.04.2019 г.
30. Instagram Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.instagram.com/markformelle/>. – Дата доступа: 30.04.2019 г.
31. Вконтакте Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://vk.com/clubmarkformelle>. – Дата доступа: 30.04.2019 г.
32. Одноклассники Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ok.ru/mf>. – Дата доступа: 30.04.2019 г.
33. Facebook Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.facebook.com/markformelle/>. – Дата доступа: 30.04.2019 г.
34. Каталог Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://markformelle.by/catalog/>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
35. Интернет-магазин Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://markformelle.by/personal/>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
36. Показ мод организованный Mark Formelle [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://news.tut.by/society/619839.html>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
37. Совместная кросс-акция «Мила + Mark Formelle» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.mila.by/pokupatelu/sovместnaya-kross-aktsiya-mila-mark-formelle/>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
38. Совместная акция «Mark Formelle и ZIKO» [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://markformelle.by/info/about/novosti/mark_formelle_i_ziko/. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
39. Совместная акция «Mark Formelle и Белита» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://vitex.by/press-tsentr/aktsii/shopping-marafon-belita-mark-formelle.html>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
40. Акция Mark Formelle «Пописка на носки» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://citydog.by/post/plans-friday-20190222/>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
41. Акция Mark Formelle «#МоваГэтаСтылёва» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://markformelle.by/info/about/novosti/movagetastylyeva/>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
42. Акция Mark Formelle «Красная книга» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://citydog.by/post/zaden-redbook/>. – Дата доступа: 01.05.2019 г.
43. Международный день защиты детей в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Режим доступа:

http://www.grsmu.by/files/file/university/otdely/vospetatelnoi-rabotu/files/calendar/2014_06_01.pdf. – Дата доступа: 15.05.2019 г.

44. Сценарий event-мероприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://event.ru/trips/kak-napisat-idealnyi-event-stsenariy/>. – Дата доступа: 16.05.2019 г.

45. Официальный сайт event.ru / Конверсия при оценке мероприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://event.ru/category/companies/>. – Дата доступа: 16.05.2019 г.

46. Онлайн полиграфия в Астане / Заказ листовок А7 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://prostoprint.kz/prints/leaflets>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

47. Рекламное агентство «М.Agency» / Промо-персонал по распространению листовок [Электронный ресурс] / Режим доступа: reklamnoe-agenstvo-cs131667.satu.kz. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

48. Заказ Led-экрана [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ledscreens.kz/#contacts>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

49. Заказ гирлянды из шаров [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.1001shar.kz/categories/garland-of-balloons/>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

50. Инстаграм event-агентства «Комек» [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.instagram.com/komek_agency/. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

51. Инстаграм агентство мастеров по аква-гриму [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.instagram.com/akvagrim_v_astane/. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

52. Фотограф мероприятия [Электронный ресурс] / Режим доступ: <https://andreyruban.kz/portfolio/>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

53. Типография «Донарит» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.donarit.com/produkcia/pechat-listovok-i-flaerov/>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

54. Event-агентство «Промоутер» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://promoter.by/artisty/animatory>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

55. Аренда помещения в ТЦ «Green City» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://greencityminsk.by/>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.

56. Заказ гелиевых шаров [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://shargel.by/lateksnye-shary-s-geliem/kruglye-shary-po-cvetam/>. – Дата доступа: 20.05.2019 г.