

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация к дипломной работе

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ СОБЫТИЯ В СИСТЕМЕ EVENT-
МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ «НОЧЬ КВЕСТОВ»)**

Жерновая Елизавета Андреевна

Научный руководитель: кандидат экономических наук,
доцент О.П. Ефимова-Стадник

Минск, 2019

АННОТАЦИЯ

Жерновой Елизаветы Андреевны

Формирование концепции события в системе event-маркетинга (на примере фестиваля «Ночь квестов»)

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, содержания, реферата, введения, трех глав, заключения, 2 таблиц, 21 иллюстрацию, списка использованных источников. Общий объем работы составляет __ страниц. Список использованных источников занимает __ страниц и включает __ позиций.

2. Перечень ключевых слов

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ, СПЕЦИАЛЬНОЕ СОБЫТИЕ, EVENT-МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, PR, МАРКЕТИНГ.

3. Текст реферата

Объект исследования – event-маркетинг как один из основных инструментов реализации маркетинговой и PR-стратегии организации.

Цель исследования – проанализировать эффективность специального события как инструмента по продвижению продукта и выявить, какую роль занимает мероприятие в общей маркетинговой стратегии продукта.

Методы исследования. При написании дипломной работы были использованы методы теоретического (изучение и анализ) и эмпирического (наблюдение, счет, измерение и сравнение) исследования.

Полученные итоги и их новизна. Данная работа позволяет определить роль event-маркетинга в системе маркетингового и стратегического планирования предприятия и оценить эффективность использования инструментов событийного маркетинга на предприятии.

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 для изучения основ event-маркетинга и его роли в разработке и проведении маркетинговой кампании, для продолжения исследования использования маркетинговых инструментов национальными компаниями и в сфере квеструмов, в рамках курсов лекций или специальных курсов.

АНАТАЦЫЯ

Жэрнавой Лізаветы Андрэеўны

Фарміраванне канцэпцыі падзеі ў сістэме event-Маркетынгу (на прыкладзе фестывалю «ноч квэстаў»)

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з заданні на дыпломную працу, зместа, рэферата, увядзення, трох кіраўнікоў, заключэння, 2 табліц, 21 ілюстрацыю, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае __ старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае __ старонак і ўключае __ пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

ПАДЗЕЙНЫ МАРКЕТЫНГ, СПЕЦЫЯЛЬНАЕ ПАДЗЕЯ, EVENT-МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, PR, МАРКЕТЫНГ.

3. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання – event-маркетынг як адзін з асноўных інструментаў рэалізацыі маркетынгавай і PR-стратэгіі арганізацыі.

Мэта даследавання – прааналізаваць эфектыўнасць спецыяльнага падзеі як інструмента па прасоўванні прадукту і выявіць, якую ролю займае мерапрыемства ў агульнай маркетынгавай стратэгіі прадукту.

Метад даследавання. Пры напісанні дыпломнай працы былі выкарыстаныя метады тэарэтычнага (вывучэнне і аналіз) і эмпірычнага (назіранне, кошт, вымярэнне і параўнанне) даследаванні.

Атрыманая вынікі і іх навізна. Дадзеная праца дазваляе вызначыць ролю event-Маркетынгу ў сістэме маркетынгавага і стратэгічнага планавання прадпрыемства і ацаніць эфектыўнасць выкарыстання інструментаў падзейнага маркетынгу на прадпрыемстве.

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

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі працы могуць быць выкарыстаны для вывучэння асноў event-Маркетынгу і яго ролі ў распрацоўцы і правядзенні маркетынгавай кампаніі, для працягу даследавання выкарыстання маркетынгавых інструментаў нацыянальнымі кампаніямі і ў сферы квеструмов, у рамках курсаў лекцый або спецыяльных курсаў.

ANNOTATION

Zhernavaya Lizaveta Andreevna

Formation of the event concept in the event-marketing system (on the example of the festival "Quest Night»

1. **Structure and scope of the diploma work**

Thesis consists of tasks for the thesis, content, abstract, introduction, three chapters, conclusion, 2 tables, 21 illustrations, a list of sources. The total amount of work is __ pages. List of sources used is __ pages and contains __ positions.

2. **Keywords**

EVENT MARKETING, SPECIAL EVENT, EVENT MARKETING, MARKETING STRATEGY, PR, MARKETING.

3. **Summery text**

The object of the research is event-marketing as one of the main tools for the implementation of marketing and PR-strategy of the organization.

The purpose of the the research is to analyze the effectiveness of a special event as a tool for product promotion and to identify the role of the event in the overall marketing strategy of the product.

Method of research. In writing the thesis were used methods of theoretical (study and analysis) and empirical (observation, counting, measurement and comparison) research.

The results of the work their novelty. This work allows to determine the role of event marketing in the system of marketing and strategic planning of the enterprise and to evaluate the effectiveness of the use of event marketing tools in the enterprise.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the thesis are reliable. The work was done independently.

Recommendations on the usage. The results of the work can be used to study the basics of event marketing and its role in the development and implementation of the marketing campaign, to continue the study of the use of marketing tools by national companies and in the field of questrums, as part of lectures or special courses.