

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

Аннотация дипломной работы

**Событийный маркетинг как инструмент реализации PR-проектов (на
примере ООО “Приносим радость”)**

Кубышкина Екатерина Андреевна

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Леонид Николаевич Давыденко

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из задания на дипломную работу, оглавления, перечня условных обозначений и сокращений, реферата, введения, трех глав, заключения, 6 таблиц, 8 иллюстраций, списка использованных источников, 6 приложений. Общий объем работы составляет 91 страницу. Список использованных источников занимает 8 страниц и включает 88 позиций.

2. Перечень ключевых слов

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ, МЕРОПРИЯТИЯ, EVENT-МАРКЕТИНГ, PR-ПРОЕКТ, PR, МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, PR-КАМПАНИЯ.

3. Содержание работы

Объект исследования – событийный маркетинг.

Предмет исследования – событийный маркетинг как инструмент реализации PR проектов на примере компании ООО “Приносим Радость”.

Цель исследования – проанализировать эффективность событийного маркетинга как инструмента реализации PR-проектов, оценить роль событийного маркетинга как инструмента продвижения бренда и продукции компании ООО “Приносим Радость”.

Методы исследования. В работе использованы теоретические (анализ литературы и интернет-источников, синтез, обобщение, классификация, прогнозирование) и практические (наблюдение, измерение, сравнение, интегральная оценка) методы.

Полученные итоги и их новизна. Итоги данной работы позволяют определить значимость и актуальность событийного маркетинга как инструмента реализации PR-проектов. Практическая значимость работы заключается в разработке рекомендаций по улучшению применения инструментов событийного маркетинга компанией ООО “Приносим Радость”.

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

Рекомендации по использованию результатов работы. Разработанные рекомендации могут быть использованы в практической деятельности белорусских компаний. Теоретические аспекты работы могут использоваться в учебно-ознакомительных целях.

АНАТАЦЫЯ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэфе-рата, пераліку ўмоўных пазначэнняў і скарачэнняў, уводзінаў, трох глаў, за-ключэння, 6 табліц, 8 ілюстрацый, спісу выкарыстаных крыніц, 6 прыкла-данняў. Агульны аб'ём працы складае 91 старонку. Спіс выкарыстаных крыніц і літаратуры займае 8 старонак і ўключае 88 пазіцый.

2. Пералік ключавых слоў

ПАДЗЕЙНЫ МАРКЕТИНГ, МЕРАПРЫЕМСТВЫ, EVENT-МАРКЕТИНГ, PR-ПРАЕКТ, PR, МАРКЕТИНГ, ПРАСОУВАННЕ, PR-КАМПАНИЯ.

3. Змест працы

Аб'ект даследавання – падзейны маркетынг.

Прадмет даследавання – падзейны маркетынг як інструмент рэалізацыі праектаў PR на прыкладзе кампаніі ТАА "Прыносім Радасць".

Мэта даследавання – прааналізаваць эфектыўнасць падзейнага маркетынгу як інструмента рэалізацыі PR-праектаў, ацаніць ролю падзейнага маркетынгу як інструмента прасоўвання брэнда і прадукцыі кампаніі ТАА "Прыносім Радасць".

Метады даследавання. У працы выкарыстаны тэарэтычныя (аналіз літаратуры і інтэрнэт-крыніц, сінтэз, абагульненне, класіфікацыя, прагназаванне) і практычныя (назіранне, вымярэнне, параўнанне, інтэгральная ацэнка) метады.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Вынікі дадзенай працы дазваляюць вызначыць значнасць і актуальнасць падзейнага маркетынгу як інструмента рэалізацыі PR-праектаў. Практычная значнасць працы заключаецца ў распрацоўцы рэкамендацый па паляпшэнні прымянення інструментаў падзейнага маркетынгу кампаніяй ТАА "Прыносім Радасць".

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

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Распрацаваныя рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны ў практычнай дзейнасці беларускіх кампаній. Тэарэтычныя аспекты працы могуць выкарыстоўвацца ў вучэбна-азнаямленчых мэтах.

ANNOTATION

1. Structure and scope of the diploma thesis

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, a list of symbols and abbreviations, introduction, 3 chapters, conclusion, 8 illustrations, 6 tables, 6 appendices and a list of references. Total scope of work is 91 pages. The list of references occupies 8 pages and includes 88 positions.

2. Keywords

EVENT MARKETING, EVENT, PR PROJECT, PR, PR CAMPAIGN, MARKETING, PROMOTION.

3. Content of the thesis

Object of the research is the event marketing.

Subject of the research is the event marketing as a tool for the implementation of PR projects on the example of the company "Bring Joy" LLC.

Purpose of the research is to analyse the effectiveness of event marketing as a tool for implementing PR projects, to evaluate the role of event marketing as an instrument for promoting the brand and products of LLC "Bring Joy".

Methods of the research. Theoretical (analysis of literature and Internet sources, synthesis, generalization, classification, forecasting) and practical (observation, measurement, comparison, integral evaluation) methods are used in the work.

Results of the research and their novelty. The results of this work allow us to determine the significance and relevance of event marketing as a tool for implementing PR projects. The practical significance of the work is to develop recommendations for improving the use of event marketing tools by the company LLC "Bring Joy".

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

Recommendations on usage. The developed recommendations can be used in the practical activities of Belarusian companies. The theoretical aspects of the work can be used for educational and familiarization purposes.