

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ГОРНЯКОВА Дарья Александровна

**ИВЕНТ-МАРКЕТИНГ
КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(на примере Центра дополнительного образования детей
и молодежи г. Минска «Контакт»)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
кандидат социологических наук
И.В.Пинчук

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа состоит из введения, трёх глав и заключения. Первая глава посвящена сущностям и задачам ивент-маркетинга, рассмотрены его виды и инструменты, а также определена роль ивент-маркетинга в стратегии продвижения бренда. Во второй главе была дана характеристика центра «Контакт». Описаны его миссия, цели и направления работы, а также основные программы, предлагаемые учащимся. Приведены конкретные примеры успешного применения ивент-маркетинга в деятельности центра. Третья глава содержит результаты исследования, основанные на глубинных интервью с организаторами мероприятий в центре дополнительного образования детей и молодежи г. Минска «Контакт». Объем дипломной работы составляет 41 страница, 2 приложения и 16 использованных источников.

Ключевые слова: ивент-маркетинг, дополнительное образование, ивент-мероприятия, социальные сети.

Объект дипломной работы – ивент-маркетинг как инструмент продвижения услуг.

Предмет дипломной работы – влияние ивент-маркетинга на привлечение внимания к мероприятиям дополнительного образования и формирование интереса к культурному образованию среди детей и молодежи.

Цель дипломной работы – анализ эффективности ивент-маркетинга как инструмента продвижения услуг дополнительного образования в Центре дополнительного образования детей и молодежи г. Минска «Контакт», а также разработка рекомендаций для улучшения практики культурного образования и привлечения молодежи.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы и частнонаучные методы исследования (глубинное интервью).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: исследован феномен ивент-маркетинга как инструмента продвижения услуг, проанализированы виды и инструменты ивент-маркетинга, а также их роль в стратегии продвижения бренда. Также была рассмотрена специфика применения ивент-маркетинга в центре дополнительного образования «Контакт». В рамках исследования был изучен метод глубинного интервью.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.