

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

ГАРНЯКОВА Дар'я Аляксандраўна

**ІВЭНТ-МАРКЕТЫНГ
ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРАСОЎВАННЯ ПАСЛУГ
ДАДАТКОВАЙ АДУКАЦЫІ
(на прыкладзе Цэнтра дадатковай адукацыі дзяцей
і моладзі г. Мінска "Кантакт")**

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат сацыялагічных навук,
І.В.Пінчук

Мінск, 2025

АНАТАЦЫЯ

Дыпломная праца складаецца з ўвядзення, трох кіраўнікоў і зняволення. Першая частка прысвечана сутнасцям і задачам івэнт-маркетынгу, разгледжаны яго віды і інструменты, а таксама вызначана роля івэнт-маркетынгу ў стратэгіі прасоўвання брэнда. У другой чале была дадзена характарыстыка цэнтра «кантакт». Апісаны яго місія, мэты і напрамкі работы, а таксама асноўныя праграмы, прапанаваныя навучэнцам. Прыведзены канкрэтныя прыклады паспяховага прымянення івэнт-маркетынгу ў дзейнасці цэнтра. Трэцяя кіраўнік змяшчае вынікі даследавання, заснаваныя на глыбінных інтэрв'ю з арганізатарамі мерапрыемстваў у цэнтры дадатковай адукацыі дзяцей і моладзі г. Мінска «Кантакт». Аб'ём дыпломнай працы складае 41 старонка, 2 прыкладання і 16 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: івэнт-маркетынг, дадатковую адукацыю, івэнт-мерапрыемствы, сацыяльныя сеткі.

Аб'ект дыпломнай працы-івэнт-маркетынг як інструмент прасоўвання паслуг.

Прадмет дыпломнай працы-уплыў івэнт-маркетынгу на прыцягненне ўвагі да мерапрыемстваў дадатковай адукацыі і фарміраванне цікавасці да культурнай адукацыі сярод дзяцей і моладзі.

Мэта дыпломнай працы-аналіз эфектыўнасці івэнт-маркетынгу як інструмента прасоўвання паслуг дадатковай адукацыі ў цэнтры дадатковай адукацыі дзяцей і моладзі г. Мінска «Кантакт», а таксама распрацоўка рэкамендацый для паляпшэння практыкі культурнай адукацыі і прыцягнення моладзі.

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады і частнонаучныя метады даследавання (глыбіннае інтэрв'ю).

У працэсе напісання дыпломнай працы былі атрыманы наступныя вынікі: даследаваны феномен івэнт-маркетынгу як інструмента прасоўвання паслуг, прааналізаваны віды і інструменты івэнт-маркетынгу, а таксама іх ролю ў стратэгіі прасоўвання брэнда. Таксама была разгледжана спецыфіка прымянення івэнт-маркетынгу ў цэнтры дадатковай адукацыі «кантакт». У рамках даследавання быў вывучаны метады глыбіннага інтэрв'ю.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.