

**Аннотация дисциплины «Основы ивент-маркетинга»  
для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

**Профиль: Интегрированные коммуникации  
Очная форма обучения**

**Целью** изучения дисциплины является получение знаний о планировании, организации и проведении мероприятий в рамках маркетинговых коммуникаций, направленных на непосредственное воздействие на аудиторию (event-мероприятия).

**Место дисциплины в структуре ОП:** Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений цикла профиля (элективный) дисциплин модуля 4 «Маркетинговые коммуникации» блока 1 учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации», бакалавриат, очная форма обучения.

**Содержание дисциплины:**

**Раздел 1. Основы event-маркетинга**

- 1.1. Event-маркетинг в системе маркетинга
- 1.2. Основные категории event-маркетинга
- 1.3. Основные категории event-маркетинга
- 1.4. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования в event-маркетинге
- 1.5. Разработка программы маркетингового исследования
- 1.6. Разработка программы маркетингового исследования
- 1.7. Окружающая среда event-маркетинга
- 1.8. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды
- 1.9. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды
- 1.10. Поведение потребителей: влияние на event-маркетинг
- 1.11. Оценка поведения различных групп потребителей
- 1.12. Оценка поведения различных групп потребителей

**Раздел 2. Основные стратегии event-маркетинга**

- 2.1. Виды стратегий event-маркетинга
- 2.2. Отбор целевых сегментов рынка
- 2.3. Отбор целевых сегментов рынка
- 2.4. Стратегическое планирование в event-маркетинге
- 2.5. Разработка маркетинговой программы
- 2.6. Разработка маркетинговой программы

**Раздел 3. Создание медиаконтента для event-маркетинга**

- 3.1. Виды и формы медиаконтента
- 3.2. Виды медиаконтента
- 3.3. Использование медиаконтента в event-маркетинге
- 3.4. Планирование event-мероприятия