Федеральное государственное образовательное бюджетное

 учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ**

**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**(Финансовый университет)**

**Кафедра «Международный туризм, гостиничный бизнес и социальный менеджмент»**

**Стыцюк Р.Ю.**

**СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ**

**СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ КЕЙСОВ**

обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент»,

магистерская программа «Управление туристскими комплексами и территориями»

**Москва 2017**

1. **Фестиваль русской культуры и искусства «Александрова Гора»** - новый проект, работающий в Переславском районе Ярославской области на территории Национального парка «Плещеево озеро». На основе археологических раскопок 19 века было выяснено, что на этом месте с 13 по 17 века находился Александров монастырь, построенный в 1240 после Невской битвы, который по преданию был загородной резиденцией Александра Невского. Организаторам оказывали поддержку Министерство культуры РФ, Правительство Ярославской области и Русская православная церковь. В июле 2016 фестиваль сочетал мероприятия,направленные на сохранение исторической памяти, изучение военно-исторического прошлого Российского государства с комплексными инновационными формами патриотического воспитания молодежи, которая участвовала в работе Молодёжного православного форума, проходившего с 10 по 17 июля на Александровой горе. 2021-й год в России отмечен славной исторической датой – 800-летием святого благоверного князя Александра Невского. Мероприятия Фестиваля «АГ» по сути открывают пятилетний цикл празднования этого знаменательного события в соответствии с Указом Президента РФ № 448 от 23 июня 2014 года, и проводятся в целях сохранения военно-исторического и культурного наследия, укрепления единства российского народа. Это хороший повод для привлечения инвесторов в регион, который может стать центром празднования этого знаменательного события для России, и возможность подтянуть околотуристскую сферу на новый качественный уровень. Разработайте схему стратегического планирования события до 2021 г. по этапам подготовки и проведения мероприятия на основе цикла стратегического планирования.

|  |
| --- |
| Задачи проекта Фестиваль «АГ»:1. Экономические задачи:--….2.Социальные задачи:-- …… |
| ↓Формирование организационного комитета включает:--……-Приоритетные вопросы оргкомитета: -- ……. |
| Маркетинговые исследования: -- …….  |
| Разработка события включает:-- ……-управление рисками проекта включает:-- ….  |
| Финансовый план реализации проекта. Источники финансирования: -- …. |
| Маркетинг Маркетинг события — это Реализация продукта – проведение события |
| Оценивание. Методы и критерии оценки.Количественные критерии оценки:Качественные критерии оценки: |
| Корректировка задач и приоритетов по итогам проведения события.  |

1. **Ночь музеев** — международная акция, приуроченная к [Международному дню музеев](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8C_%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B5%D0%B5%D0%B2), во время которой можно осмотреть музейные экспозиции ночью. Основная цель акции — показать ресурс, возможности, потенциал современных музеев, привлечь в музеи молодежь. Впервые «Ночь музеев» была проведена в [Берлине](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%BB%D0%B8%D0%BD) в 1997 г. Всего через 2 года подобные мероприятия прошли в 39 странах Северной Америки и Европы. Европейская ночь музеев – это символичное событие, значимое для всей Европы. В эту ночь более 3 000 музеев от Москвы до Мадрида, от Лондона до Софии, от Марселя до Бухареста распахивают двери для миллионов европейцев, желающих приобщиться к культурному наследию. Сформулируйте стратегию, в том числе маркетинговую развития и продвижения акции для г. Москвы. Приведите желательный список партнеров. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния акции «Ночь в музее» на экономику города. Проведите SWOT-анализ акции «Ночь в музее». Ответ обоснуйте.
2. **Фестиваль «МедовухаFest».** В сентябре 2016 г. в Суздале впервые прошёл новый фестиваль – Медовуха-Fest. Инициатором этого, задуманного как ежегодного, мероприятия еще летом 2015 г. стала С.Ю. Орлова, губернатор Владимирской области. На совещании по подготовке к 1000-летию Суздаля она подчеркнула необходимость новых событий, интересных для гостей города. Поводом, по ее мнению, могла бы стать медовуха, по аналогии с фестивалями пива в Германии, собирающими большое количество туристов. Суздальская медовуха – это уже состоявшийся бренд, который достоин продвижения на общероссийском уровне. Издревле суздальские пчеловоды делали медовуху из излишков меда, передавая старинные рецепты из поколения в поколение. Она отличалась необычным вкусом и могла иметь достаточно высокую крепость. Благодаря содержанию меда, она считалась даже лечебным напитком. Промышленное производство медовухи началось в конце 1960-х годов, когда на окраине Суздаля появился первый медоваренный завод. В годы «перестройки» завод закрылся, но в середине 1990-х его восстановили московские предприниматели. Почти двадцать лет «Суздальский медоваренный завод» является чуть ли не единственным производителем медовухи в центральной полосе России. Он выпускает медовуху разной крепости, в том числе, безалкогольную для детей. В приготовлении медовухи используются разные пряности и растительные добавки – мята, липа, калина, малина, корица, шиповник, можжевельник, сосновые почки и даже перец. В дегустационном зале в стиле царских палат (Торговые ряды) туристы могут увидеть интересное представление с детальным рассказом об истории и рецептуре суздальской медовухи. Правда, кроме фабричной медовухи, спросом у туристов пользуется и медовуха домашнего приготовления, которую можно приобрести на местном рынке. Но и несанкционированной торговлей, к сожалению, занимаются многие суздальские пчеловоды-умельцы. Фестиваль медовухи в Суздале стал масштабным мероприятием, с многочисленными бизнес-площадками, гастрономической программой и творческими проектами. Список участников не ограничивается только суздальскими производителями медовухи, планируется приезд представителей заводов-производителей со всей России. Частникам – производителям домашней медовухи – выделяется специальная площадка, но при соответствующем отборе, гарантирующем качество продукта. В соответствии с законом, часть мероприятий фестиваля проходит в учреждениях общепита, где продажа алкоголя санкционирована. Алкогольная тематика не является главной на фестивале. Медовуха-Fest – это гастрономический праздник, который сопровождается мастер-классами лучших шеф-поваров региона, с акцентом на традиционную русскую кухню и напитки. В ресторанах Суздаля организованы дегустации фирменных блюд и фермерские завтраки, где главным продуктом, конечно, станет мёд. На фестивале также представлены фермерские хозяйства из Суздальского, Собинского, Петушинского и других районов Владимирской области. В 2017 г. Медовуха-Fest прошел на 11 тематических площадках, которые разместились в парке 950-летия Суздаля: МедовухаТест, Гастрономический квартал, МедовухаSweet, МедовухаПроф, МедовухаКвест, МедовухаПикник и др. Здесь каждый нашел себе развлечение по душе. Например, на площадке МедовухаSweet гости смогли приготовить медовые десерты и сувениры. На МедовухаПроф были представлены профильные учебные заведения Владимирской области для проведения мастер-классов и передачи секретов кулинарного искусства. Участники МедовухаКвест познакомились с историческими местами и легендами Суздаля. На площадке МедовухаПикник днём можно было отдохнуть и послушать лекции, а вечером посмотреть кино под открытым небом. Была даже площадка МедовухаСпорт, где можно было принять участие в спартакиаде под девизом «Медовуха для укрепления духа!». Медовуха-Fest интересен широкому кругу гостей Суздаля. Здесь можно попробовать и приобрести медовуху, другие продукты и сувениры на ярмарках-выставках, поучаствовать в мастер-классах и занимательных конкурсах, посмотреть интересные шоу-программы. Словом – окунуться в неповторимую атмосферу гастрономического праздника и народных гуляний в старинном русском городе! Сформулируйте предложения по совершенствованию события. Разработайте стратегию развития и продвижения фестиваля для разных городов РФ. Приведите желательный список партнеров. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния фестиваля на экономику и культуру города. Ответ обоснуйте.
3. **Военный Фестиваль "ПОЛЕ БОЯ"** - это совершенно новый проект, направленный на сохранение и правильное преподнесение военной истории нашей страны и других стран. Военный Фестиваль "ПОЛЕ БОЯ" – это популярное среди туристов событие, которое проходит в Волоколамском районе Подмосковья, близ деревни Нелидово. Показ основ военного искусства и военных традиций. Наглядная демонстрация в движении в поле и на пересеченной местности боевой техники и вооружения. Того самого вооружения, с использованием которого, наш народ победил в Великой Отечественной Войне. Фестиваль в первую очередь ориентирован на исторический период нашей страны, связанный с Великой Отечественной Войной. Задача фестиваля состоит в том, чтобы в одном месте объединить максимальное количество людей, клубов и организаций, которым интересны военная история, вооруженные силы и боевые действия в период ХХ века. Организаторы фестиваля постарались собрать всех, кому интересна военная история, военная техника, вооружение и многое другое. Программа фестиваля максимально насыщена реконструкциями боевых действий с имитацией стрельбы и взрывов, настоящий рев танковых и автомобильных двигателей в одно мгновение «перенесут» в реальности военного времени. Интерактивные площадки позволят посетителям увидеть работу и быт связистов, артиллеристов, летчиков, танкистов, врачей, пехотинцев и даже фронтовых артистов. Настоящие экспонаты, оригинальные, бережно сохраненные вещи, настоящее непрофессиональное действо от простых людей, объединенных одним общим увлечением – военной историей. Программа фестиваля чрезвычайно разнообразна: это и реконструкции военных сражений, в которых принимают участие свыше 1.5 тысяч человек-участников различных военных клубов, и небольшие реконструкции боев Второго фронта, и различные интерактивные площадки, например, танковый экипаж или узел связи. Также в рамках фестиваля Поле боя туристы могут ознакомиться с выставкой военной техники, а для юных туристов предусмотрены Курс молодого бойца и Курс юной медсестры. Гвоздь программы грандиозный парад военной техники. Особенность мероприятия заключается в том, что во время фестиваля туристы могут максимально погрузиться в военную эпоху и понять, какой непростой ценой была завоевана Победа в Великой Отечественной войне. Проведите SWOT-анализ фестиваля. Сформулируйте предложения по совершенствованию события. Разработайте стратегию развития и продвижения фестиваля. Приведите желательный список партнеров. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния фестиваля на экономику и культуру города. Какими средствами можно продвинуть мероприятие на зарубежном рынке? Ответ обоснуйте.
4. **Фестиваль «Алые паруса»**. Единственный в Советском Союзе праздник для выпускников школ «Алые паруса» появился в Ленинграде в 1968 году. Местом его рождения считается Городской дворец пионеров имени Жданова на Невском проспекте, ныне известный как Дворец творчества юных. Именно там по распоряжению городского отдела народного образования Ленинграда, было положено начало масштабному и яркому мероприятию. Праздник выпускников «Алые паруса» проводится в два этапа: большой концерт с элементами театрализованного представления на Дворцовой площади (начало в 22:00, вход по бесплатным пригласительным билетам) и грандиозное свето-пиротехническое музыкальное мультимедийное шоу в акватории Невы (начало в 0:40, вход свободный). Ночное шоу — спектакль на воде, где главным событием является проход вдоль набережных корабля с алыми парусами. Его торжественное движение сопровождается специально подготовленным световым представлением, фейерверком и водным перформансом. Всё шоу полностью синхронизировано с музыкой. Продолжительность водного спектакля — приблизительно 20 минут. «Алые паруса» - единственный фестиваль в России, включенный в реестр мирового событийного туризма и рекомендованный к посещению почти в 20 странах Европейского Союза. Сегодня «Алые паруса» представляют собой большой мультимедийный спектакль на открытой воде с применением всех самых современных технологий мультимедийного ряда. Рабочее пространство акватории составляет 1,8 км на 800 метров. Основными компонентами являются: пиротехническое и световое шоу. Дополнительными компонентами: водный перформанс, огневые и фонтанные стены. Всё представление полностью синхронизировано с музыкой по SMPTE-таймкоду. Праздник является одним из крупнейших в мире водных спектаклей, проходящих на открытой воде.

Сильные стороны фестиваля «Алые паруса».

* Отсутствие прямой конкуренции
* Повышенная восприимчивость аудитории
* Социальная значимость
* Поддержка государства
* Зрелищность
* Масштабность
* Фестиваль стал традиционным
* Высокая узнаваемость символики фестиваля (корабль с алыми парусами)

Проведите SWOT-анализ фестиваля «Алые паруса», определив слабые стороны, возможности и угрозы. Дайте рекомендации по совершенствованию и эффективному продвижению фестиваля «Алые паруса».

1. **Гран-при России (англ. Russian Grand Prix)** — этап Формулы-1, который проводится в России в Сочи на трассе «Сочи Автодром» в Олимпийском парке с 2014 года, спустя 100 лет после последнего Гран-при России, проведенного в дореволюционное время 14 октября 2010 года был подписан контракт на проведение Гран-при до 2020 года с опционом на продление. С российской стороны контракт подписал генеральный директор ОАО «Центр передачи технологий строительного комплекса Краснодарского края „Омега “» Михаил Капирулин, а финансирование гарантировали подписи под отдельным договором руководства ОАО «Лукойл», ГК «Ростехнологии», компании «Базовый элемент» и ОАО «МегаФон». Проведение мероприятий такого уровня не только дело престижа для Сочи, но и дополнительные возможности использования олимпийского наследия и всей туристической инфраструктуры. Такие мероприятия оправдывают вложения в спортивные объекты, которые были созданы в период подготовки к Олимпиаде. Гонки «Формулы-1» посетило более 150 тысяч болельщиков, которые ежегодно поддерживают спрос на Сочи. "Формула-1″ благоприятно влияет на развитие курорта, повышает внимание к событийному туризму в регионе. Гонки "Формулы-1" проводятся на "Сочи Автодроме" уже четвертый год. Это самая современная трасса подобного рода в России.Проведите SWOT-анализ Гонки "Формулы-1" в Сочи, определив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния фестиваля на экономику и культуру города. Дайте рекомендации по дальнейшему развитию спорта и туризма в г. Сочи. Ответ обоснуйте.
2. **Олимпийские игры.** Согласно исследованию экономистов Марка Шпигеля, из Федерального резервного банка Сан-Франциско, и Эндрю Роуза, из Калифорнийского университета в Беркли, существует так называемый олимпийский эффект — резкий и устойчивый рост объемов торговли на уровне 30% в странах-хозяйках Игр. В Атланте жилые комплексы, первоначально предназначенные для размещения спортсменов в период проведения Олимпийских игр 1996 года, теперь используются в качестве общежитий, в которых проживают 10 тысяч студентов. Между тем после 2000 года благодаря переводу коммерческих площадей в жилой фонд в центральную часть города переехало более 100 тысяч новых жителей. Это событие переломило тенденцию 1970-х и 1980-х годов, для которой был характерен отток жителей в пригородные районы. А ускоренные темпы реализации транспортных и инфраструктурных проектов в Мюнхене в преддверии Игр 1972 года позволили городу форсировать осуществление планов городского развития с опережением практически на целое десятилетие». По масштабу работ Олимпиаду в Сочи вполне можно сравнить с основанием Санкт-Петербурга Петром Великим. Проблема состоит в том, что Олимпийские Игры – это, фактически, единственное, что привлекает в эти города туристов, большинство из которых тратят на отдых совершено другие деньги и, чтобы повторить подобную поездку без определенного повода и события, им нужно многим пожертвовать. Кроме того, необходимо как-то задействовать спортивные сооружения. Проведите SWOT-анализ Олимпийских игр 2014 в Сочи, определив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Сформулируйте предложения по использованию олимпийской недвижимости. Дайте рекомендации по дальнейшему развитию спорта и туризма в г. Сочи.
3. **«Времена и Эпохи»** — серия фестивалей, посвящённых исторической реконструкции. Проводился с 2011 года в музее-заповеднике «Коломенское» (г. Москва), а с 2017 года проводится на различных площадках по всей Москве. Каждый год меняется эпоха, которой посвящён фестиваль. Смысл «Времен и эпох» — максимально вовлекать гостей в фестивальный процесс. На каждой площадке можно пообщаться с реконструкторами, узнать необычные подробности из жизни эпохи, научиться ремеслам и играм минувших времен. Идея фестиваля — собрать в столице всё лучшее из мира реконструкции со всего света. Разные эпохи переплетутся на улицах и в парках в единое историческое представление. Москвичи и туристы будут гулять по центру от одной эпохи к другой, ездить в парки, чтобы посмотреть кавалькаду Екатерины Великой, бой римских легионов с варварами или лагерь Русской императорской армии.

«Времена и эпохи. Собрание» — главный исторический фестиваль в России и один из крупнейших в мире. Это выставка достижений мировой реконструкции. Бойцы и торговцы, музыканты и ремесленники, военные инженеры и каскадеры со всего света везут свои лучшие наработки, чтобы показать их гостям. Он проходил на 30 площадках столицы с 1 по 12 июня 2017 года. На площадках фестиваля прошли выставки, полноценные широкомасштабные представления и ярмарки. Фестиваль начался 1 июня с прибытия на станцию «Подмосковная» (Рижский вокзал в Москве) ретропоезда с персонажами, представляющими все эпохи фестиваля. Кульминацией фестиваля «Времена и эпохи» стала пограничная битва XVII века, которая прошла 11 июня в музее-заповеднике «Коломенское».

Проведите SWOT-анализ фестиваля 2017 г. Сформулируйте предложения по совершенствованию события. Разработайте стратегию развития и продвижения фестиваля, в том числе маркетинговую, для разных городов РФ. Приведите желательный список партнеров. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния фестиваля на экономику и культуру города. Ответ обоснуйте.

1. **Чемпионат мира по футболу 2018 г.**

На текущий момент приблизительная сумма расходов на подготовку оценивается в 664 млрд. руб. ($19,6 млрд.) или около 1% ВВП страны. Окончательные затраты с большой вероятностью превысят первоначальную смету. По имеющимся прогнозах предполагаемые доходы ожидаются от:

- продажи билетов на матчи (на данный момент ходят слухи о том, что цена билета будет колебаться от 35 до 80 тысяч рублей) в количестве 3141000, что принесет дохода $5,3 млрд;

- взноса FIFA может составить около $1 млрд.;

- иностранных туристов. По мнению Виталия Мутко, Россию во время проведения чемпионата мира 2018 могут посетить около 1 000 000 болельщиков. По самым приблизительным оценкам, их затраты на проживание (в средних ценах текущего года в гостиницах Москвы) и питание (средний счет в московском кафе) составят около $5,09 млрд. Конечно, к 2018 году стоимость может измениться (причем, с высокой долей вероятности в большую сторону), соответственно, изменится и сумма потенциального дохода;

- продажи телевизионным и радио–каналам права трансляции проводимых соревнований (сумма, естественно, является коммерческой тайной, но, например, в США, телеканал, выигравший тендер на трансляцию ЧМ 2018 и ЧМ 2022, заплатит за это право около $400 – 500 млн. Уже исходя из этого можно предполагать, что эта статья принесет около $8 – 10 млрд.);

- привлечения спонсорских средств (сумма спонсорских взносов может составить около $4,4 млрд. 22 компании и взнос до $200 млн.);

- продажи сувенирной продукции с символикой чемпионата (исходя из расчета $100 с каждого иностранного туриста, $100 000 000).

Рассмотрите плюсы и минусы события - «ЧМ 2018». Сформулируйте возможности и угрозы для российских городов. Приведите желательный список партнеров. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния события на экономику регионов. Ответ обоснуйте.

1. **Международный мотофестиваль «BIKERS BROTHERS FESTIVAL»** ежегодно привлекает более 5000 человек. В 2018г он пройдет 1-2 июня 2018 года на территории оздоровительного комплекса «Бор». Входной билет дает неограниченный проход на территорию фестиваля в течении двух дней. VIP-билет открывает вход на территорию VIP-зоны с улучшенной инфраструктурой и условиями повышенной комфортности. В программе фестиваля выступления известных рок-групп; бои смешанного стиля; кастом-шоу на лучший мотоцикл; силовое шоу; конкурс «Мисс фестиваля»; лотерея. Характерные сильные стороны мотофестиваля:

- выставка мотоциклов;

- разнообразная программа;

- большое количество магазинов;

- детская зона с аттракционами;

- конкурсы, турниры

Проведите SWOT-анализ фестиваля. Сформулируйте стратегию, в том числе маркетинговую его дальнейшего развития и продвижения. Приведите желательный список партнеров. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния фестиваля на экономику региона. Ответ обоснуйте.

1. **Октоберфест** (Октябрьские народные гуляния, [нем.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) Oktoberfest, среди мюнхенцев также известные под названием «Wiesn» (на [баварском диалекте](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82) — «луг»))— фольклорный фестиваль ([нем.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA)Volksfest), ежегодно проводимый в Мюнхене ([Германия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F)), самое большое народное гуляние в мире. Впервые Октоберфест состоялся 12 октября 1810 года в честь свадьбы кронпринца Людвига (в будущем король Людвиг I) и принцессы Терезы Саксонской-Хильдбургхаузской (её именем назван луг, где проходит праздник). Октоберфест привлекает каждый год около 6 млн посетителей, приезжающих в Мюнхен со всех частей Баварии и Германии, а также из других стран. Праздник проводится в середине сентября — начале октября на [лугу Терезы](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%83%D0%B3_%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%8B) ([нем.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) Theresienwiese) — в центре Мюнхена, неподалёку от Главного вокзала. Его продолжительность в среднем составляет 16 дней. Праздник отличается большим количеством пивных палаток и разнообразных аттракционов. Октоберфест организуется и проводится администрацией Мюнхена. К участию в этом фестивале допускаются только мюнхенские пивоваренные компании, которые варят для него специальное октоберфестовское пиво ([нем.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) Oktoberfestbier) с содержанием алкоголя 5,8—6,3 %, которое в другое время года обычно называют мартовским или венским. Характерными положительными чертами события являются:

- высокая международная известность;

- по большей части хорошая репутация;

- высокая прибыль для г. Мюнхен;

- серьезные еры безопасности во время праздника;

- отличная транспортная доступность на общественном транспорте;

- сильная приверженность традициям.

Вместе с тем, в настоящее время:

- достигнута максимальная вместимость (острая нехватка мест размещения);

- большое количество нелегальных иммигрантов;

- высокая нагрузка на владельцев палаток по организации развлечений;

- чрезмерное употребление алкоголя гостями праздника, особенно молодежью;

- участившаяся кража пивных кружек (уголовно наказуема);

- отсутствие мест парковки для частного транспорта.

Сформулируйте стратегию, в том числе маркетинговую, организации и продвижения аналогичного события для российского города. Приведите желательный список партнеров. Проведите SWOT-анализ события «Октоберфест» - 2017. Ответ обоснуйте.

1. **День авиации и космонавтики** отмечают во всем мире 12 апреля – праздник посвящен первому полету человека в космос. Произошло это знаменательное событие 56 лет назад — 12 апреля 1961 года. Советский космонавт Юрий Гагарин на космическом корабле «Восток» совершил первый орбитальный полет вокруг Земли. На новый международный уровень праздник вышел в 2011 году — к 50-летию юбилея покорения космического пространства, Генассамблея ООН провозгласила праздник Международным днем полета человека в космос. Сначала резолюцию поддержали более 60 стран, но уже на следующий год количество государств, которые стали отмечать День космонавтики, значительно увеличилось. В России День космонавтики является памятной датой, и отмечается 12 апреля в соответствии с указом от 13 марта 1995 года.

Характерные черты события:

- поднимает патриотизм;

- способствует сохранению памяти о событии у нового поколения;

- привлекает большое количество туристов и экскурсантов;

- празднуется на международном уровне;

- специально для этого события разработаны маршруты и туры для региональных туристов (трансфер + экскурсии);

- 12 апреля не является выходным днем и, как правило, на улице еще холодно;

- целевая аудитория достаточно узкая: дети и пенсионеры;

- слабая реклама и анонс мероприятий в интернете и соцсетях;

- низкий уровень организации для создания атмосферы праздника.

Сформулируйте стратегию развития и продвижения события для разных городов РФ. Приведите желательный список партнеров. Сформулируйте условия для усиления позитивного влияния события «День космонавтики» на экономику города. Проведите SWOT-анализ события «День космонавтики». Ответ обоснуйте.