

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете Краснодарского
филиала Финансового университета
Протокол № 29
«24» июня 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского
филиала
Финансового университета
Э.В. Соболев

«24» июня 2025 г.



ПРОГРАММА

повышения квалификации

«Event-маркетинг: от концепции до результата»

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Event-маркетинг: от концепции до результата»

Общая характеристика программы

Цель программы – формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций в области Event-маркетинга. Программа направлена на формирование у слушателей глубоких знаний и практических навыков в области event-маркетинга. Участники научатся разрабатывать и реализовывать эффективные стратегии для организации мероприятий, которые будут способствовать достижению бизнес-целей и повышению лояльности клиентов.

Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке ДПП:

1. Профессиональный стандарт «Маркетолог» (приказ Минтруда РФ № 366н от 04.06.2018);
2. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих (ЕКСД).

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения:

- способность разрабатывать и реализовывать концепции мероприятий, соответствующие целям и задачам компании;
- способность эффективно управлять проектами, включая планирование, организацию и контроль всех этапов мероприятия;
- способность использовать современные инструменты и методы продвижения мероприятий, включая использование цифровых платформ и социальных сетей.

Планируемые результаты обучения по программе

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- основные принципы и методы event-маркетинга;
- этапы планирования и организации мероприятий.
- инструменты оценки эффективности мероприятий и их влияние на маркетинговую стратегию.

Уметь:

- разрабатывать концепции и сценарии мероприятий, учитывая потребности целевой аудитории;
- планировать бюджет и логистику мероприятий, а также управлять рисками;

- использовать различные каналы продвижения для привлечения участников и партнеров.

Владеть:

- навыками работы с инструментами аналитики для оценки результатов мероприятий;
- умением вести переговоры и взаимодействовать с подрядчиками и партнерами;
- компетенциями в области креативного мышления и решения нестандартных задач в процессе организации мероприятий.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете Краснодарского
филиала Финансового университета
Протокол № 29
«24» июня 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского
филиала
Финансового университета
Э.В. Соболев

«24» июня 2025 г.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Event-маркетинг: от концепции до результата»

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие высшее образование.
Категория слушателей	Программа предназначена для: - специалистов по маркетингу и PR - менеджеров по организации мероприятий - владельцев бизнеса и предпринимателей - студентов и выпускников, заинтересованных в сфере event-маркетинга.
Срок обучения	36 акад. часов, 2 недели
Форма обучения	Очная-заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	4 часа в день

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Event-маркетинг: от концепции до результата»

№	Наименование раздела, темы	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форма контроля
			Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	
			Всего часов	из них			
				Лекции	Практи- ческие занятия		
1	Тема 1. Основы event-маркетинга. Введение в event-маркетинг. Роль мероприятий в маркетинговой стратегии. Типы мероприятий и их цели	6	4	2	2	2	проектная работа
2	Тема 2. Разработка концепции мероприятия. Формулирование целей и задач. Определение целевой аудитории. Создание уникальной концепции и креативного решения	6	4	2	2	2	
3	Тема 3. Планирование и организация. Составление бюджета и финансовое планирование. Выбор места проведения и логистика. Работа с подрядчиками и партнерами	6	4	2	2	2	
4	Тема 4. Продвижение мероприятия. Стратегии продвижения и рекламные каналы. Использование социальных сетей и цифровых технологий PR и взаимодействие с медиа	8	4	2	2	4	
5	Тема 5. Оценка результатов. Методы оценки эффективности мероприятия. Сбор и анализ обратной связи. Подготовка отчетности и рекомендации по улучшению	8	4	2	2	4	проектная работа
6	Итоговая аттестация	2				2	
	ВСЕГО	36	20	10	10	16	Зачет

Разработчики программы:

Кылчик О.А., маркетолог ИП «VN Consulting», эксперт по организации маркетинговых мероприятий и бизнес-трекингу.

Зинченко Н.В., канд.экон.наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ.

Директор
Центра дополнительного образования



Ю.А. Рюмина

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
 «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Краснодарский филиал
 Центр дополнительного образования

Календарный учебный график

Программа повышения квалификации
 «Event-маркетинг: от концепции до результата»

Объем программы – 36 часов.
 Продолжительность обучения – 2 недели

Наименование дисциплин, тем	1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	КР	СР	П	С	ПА	ИА	Всего
Тема 1. Основы event-маркетинга. Введение в event-маркетинг. Роль мероприятий в маркетинговой стратегии. Типы мероприятий и их цели	4							2					6
Тема 2. Разработка концепции мероприятия. Формулирование целей и задач. Определение целевой аудитории. Создание уникальной концепции и креативного решения		4						2					6
Тема 3. Планирование и организация. Составление бюджета и финансовое планирование. Выбор места проведения и логистика. Работа с подрядчиками и партнерами			4					2					6
Тема 4. Продвижение мероприятия. Стратегии продвижения и рекламные каналы. Использование социальных сетей и цифровых технологий PR и взаимодействие с медиа				4				4					8
Тема 5. Оценка результатов. Методы оценки эффективности мероприятия. Сбор и анализ обратной связи. Подготовка отчетности и рекомендации по улучшению					4			4					8
Итоговая аттестация								2					2
Итого	4	4	4	4	4			16					36

Форма обучения – очная-заочная с применением дистанционных технологий.

Директор Центра дополнительного образования

«24» июня 2025 г

 Ю.А. Рюмина

Содержание тем

Тема 1. Основы event-маркетинга

В этой теме слушатели познакомятся с основами event-маркетинга, включая его роль в маркетинговой стратегии. Будут рассмотрены различные типы мероприятий и их цели, что поможет понять, как мероприятия могут поддерживать общие бизнес-цели и привлекать целевую аудиторию.

Тема 2. Разработка концепции мероприятия

Слушатели научатся формулировать цели и задачи мероприятия, а также определять целевую аудиторию. Важным аспектом будет создание уникальной концепции и креативного решения, что обеспечит запоминаемость и привлекательность мероприятия.

Тема 3. Планирование и организация

Эта тема охватывает ключевые аспекты планирования, включая составление бюджета и финансовое планирование, выбор места проведения и организацию логистики. Также будет уделено внимание работе с подрядчиками и партнерами, что является важным для успешного выполнения мероприятий.

Тема 4. Продвижение мероприятия

Слушатели изучат стратегии продвижения и рекламные каналы, включая использование социальных сетей и цифровых технологий. Также будет рассмотрено взаимодействие с медиа и PR, что поможет эффективно привлекать участников и создавать положительный имидж мероприятия.

Тема 5. Оценка результатов

В этой теме будут представлены методы оценки эффективности мероприятия, включая сбор и анализ обратной связи. Слушатели научатся готовить отчетность и формулировать рекомендации по улучшению, что позволит повышать качество будущих мероприятий.

Содержание практических занятий

№ модуля	Наименование (содержание) тем, по которым предусмотрено практическое занятие	Формы и методы проведения
1	Тема 1. Основы event-маркетинга. Введение в event-маркетинг. Роль мероприятий в маркетинговой стратегии. Типы мероприятий и их цели	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 2. Разработка концепции мероприятия. Формулирование целей и задач. Определение целевой аудитории. Создание уникальной концепции и креативного решения	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
3	Тема 3. Планирование и организация. Составление бюджета и финансовое планирование.	Устный опрос, выполнение

	Выбор места проведения и логистика. Работа с подрядчиками и партнерами	практических заданий, анализ конкретных ситуаций, обмен опытом
4	Тема 4. Продвижение мероприятия. Стратегии продвижения и рекламные каналы. Использование социальных сетей и цифровых технологий PR и взаимодействие с медиа	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
5	Тема 5. Оценка результатов. Методы оценки эффективности мероприятия. Сбор и анализ обратной связи. Подготовка отчетности и рекомендации по улучшению	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) тем	Формы и методы проведения
1	Тема 1. Основы event-маркетинга. Введение в event-маркетинг. Роль мероприятий в маркетинговой стратегии. Типы мероприятий и их цели	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 2. Разработка концепции мероприятия. Формулирование целей и задач. Определение целевой аудитории. Создание уникальной концепции и креативного решения	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
3	Тема 3. Планирование и организация. Составление бюджета и финансовое планирование. Выбор места проведения и логистика. Работа с подрядчиками и партнерами	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
4	Тема 4. Продвижение мероприятия. Стратегии продвижения и рекламные каналы. Использование социальных сетей и цифровых технологий PR и взаимодействие с медиа	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
5	Тема 5. Оценка результатов. Методы оценки эффективности мероприятия. Сбор и анализ обратной связи. Подготовка отчетности и рекомендации по улучшению	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Основная литература

1. Буряк, А. Ю. Event-маркетинг: от идеи до реализации. — М.: Альпина Пабlishер, 2019.
2. Долгова, И. Ю. PR и event: как создать успешное мероприятие. — М.: РИПОЛ Классик, 2018.

3. Смирнова, Н. В. Организация мероприятий: теория и практика. — М.: Юрайт, 2021.

Дополнительная литература

1. Григорьева, Т. А. Социальные сети в event-маркетинге. — М.: Инфра-М, 2020.

2. Кравченко, С. И. Контент-маркетинг: от стратегии до реализации. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.

Организационно-педагогические условия реализации программы повышения квалификации

1. Материально-технические условия, необходимые для осуществления образовательного процесса

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебный интерактивный класс	Лекции Практические занятия	Мультимедийное оборудование, компьютеры. Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов.

Материально-технические условия соответствуют действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

***Примечание.** В случае проведения учебных занятий с применением электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ) у слушателя должен быть персональный компьютер, оснащенный аудиоколонками, с доступом в сеть интернет и установленным видеоплеером, способным воспроизводить видеофайлы.*

2. Перечень информационных технологий и учебно-методическим условий, используемых при осуществлении образовательного процесса

При проведении занятий с применением ЭО и ДОТ проведение вебинаров для слушателей осуществляется в удаленном доступе. Преподавателями используются компьютерные презентации, работа в чате, индивидуальное консультирование слушателей.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды

Электронные информационные ресурсы	Вид Занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Система дистанционного обучения, система	Итоговая аттестация	Компьютер, подключенный к сети Интернет; интернет-браузер;

видеоконференцсвязи		Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов
---------------------	--	--

3. Организация образовательного процесса

В образовательном процессе используются разнообразные формы работы со слушателями, такие, как:

- лекция (видеолекция) с мультимедийным сопровождением по наиболее сложным вопросам программы;
- лекция-вебинар с использованием современных технических средств обучения;
- практические занятия и самостоятельная работа с использованием современных технических средств обучения;
- кейс-стади (в том числе видео-кейсы) – изучение конкретных ситуаций из практики (casestudy), для выполнения данного вида заданий обучающимся должна быть представлена в письменной форме информация относительно реальной ситуации (профессиональной или жизненной) и поставлены конкретные задачи её изучения проблемы, обучающиеся анализируют различные аспекты проблемы и предлагают выработанные решения;
- Тестирование, как метод оценки знаний, умений, навыков обучающихся и др.

Обучение проводится, в том числе с использованием ЭО и ДОТ, реализуемых посредством информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии слушателей и педагогических работников.

В процессе обучения слушатели обеспечиваются необходимыми для эффективного прохождения обучения учебно-методическими материалами и информационными ресурсами в объеме изучаемого курса, которые могут быть объединены в учебно-методический комплекс. Материалы учебно-методического комплекса доводятся до всех слушателей курса.

Итоговая аттестация проводится на образовательном портале Финансового университета посредством информационно-телекоммуникационных сетей.

3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Обучение по программе осуществляют высококвалифицированные преподаватели Финуниверситета и специалисты-практики.

Описание системы оценки качества освоения программы

В систему оценки качества освоения программы входят:

- текущий контроль;
- итоговая аттестация.

1. Текущий контроль успеваемости реализуется в ходе проведения практических занятий в форме устного опроса, обмена опытом работы, выступлений слушателей по узловым вопросам программы, путем выполнения практических заданий, разбора конкретных ситуаций, тестирования.

2. Форма итоговой аттестации – зачет в форме тестирования.

Примеры тестовых заданий для итоговой аттестации:

1. Какой из следующих элементов является ключевым в планировании мероприятия?

- A) Выбор места
- B) Определение бюджета
- C) Разработка концепции
- D) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: D

2. Что такое ROI в контексте мероприятий?

- A) Return on Investment
- B) Rate of Interest
- C) Return on Income
- D) Revenue on Investment

Правильный ответ: A

3. Какой из следующих методов наиболее эффективен для продвижения мероприятия через социальные сети?

- A) Реклама в печатных изданиях
- B) Использование хештегов
- C) Рассылка приглашений по почте
- D) Размещение баннеров на улице

Правильный ответ: B

4. Какова основная цель event-маркетинга?

- A) Увеличение продаж
- B) Создание положительного имиджа компании
- C) Привлечение новых клиентов
- D) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: D

5. Что такое "после мероприятия" анализ?

- A) Оценка успеха мероприятия
- B) Подготовка к следующему мероприятию
- C) Сбор отзывов участников

D) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: D

6. Какой из следующих факторов не влияет на выбор места проведения мероприятия?

A) Вместимость

B) Локация

C) Тематика мероприятия

D) Наличие парковки

Правильный ответ: C

7. Какой из следующих типов мероприятий считается корпоративным?

A) Конференция

B) Фестиваль

C) Свадьба

D) День рождения

Правильный ответ: A

8. Какой инструмент используется для оценки удовлетворенности участников после мероприятия?

A) Опрос

B) Наблюдение

C) Интервью

D) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: A

9. Какой из следующих аспектов является частью стратегии PR для мероприятий?

A) Работа с прессой

B) Создание рекламных материалов

C) Организация фуршета

D) Подбор музыки

Правильный ответ: A

10. Какое значение имеет бюджет в процессе планирования мероприятия?

A) Определяет масштаб мероприятия

B) Указывает на целевую аудиторию

C) Задаёт сроки проведения

D) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: A

Эти задания помогут оценить знания студентов по основным аспектам event-маркетинга.

Порядок проведения: тестирование проводится с личного компьютера, 25 тестовых вопросов, которые соответствуют темам, рассмотренным в рамках всей учебной программы, количество попыток – 2.

Для получения зачета необходимо правильно ответить не менее чем на 20 тестовых вопросов в любой попытке.

Слушателям, которые успешно прошли итоговую аттестацию выдается **удостоверение о повышении квалификации Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.**

Программа рассмотрена и утверждена
на заседании Ученого совета Краснодарского филиала
Протокол от 24.06.2025 г. № 29

Директор
Центра дополнительного образования
«24» июня 2025 г.



____ Ю.А. Рюмина