

АНОТАЦІЯ

Марчук І.С. Розробка стратегії просування івент-заходів ЗВО (на прикладі Міжнародного конкурсу для студентів і школярів «Реклама-Фест»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика». Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі було зазначено теоретичні аспекти просування івент-заходів у вищих навчальних закладах, визначено основні різновиди івент-заходів у ЗВО та ключові канали їх просування, а також методи та інструменти просування івент-заходів, проведена оцінка існуючих підходів до просування івентів у ЗВО.

Було розглянуто загальну характеристику ОНЕУ та кафедри ММЛ як організаторів Міжнародного конкурсу для студентів і школярів «Реклама-Фест», детально було розглянуто конкурс «Реклама-Фест», проведено аналіз цільової аудиторії та каналів комунікації, проаналізовано поточну стратегію просування конкурсу, а також проаналізовано конкурентні заходи у мережі Інтернет.

Надано пропозиції щодо вдосконалення стратегії просування та була оцінена ефективність запропонованої стратегії просування конкурсу «Реклама-Фест».

Ключові слова: маркетинг, івент-маркетинг, івент-заходи, «Реклама-Фест», просування, стратегія.

ANNOTATION

Marchuk I. Development of a strategy for the promotion of events of higher education institutions (The International contest "Reklama-Fest" as a case study)

Qualification work for obtaining a master's degree in the specialty "075 Marketing" under the educational program "Marketing and International Logistics". Odesa National University of Economics. - Odesa, 2024.

In the work, the theoretical aspects of the promotion of events in higher educational institutions were specified, the main types of events in higher education institutions and the key channels of their promotion, as well as methods and tools for the promotion of events were determined, and an assessment of existing approaches to the promotion of events in higher education institutions was carried out.

The general characteristics of ONEU and the MML department as organizers of the International Competition for students and schoolchildren "Reklama-Fest" were considered, the "Reklama-Fest" competition was considered in detail, an analysis of the target audience and communication channels was carried out, the current strategy of promoting the competition was analyzed, and competitive activities on the Internet..

Suggestions were made to improve the promotion strategy and the effectiveness of the proposed promotion strategy for the "Reklama-Fest" competition was assessed.

Keywords: marketing, event marketing, event activities, "Reklama-Fest", promotion, strategy.