

АНОТАЦІЯ

Орловська С. С. Використання івент-маркетингу в діяльності закладів вищої освіти (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 сутність та принципи івент-маркетингу, визначено основні переваги та функціональні напрямки його використання, досліджено особливості використання івент-маркетингу у діяльності закладів вищої освіти.

Було охарактеризовано ОНЕУ та кафедру ММЛ як організаторів Міжнародного конкурсу для студентів і школярів «Реклама-Фест», детально проаналізовано процес організації конкурсу, зокрема, його просування, проведено оцінку ефективності ключових аспектів організаційного процесу.

Було розроблено комплекс рекомендацій з удосконалення процесу організації та просування конкурсу «Реклама-Фест», обґрунтовано ефективність впровадження усіх запропонованих дій та складено план їх впровадження.

Ключові слова: маркетинг, івент-маркетинг, івент-менеджмент, івент-маркетинг ЗВО, «Реклама-Фест»

ANNOTATION

Orlovska S. The use of event marketing in higher education institutions (The International contest «Reklama-Fest» as a case study)

Qualification work for obtaining the educational degree of Master in the specialty «075 Marketing» under the educational program «Marketing and International Logistics». Odessa National Economic University. – Odesa, 2024.

The work outlined the essence and principles of event marketing, identified the main advantages and functional areas of its use, investigated the features of the use of event marketing in the activities of higher education institutions.

The ONEU and the MML Department were characterized as organizers of the International Competition for Students and Schoolchildren «Reklama-Fest», analyzed the process of organizing the competition, in particular, its promotion, and assessed the effectiveness of key aspects of the organizational process.

A set of recommendations was developed to improve the process of organizing and promoting the «Reklama-Fest» competition, substantiated the effectiveness of the implementation of all proposed actions and drew up a plan for their implementation.

Keywords: marketing, event marketing, event management, event marketing of higher education institutions, «Reklama-Fest»