

Миссия / Mission



Миссия программы:

Миссия магистерской программы – подготовка высококвалифицированных профессионалов в области современных маркетинговых стратегий, а именно в использовании событий в маркетинговом пространстве (событийном маркетинге).

Mission of the program:

The mission of the Master's degree program is to prepare highly skilled professionals in the area of Event Marketing.

Цель магистерской программы:

Углубленная подготовка специалистов-маркетологов на английском языке в абсолютно новом направлении маркетинговой науки и практики - продвижении бренда во внутренней и/или внешней маркетинговой среде посредством организации специальных событий.

Aim of the program:

In-depth training of Marketing specialists in an absolutely new area of Marketing – Brand promotion through event organization in both internal and external marketing environment.

Результаты / Results

Результатом освоения магистерской программы является углубление и расширение компетенций в области экономики и управления, а именно, в сфере маркетинговых коммуникаций.

Students are expected to develop competencies in Economics and Management, in particular in Marketing communications.

Руководители магистерской программы / The Master's Program supervisors

• Попок Наталия Всеволодовна

кандидат филологических наук, доцент, декан факультета международных бизнес-коммуникаций; Doctor of Arts (Philology), docent, dean of the International Business Communication department;

• Могиленских Наталия Павловна

кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации;

Doctor of Arts (Philology), docent, head of Intercultural Economic Communication Chair.



Сферы профессиональной деятельности и места трудоустройства магистра
Spheres of professional activity and areas of employment for a Master's Degree holder

Программа обеспечивает широкий спектр возможностей трудоустройства в отделах маркетинга на производственных предприятиях, в сфере услуг, в медийных компаниях, рекламных и PR-агентствах.

The program provides for a wide range of opportunities for those who aim to work in Marketing departments of enterprises, service industry, mass media companies, advertising and PR agencies.

Места проведения практики:

ГК «Алютех», ООО «БСК», ЗАО «Интранзишн»

Дисциплины, формирующие основу магистерской программы / Core disciplines of the Master's program

- Стратегический маркетинг / Strategic Marketing
- Холистический маркетинг / Holistic Marketing
- Общий событийный маркетинг / General Event Marketing

Ключевые дисциплины по выбору / Optional disciplines at the discretion of a Master's student

- Специфика событийного маркетинга в отдельных сферах / Сервисные услуги в событийном маркетинге
- Межкультурная коммуникация в событийном маркетинге / Международная коммуникация
- Бизнес-протокол и коммуникация: кейсы и анализ / Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна
- Проектный менеджмент / Менеджмент событийности
- Event Marketing Specifics in Certain Spheres / Event Marketing Services
- Event Marketing Cross-cultural Communication / International Communication
- Business Protocol: Cases and Analysis / Professional Communication in the Sphere of Communicative Design
- Project Management / Event Management

Основные дисциплины: (государственный компонент)

- ✓ Информационные технологии в экономике и управлении
- ✓ Макроэкономика (продвинутый уровень)
- ✓ Микроэкономика (продвинутый уровень)
- ✓ Эконометрика (продвинутый уровень)

Main disciplines:

- ✓ IT in Economics and Management
- ✓ Macroeconomics (advanced level)
- ✓ Microeconomics (advanced level)
- ✓ Econometrics (advanced level)

Places of internship:

GC "Alutech", CJSC "In transition", Ltd. "БСК"

EVENT MARKETING

Сформировать у человека некое личностное отношение к бренду можно разными способами, но наиболее действенный – предоставить ему возможность почувствовать, получить реальный, буквальный опыт общения с маркой, чему способствует событийный маркетинг.

Знания, полученные после изучения курса:

- что представляет собой event-маркетинг как технология продвижения бренда;
- каковы способы создания креативных концепций событий;
- что определяет успех отдельных видов событий;
- почему событие – это проект;
- как искать нужных подрядчиков;
- как определять степень эффективности мероприятия.

А также Вы научитесь:

- создавать креативные концепции событий, используя разные технологии креатива;
- согласовывать креативную концепцию с платформой бренда;
- определять виды и способы участия компании в событиях различного типа;
- выбирать нужных подрядчиков;
- формулировать оптимальные цели события;
- находить критерии измерения эффективности событий

There exist several ways of developing a personal attitude to brand the most efficient of which is event marketing i.e. acquiring real life experience with brand.

The acquired competencies:

- the concept of event-marketing and its role in brand promotion.
- the methods of event creation.
- the determinants of success for certain events.
- event is a project. Why?
- how to find the right contractors.
- how to determine the event efficiency.

You will also learn:

- to develop creative event concepts using various creativity techniques;
- to match the creative concept with brand platform;
- to determine the ways and methods of company's participation in different events
- to choose the right contractors
- to formulate the optimal goals for the event
- to find the criteria of measuring the event effectiveness

Контактная информация:

220070, Минск, Партизанский проспект, 26, БГЭУ
Кафедра межкультурной экономической коммуникации размещается во 2 корпусе БГЭУ, аудитория 206

Телефон: 209 79 11

Электронный адрес: kmek@bseu.by

Contacts:

The Department of Cross-cultural
Economic Communication,

206/2, Partizanski av. 26, Minsk, 220070

Tel. 2097911

E-mail: kmek@bseu.by

Учреждение высшего образования
«Белорусский государственный
экономический университет»
Education establishment “Belarus State
Economic University”



Институт магистерской подготовки
Master's degree program

Вторая ступень высшего образования
(практико-ориентированная магистратура)
University Degree of the 2nd stage

Магистерская программа:
«Событийный маркетинг»
(на английском языке)

Master's Degree Program:
«Event Marketing»
(in English)

Присваиваемая степень:
магистр экономики и управления
Degree awarded:
Master of Economics and Management

Формы обучения: заочная
Forms of Education: Part-time

Учреждение высшего образования «Белорусский государственный экономический университет»	
Институт магистерской подготовки	
Вторая ступень высшего образования (практико-ориентированная магистратура)	
Кафедра:	Кафедра межкультурной экономической коммуникации
Специальность:	1-26 81 05 Маркетинг
Магистерская программа:	«Событийный маркетинг» (на английском языке)
Присваиваемая степень:	<u>магистр экономики и управления</u>
Формы обучения:	заочная
Руководители магистерской программы:	Попок Наталья Всеволодовна – кандидат филологических наук, доцент, декан факультета международных бизнес-коммуникаций; Могиленских Наталия Павловна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации.
Преподаватели:	Занятия ведут штатные преподаватели: доктора и кандидаты наук: <ol style="list-style-type: none"> 1. Акулич Иван Людвигович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга; 2. Петрушкевич Елена Николаевна – доктор экономических наук, профессор; 3. Железко Борис Александрович – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической информатики; 4. Могиленских Наталия Павловна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации, а также приглашаемые специалисты-практики из ГК «Алютех», Центр визуальных и исполнительских искусств «Арт Корпорейшн», СООО «Гейм Стрим», ПВТ, ЗАО «Интранзишн», Ассоциации «ФХРБ», ОО «БСК».
Миссия программы:	Миссия магистерской программы – подготовка высококвалифицированных профессионалов в области современных маркетинговых стратегий, а именно в использовании событий в маркетинговом пространстве (событийном маркетинге).
Цель магистерской программы:	Углубленная подготовка специалистов-маркетологов на английском языке в абсолютно новом направлении маркетинговой науки и практики - продвижении бренда во внутренней и/или внешней маркетинговой среде посредством организации специальных событий.
Краткое содержание магистерской программы:	Программа основана на событийности как главной составляющей маркетинговых коммуникаций конкурентной маркетинговой среды. Событие рассматривается в качестве средства достижения маркетинговых целей в продвижении товара или услуги. Большое внимание уделяется таким вопросам как специфика событийного маркетинга в отдельных сферах, межкультурные особенности организации событий,

	<p>роль бизнес-протокола, связи с общественностью, рекламная деятельность и т.п. Программа предусматривает приобретение профессиональных знаний, умений и навыков в анализе на базе понимания стратегического и организационного контекста всех маркетинговых коммуникаций предприятия с целью создания интегрированного в план маркетинговых коммуникаций события. Уникальность программы заключается в формировании глубоких профессиональных знаний в разработке приемов создания креативных концепций события и умении применить эти концепции с платформы выдвигаемого бренда.</p>
<p>Особенности магистерской программы и её конкурентные преимущества:</p>	<p>Программа нацелена на изучение принципов успеха в отдельных видах события, что способствует продвижению конкретных брендов и является универсальным инструментом изменения на внутреннем и внешнем уровне маркетинговой среды предприятия. Программой предусматривается большой спектр практического освоения мультикультурного аутентичного материала, а именно изучение кейсов ведущих мировых и отечественных брендов, на английском языке. Это единственная и первая на постсоветском пространстве магистерская программа в Республике Беларусь и одна из первых в Европе по событийному маркетингу. Ее уникальность также связана с тем, что это практико-ориентированная магистерская программа на английском языке заочной формы с элементами дистанционного обучения. Имеется возможность выбора дисциплин с учетом профессиональных интересов магистранта.</p>
<p>Основные дисциплины: (государственный компонент)</p>	<p>Информационные технологии в экономике и управлении Макроэкономика (продвинутый уровень) Микроэкономика (продвинутый уровень) Эконометрика (продвинутый уровень)</p>
<p>Дисциплины, формирующие основу магистерской программы</p>	<p>Стратегический маркетинг Холистический маркетинг Общий событийный маркетинг</p>
<p>Ключевые дисциплины по выбору:</p>	<p>Специфика событийного маркетинга в отдельных сферах/Сервисные услуги в событийном маркетинге</p> <p>Межкультурная коммуникация в событийном маркетинге/Международная коммуникация</p> <p>Бизнес-протокол и коммуникация: кейсы и анализ/Профессиональное общение в области коммуникативного дизайна</p> <p>Проектный менеджмент/Менеджмент событийности</p>
<p>Результаты освоения магистерской программы:</p>	<p>Результатом освоения магистерской программы является углубление и расширение компетенций в области экономики и управления, а именно, в сфере маркетинговых коммуникаций.</p>
<p>Места проведения</p>	<p>ГК «Алютех»;</p>

практики:	ОО «БСК»; ЗАО «Интранзишн».
Сферы профессиональной деятельности и места трудоустройства магистра:	Программа обеспечивает широкий спектр возможностей трудоустройства в отделах маркетинга на производственных предприятиях, в сфере услуг, в медийных компаниях, рекламных и PR-агентствах.
Контактная информация:	220070, Минск, Партизанский проспект, 26, БГЭУ Кафедра межкультурной экономической коммуникации размещается во 2 корпусе БГЭУ, аудитория 206 Телефон 209 79 11 Электронный адрес: kmek@bseu.by