

Специализированная магистратура Организация мероприятий





Специализированная магистратура

Организация мероприятий

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/journalism-communication/professional-master-degree/master-event-management

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Руководство курса

стр. 18

05

Структура и содержание

стр. 22

06

Методология

стр. 32

07

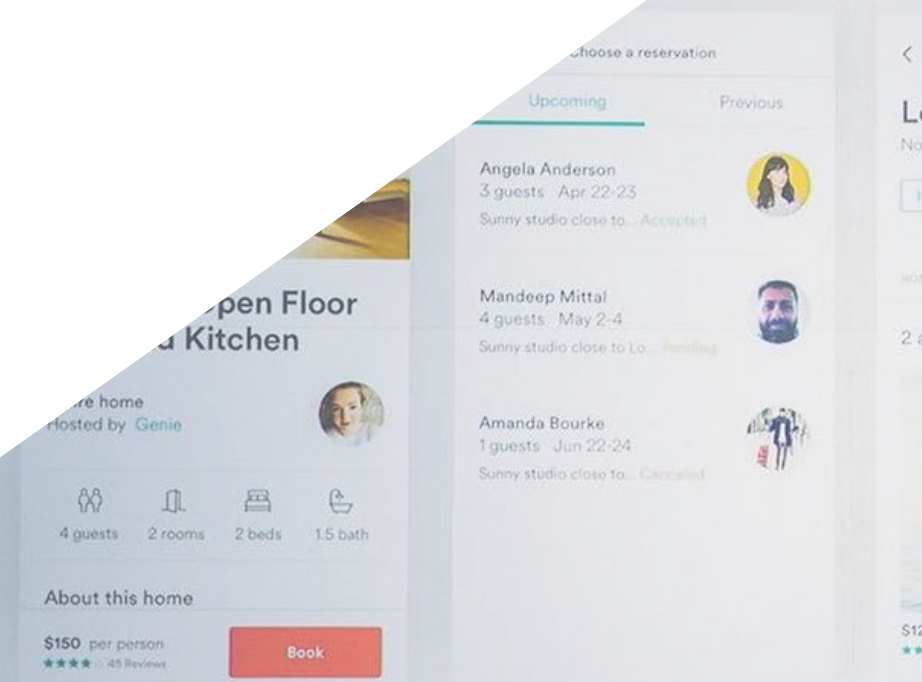
Квалификация

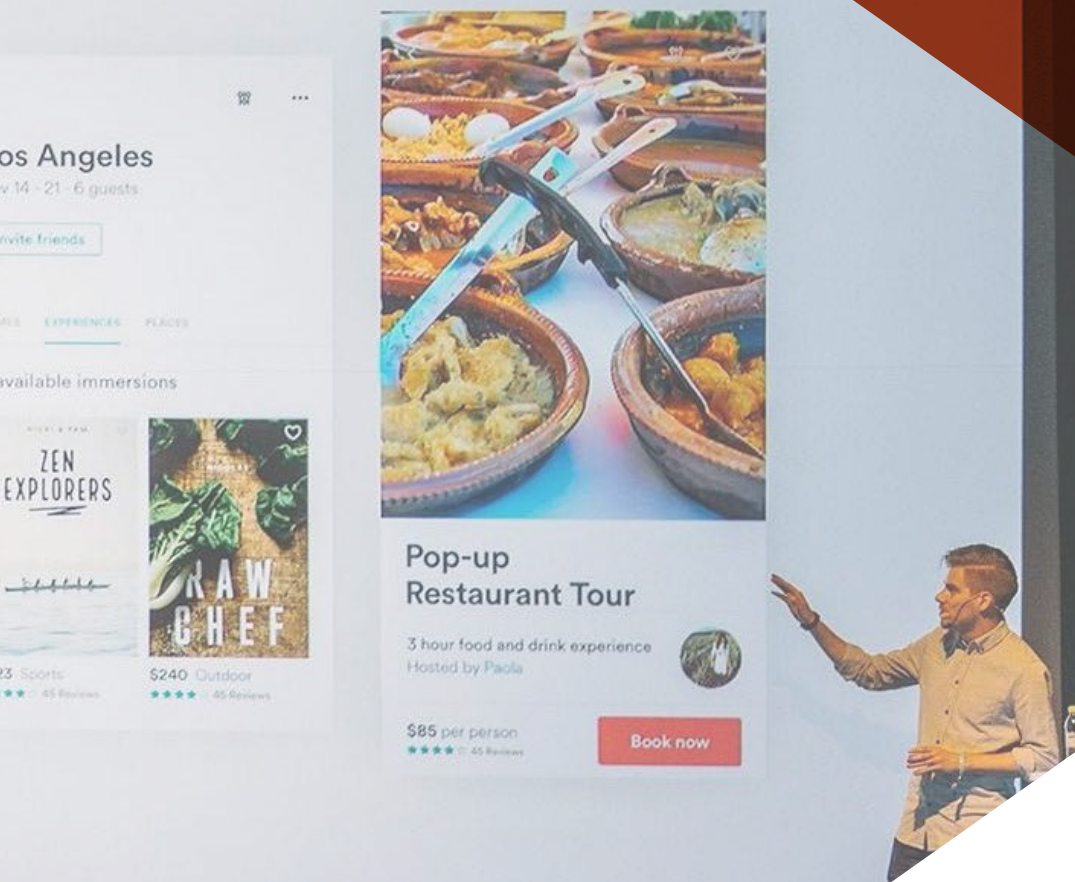
стр. 40

01

Презентация

На непрерывный ритм технологического и коммуникационного развития следует подстраиваться, меняя привычные планы и процессы. Больше недостаточно знать протокол или правила для особых событий, нужно думать гораздо шире, чтобы адаптироваться к новым формам и процедурам. Цели в социальной и деловой сферах могут быть те же: праздновать, общаться, проводить памятные мероприятия и другие. Но сейчас необходимо знать новые предложения и обновлять устаревшие методы и теории перед тем, как погрузиться в сложный мир коммуникации, дизайна, новых технологий, производства или сценического искусства. Для этого была создана эта 100% онлайн-программа с продолжительностью 12 месяцев, специально разработанная для углубленного освоения искусства организации мероприятий. Мощный инструмент коммуникации при правильном использовании.





“

Познакомьтесь с новыми формами и процедурами организации мероприятий как мощного коммуникационного инструмента для социальной и корпоративной среды”

Содержание этой программы поможет профессионалу стать настоящим хамелеоном, способным эффективно решать любые мелкие детали до, во время и после события. Специализированная магистратура, созданная эксклюзивно ТЕСН Технологическим университетом, представляет собой интенсивную программу, готовящую профессионалов в области коммуникации, журналистики или маркетинга к решению задач и принятию бизнес-решений в сфере организации мероприятий.

Для того чтобы правильно организовать мероприятие, необходимо владеть знаниями в области маркетинга, финансов, стратегии, коммуникации, организации, планирования, операций и логистики. Все эти компетенции обеспечат соответствующую ценность и знания для профессионального развития студента как внутри организации в руководящих должностях, так и в развитии собственного бизнеса, как *специалиста по организации мероприятий* или в собственном агентстве мероприятий.

Содержание программы создано профессионалами, которые успешно развивают свою профессиональную деятельность и имеют обширный опыт, как в бизнесе, так и в академической или преподавательской сфере. Это придает программе свою уникальность с превосходным содержанием и актуальными практическими случаями.

На протяжении 12 месяцев или 1 500 часов полностью онлайн-обучения студент будет анализировать разнообразные практические случаи как индивидуально, так и в команде. Это настоящее погружение в реальные бизнес-ситуации.

Учебный план охватывает знания, как теоретические, так и практические, необходимые любому профессионалу, заинтересованному в лидерстве в быстрорастущей отрасли. Это включает в себя более специфические компетенции, такие как определение целей, стратегий и коммерческих политик на рынке MICE, которые позволят анализировать, планировать, разрабатывать и осуществлять процедуры в сфере делового туризма и мероприятий.

Данная **Специализированная магистратура в области Организация мероприятий** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области коммуникации, маркетинга и организации мероприятий
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Хорошо организованное мероприятие содержит незаменимые аспекты финансов, маркетинга, коммуникаций и цифровизации. Узнайте все необходимое с помощью этой программы"

“

Вы определите цели, планы и коммерческую политику в соответствии с рынком MICE, чтобы выработать адекватную политику в соответствии с целями и стратегиями компании”

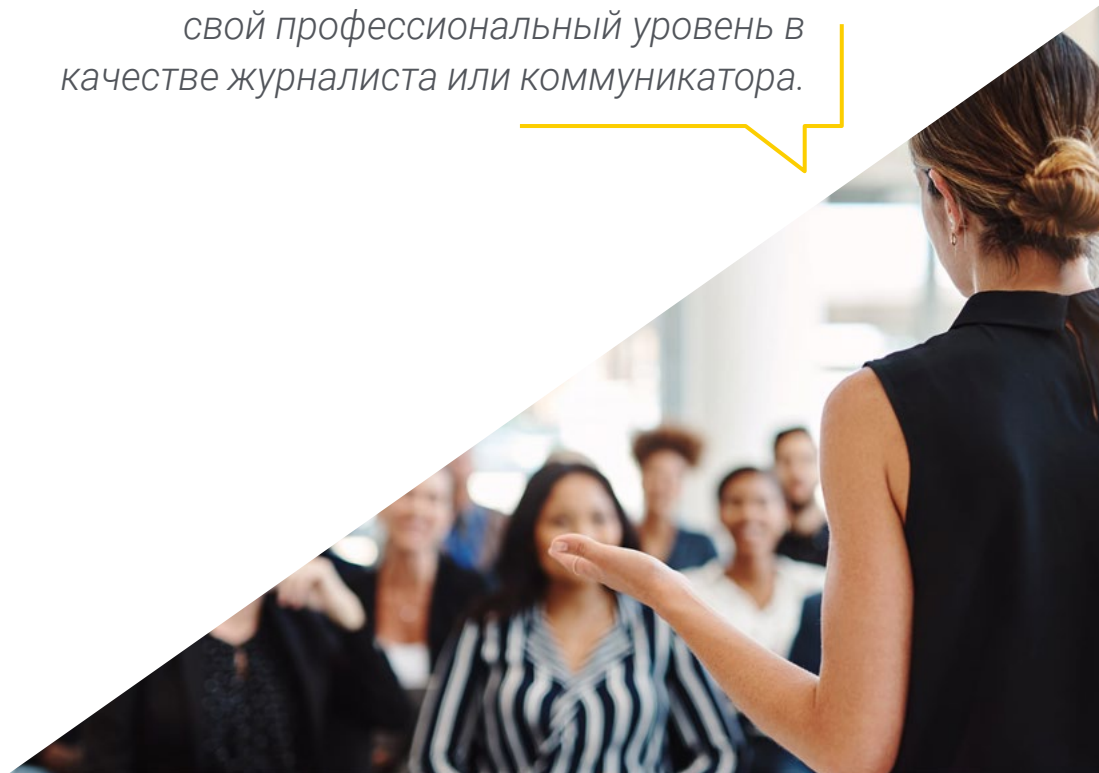
В преподавательский состав входят профессионалы отрасли, которые вносят свой опыт работы в эту программу, а также признанные специалисты, принадлежащие к ведущим научным сообществам и престижным университетам.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться решить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом вам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Научитесь профессионально организовывать мероприятия. Запишитесь прямо сейчас на Специализированную магистратуру в области организации мероприятий. Достигните своей цели за 12 месяцев и 100% в онлайн-режиме.

Достигните своих профессиональных целей, изучив эту программу с эксклюзивным содержанием, и повысьте свой профессиональный уровень в качестве журналиста или коммуникатора.



02

Цели

В связи с тем, что коммуникация и маркетинг играют важную роль в динамике и продуктивности бизнеса и общества в целом, организация мероприятий является фундаментальным инструментом, которым необходимо воспользоваться. Именно поэтому данная Специализированная магистратура ориентирована на предоставление специалисту необходимых навыков, обеспечивающих специализацию или возможность быть оригинальным в разработке и/или применении идей, а также их реализации, посредством управления многодисциплинарными и мультикультурными рабочими группами, принимая решения, способствующие достижению поставленных целей.



“

Программа, необходимая для закрепления, расширения и углубления знаний в области организации мероприятий. Откройте для себя широкие возможности на современном рынке”



Общие цели

- ♦ Получить знания и уметь их применять, обеспечивая специализацию или возможность для оригинальности в разработке и/или применении идей, обычно в исследовательском контексте
- ♦ Развить навыки межличностных отношений для управления многопрофильными и многокультурными рабочими командами
- ♦ Развивать навыки управления финансами (*финансовый менеджмент*)
- ♦ Получить глубокие знания о современных тенденциях в организации мероприятий
- ♦ Освоить цифровизацию мероприятия, наиболее используемые сегодня инструменты и новые тенденции
- ♦ Определять цели, стратегии и коммерческую политику на рынке MICE, чтобы установить соответствующую политику в соответствии с целями и стратегиями компании по организации мероприятий в сфере туризма
- ♦ Оценивать операционные процедуры в сфере делового туризма и мероприятий, чтобы провести полный анализ производственного процесса с точки зрения совершенства и качества обслуживания
- ♦ Понимать важность и организацию гибридных мероприятий
- ♦ Понять различные способы спонсирования мероприятия, деонтологическую и правовую среду и *комплаенс* требований различных секторов
- ♦ Представить спонсорское досье
- ♦ Понять новую реальность в организации мероприятий после большого кризиса, вызванного пандемией COVID-19





Конкретные цели

Модуль 1. Индустрия мероприятий и деловой туризм

- ♦ Углубить свои знания о *ключевых игроках* в секторе MICE
- ♦ Освоить важность *конгресс-бюро* и совместной работы с ними
- ♦ Управлять маркетингом *дестинации/мероприятия*
- ♦ Получить глубокие знания о *глобальной индустрии событий* и ее экономическом значении
- ♦ Развивать необходимые навыки для управления компанией по организации мероприятий в зависимости от типа мероприятия

Модуль 2. Дизайн мероприятий

- ♦ Освоить дизайн мероприятий в контексте экономики впечатлений, совместного творчества, *дизайн-мышления* и маркетинга
- ♦ Научиться планировать мероприятия для увеличения возврата инвестиций (ROI)
- ♦ Узнать о значении мероприятий как инструмента маркетинга в соответствии с тенденциями рынка
- ♦ Генерировать впечатления от мероприятий ("*экспериментальный маркетинг*") и иммерсивный опыт
- ♦ Эффективно проектировать пространства, вывески и персонализацию

Модуль 3. Планирование мероприятий

- ♦ Научиться составлять расписание мероприятия в соответствии с заданными параметрами
- ♦ Сделать постановку каждой из частей мероприятия
- ♦ Глубоко изучить, как организовать пространство, какие приоритеты и какой формат использовать
- ♦ Управлять распределением контента и спикеров в соответствии с потребностями и приоритетами
- ♦ Планировать доступ, безопасность и транспорт, основываясь на изучении возможностей места проведения мероприятия, его потенциала, инфраструктуры и предложения

Модуль 4. Создание номинаций мероприятия

- ♦ Составлять номинации мероприятия
- ♦ Научиться определять тип мероприятия в зависимости от дестинации
- ♦ Применять SWOT-анализ к дестинации и месту проведения мероприятия для принятия решений
- ♦ Анализировать возможности и качества дестинации для повышения ее качественной и количественной ценности

Модуль 5. Финансовый менеджмент

- ♦ Знать, как составить бюджет мероприятия с учетом отчета о прибылях и убытках
- ♦ Изучить движение денежных средств и его значение для принятия решений, инвестиций и амортизации
- ♦ Знать и оценивать ROI мероприятия с экономической точки зрения
- ♦ Анализировать возможные доходы, каналы финансирования и определять *Break Event*

Модуль 6. Стратегии управления в маркетинге и коммуникации

- ♦ Разработать коммуникационный план и его значение для мероприятия
- ♦ Освоить действия и инструменты рекламы и маркетинга для мероприятий
- ♦ Оценить новое поведение потребителей
- ♦ Определить ценность и назначение бренда
- ♦ Применять цели устойчивого развития при проведении мероприятий
- ♦ Изучить различные модели внутреннего и внешнего анализа

Модуль 7. Управление маркетингом и цифровизация мероприятий

- ♦ Понимать новые коммуникационные технологии
- ♦ Работать с сегментацией, метриками и анализом *больших данных*
- ♦ Оценивать преимущества и трудности цифровизации на мероприятиях
- ♦ Понимать и применять *бенчмаркинг*
- ♦ Управлять репутацией бренда
- ♦ Освоить социальные сети и их экосистемы в интересах развития мероприятия

Модуль 8. Управление операциями и логистика мероприятий

- ♦ Глубоко изучить основополагающие элементы логистики и операционной деятельности мероприятия
- ♦ Понимать управление персоналом как неотъемлемый фактор развития мероприятия
- ♦ Эффективно управлять отношениями с поставщиками, докладчиками и VIP-гостями
- ♦ Знать *сроки*, необходимые для эффективного монтажа и демонтажа мероприятия
- ♦ Оценивать различные сценарии, их сложности и возможности для успешного проведения мероприятия



Модуль 9. Спонсорство на мероприятиях

- ♦ Создавать спонсорское досье
- ♦ Получить глубокие знания о различных правовых, этических и *нормативных* аспектах в различных отраслях на практических примерах
- ♦ Изучить и осветить различные способы спонсирования мероприятий
- ♦ Распределять места для спонсирования, а также формировать политику спонсорства, *брендинга* и рекламы в зависимости от мероприятия и возможностей помещения
- ♦ Научиться рассчитывать и назначать цены на различные спонсируемые элементы
- ♦ Понять, насколько важно обеспечить известность спонсора и в то же время создать синергию с мероприятием

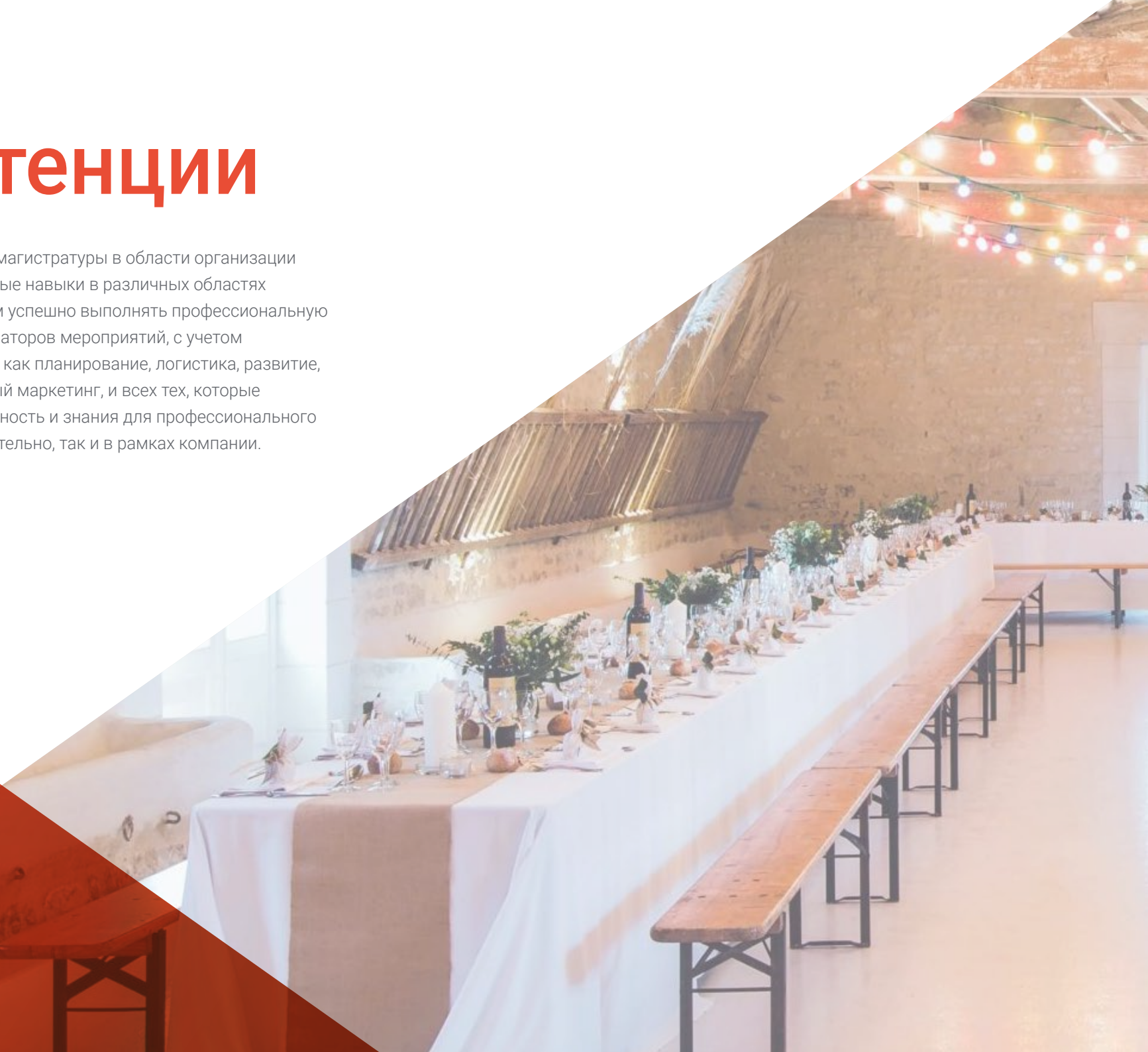
Модуль 10. Цифровизация мероприятий; разработка цифрового мероприятия

- ♦ Проанализировать новую реальность в организации мероприятий после кризиса, вызванного пандемией COVID-19
- ♦ Узнать все о цифровых мероприятиях и способах их проведения
- ♦ Подробно изучить гибридные мероприятия, их современное значение и будущее этих мероприятий
- ♦ Анализировать управление цифровым мероприятием и его важность
Расписание и *тайминг*
- ♦ Создавать виртуальные декорации. Знать ее элементы: *хромакей*, *Backscreen*, дополненная реальность и др
- ♦ Анализировать аудиторию и ее возможности, формы взаимодействия, как очные, так и виртуальные

03

Компетенции

Учащиеся Специализированной магистратуры в области организации мероприятий получат необходимые навыки в различных областях подготовки, которые позволят им успешно выполнять профессиональную деятельность в качестве организаторов мероприятий, с учетом специализации в таких областях, как планирование, логистика, развитие, финансы, цифровой и событийный маркетинг, и всех тех, которые обеспечат соответствующую ценность и знания для профессионального развития студента, как самостоятельно, так и в рамках компании.





“

Вы узнаете все необходимое для организации мероприятия, адаптированного к цифровой эпохе. Применяя правильные стратегии как для гибридных, так и для 100% цифровых мероприятий”



Общие профессиональные навыки

- ♦ Понимать индустрию мероприятий и деловой туризм
- ♦ Управлять проектами от сбора информации до их презентации
- ♦ Выполнять стратегическое планирование коммуникации и маркетинговый план в соответствии с поставленной целью
- ♦ Освоить различные техники и инструменты, задействованные в разработке мероприятий
- ♦ Владеть всеми элементами планирования мероприятий, от протокола, безопасности, логистики, гостей, спикеров, транспорта, времени и т.д.
- ♦ Применять фундаментальные концепции для планирования бюджета и его реализации
- ♦ Понимать новые коммуникационные технологии и их значение для создания гибридных или цифровых мероприятий
- ♦ Уметь эффективно доносить полученные результаты и аргументы до специализированной и неспециализированной аудитории в ясной и недвусмысленной форме





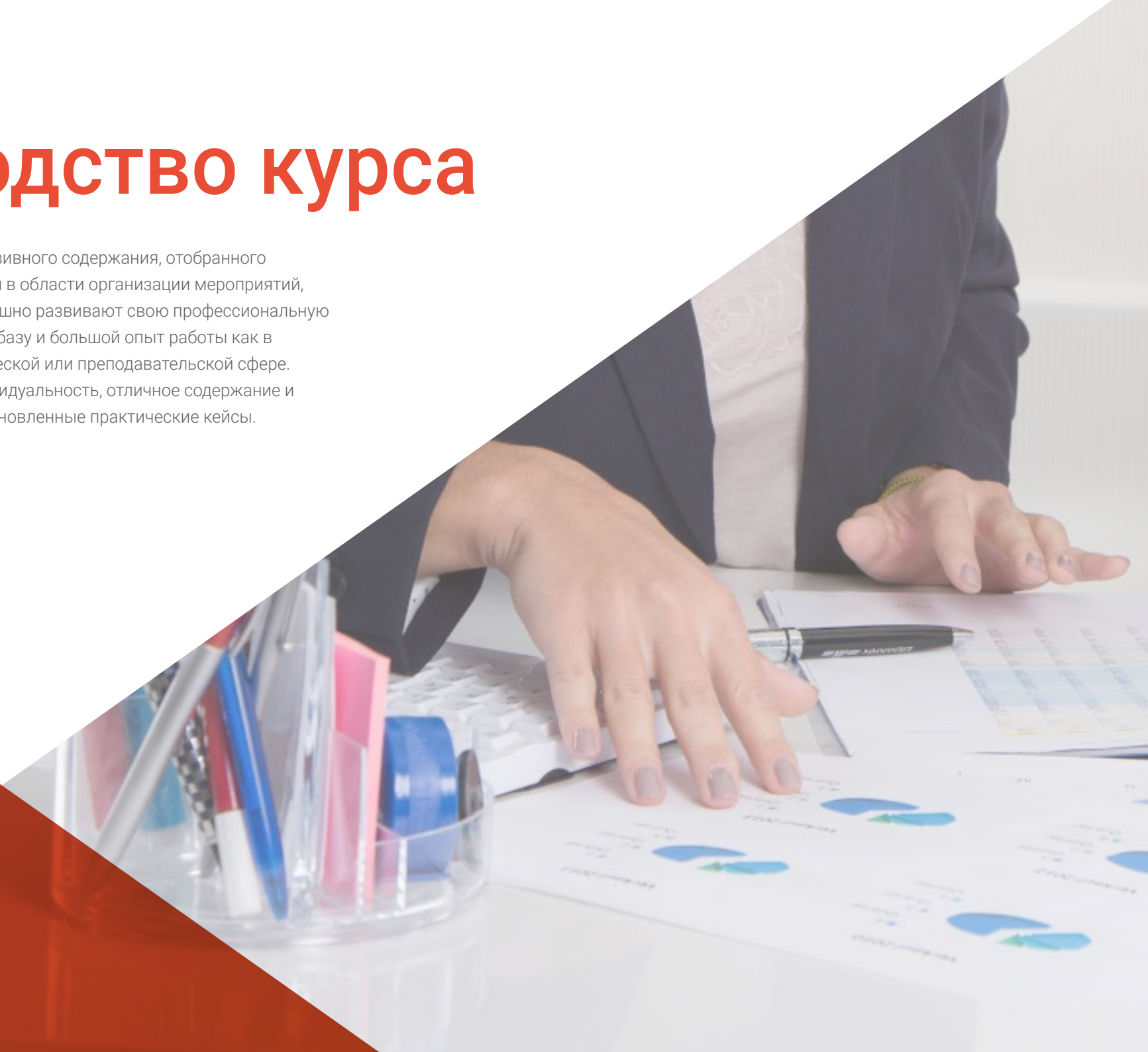
Профессиональные навыки

- ♦ Разрабатывать оригинальные идеи часто в исследовательском контексте
- ♦ Дифференцировать каждый тип мероприятия в зависимости от его цели и потребностей
- ♦ Управлять командами по коммуникации и маркетингу
- ♦ Внедрять новые тенденции в области иммерсивных и экспериментальных мероприятий
- ♦ Понимать сущность туризма MICE, сферу его деятельности и тех, кто в нем задействован
- ♦ Оценивать операционные процедуры в сфере делового туризма и мероприятий, чтобы провести полный анализ производственного процесса с точки зрения совершенства и качества обслуживания
- ♦ Понимать протокол действий в чрезвычайных ситуациях на мероприятии
- ♦ Управлять логистикой и организацией мероприятия в соответствии с потребностями мероприятия
- ♦ Знать социальные сети и важность прямого общения в коммуникации мероприятия
- ♦ Совместно с участниками координировать спонсорство мероприятий и их наиболее значимые аспекты
- ♦ Регулировать инциденты *на месте* и разрабатывать протоколы действий в каждом конкретном случае
- ♦ Освоить межличностные отношения как неотъемлемое средство управления для разработки и успешного проведения мероприятия
- ♦ Искать и управлять информацией из источников для принятия решений, способствующих достижению целей организации

04

Руководство курса

ТЕСН создал программу эксклюзивного содержания, отобранного профессиональными экспертами в области организации мероприятий, которые в настоящее время успешно развивают свою профессиональную деятельность и имеют широкую базу и большой опыт работы как в сфере бизнеса, так и в академической или преподавательской сфере. Это придает магистратуре индивидуальность, отличное содержание и непревзойденные, полностью обновленные практические кейсы.



“

Вы получите опыт работы с профессиональными преподавателями в этой области. Некоторые из них имеют выдающиеся публикации в научных журналах. Их исследования посвящены использованию новых технологий в сфере маркетинга и коммуникаций”

Руководство



Г-н Хиль Томас, Томми

- ♦ Основатель и генеральный директор компании Atelier MICE
- ♦ Советник по управлению проектами Всемирной конференции ЮНЕСКО по высшему образованию
- ♦ Директор по развитию компании Creativalab S.L.
- ♦ Директор Barcelona Congreso Médic S.L.
- ♦ Степень магистра в области маркетинг-менеджмента
- ♦ Степень магистра в области фармацевтического маркетинга в ISM-ESIC
- ♦ Диплом по налоговому праву в ESINE

Преподаватели

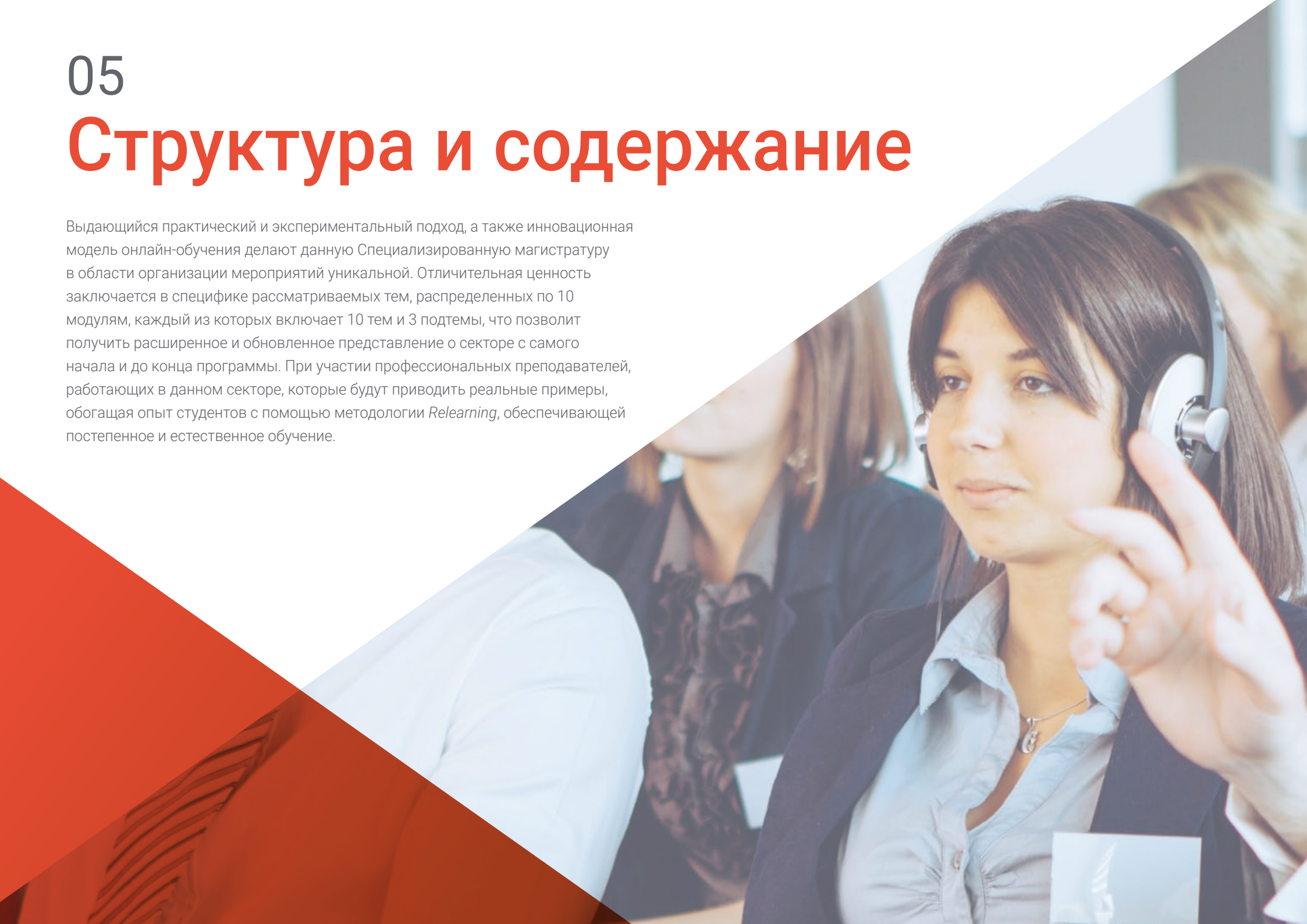
Г-н Перельо Собрепере, Марк

- ♦ Менеджер по корпоративным коммуникациям и маркетингу
- ♦ Директор отдела цифровых технологий и стратегии в Creativalab SL
- ♦ Директор и руководитель отдела коммуникаций и маркетинга в Abantia Group
- ♦ Директор и руководитель отдела коммуникаций и маркетинга в компании Managing Incompetence
- ♦ Преподаватель по маркетингу и коммуникациям в послевузовской подготовке
- ♦ Автор и соавтор статей для журналов, специализирующихся на коммуникациях
- ♦ Степень доктора в области коммуникационных наук в Университете Рамона Ллулла
- ♦ Степень бакалавра в области журналистики в Университете CEU Аббат Олиба
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и PR в Университете CEU Аббат Олиба
- ♦ Степень магистра в области гуманитарных и социальных наук в Университете CEU Аббат Олиба

05

Структура и содержание

Выдающийся практический и экспериментальный подход, а также инновационная модель онлайн-обучения делают данную Специализированную магистратуру в области организации мероприятий уникальной. Отличительная ценность заключается в специфике рассматриваемых тем, распределенных по 10 модулям, каждый из которых включает 10 тем и 3 подтемы, что позволит получить расширенное и обновленное представление о секторе с самого начала и до конца программы. При участии профессиональных преподавателей, работающих в данном секторе, которые будут приводить реальные примеры, обогащая опыт студентов с помощью методологии *Relearning*, обеспечивающей постепенное и естественное обучение.



“

Повышение квалификации и профессиональное обучение – основа вашего профессионального успеха. ТЕСН предлагает вам эту онлайн-программу, методология которой позволяет сэкономить многие часы обучения”

Модуль 1. Индустрия мероприятий и деловой туризм

- 1.1. Мир MICE
 - 1.1.1. Что такое отрасль MICE?
 - 1.1.2. Кто в него входит?
 - 1.1.3. Какова сфера их деятельности?
- 1.2. Заинтересованные стороны и обзор отрасли; экономическое воздействие
 - 1.2.1. Количество мероприятий и людей, которые ежегодно перемещаются
 - 1.2.2. Ожидания роста в период после COVID-19
- 1.3. Конгрессы, собрания, поощрительные мероприятия
 - 1.3.1. Что такое собрание, конгресс и поощрительное мероприятие?
 - 1.3.2. Основные различия между этими мероприятиями
 - 1.3.3. Типы собраний, конгрессов и поощрительных мероприятий
- 1.4. Торговые ярмарки
 - 1.4.1. Основные характеристики торговых ярмарок
 - 1.4.2. Типы ярмарок
 - 1.4.3. Торговая выставка
- 1.5. Роль конгресс-бюро
 - 1.5.1. Что такое конгресс-бюро?
 - 1.5.2. Цель конгресс-бюро
 - 1.5.3. Координация между государственными и частными органами
- 1.6. Маркетинг дестинации
 - 1.6.1. Сильные и слабые стороны дестинации
 - 1.6.2. Угрозы и преимущества дестинации
 - 1.6.3. Дифференциация и конкурентные преимущества
- 1.7. Культурные события
 - 1.7.1. Рынок культурных мероприятий
 - 1.7.2. Типы культурных мероприятий
 - 1.7.3. Как управлять прибыльными культурными событиями?
- 1.8. Музыкальные мероприятия
 - 1.8.1. Важность продажи билетов
 - 1.8.2. Мерчандайзинг и спонсорство концертов

- 1.9. Социальные мероприятия
 - 1.9.1. Роль организатора свадеб
 - 1.9.2. Праздники и другие празднования
- 1.10. Спортивные события
 - 1.10.1. Крупные спортивные события
 - 1.10.2. Регламент спортивных мероприятий
 - 1.10.3. Спонсорство

Модуль 2. Дизайн мероприятий

- 2.1. Управление проектами
 - 2.1.1. Сбор информации, начало проекта: Что нам нужно знать?
 - 2.1.2. Изучение возможных мест мероприятия
 - 2.1.3. Плюсы и минусы выбранных вариантов
- 2.2. Методы расследования. Дизайн-мышление
 - 2.2.1. Составление карты заинтересованных лиц
 - 2.2.2. Фокус-группа
 - 2.2.3. Бенчмаркинг
- 2.3. Экспериментальное дизайн-мышление
 - 2.3.1. Когнитивное погружение
 - 2.3.2. Скрытое наблюдение
 - 2.3.3. World Café
- 2.4. Определение целевой аудитории
 - 2.4.1. На какую аудиторию рассчитано мероприятие?
 - 2.4.2. Почему мы проводим мероприятие?
 - 2.4.3. Какова цель мероприятия?
- 2.5. Тенденции
 - 2.5.1. Новые тенденции в постановке
 - 2.5.2. Цифровые вклады
 - 2.5.3. Иммерсивные и экспериментальные события
- 2.6. Персонализация и оформление пространства
 - 2.6.1. Адаптация пространства к бренду
 - 2.6.2. Брендинг
 - 2.6.3. Руководство по бренду

- 2.7. Экспериментальный маркетинг
 - 2.7.1. Проживание опыта
 - 2.7.2. Иммерсивное мероприятие
 - 2.7.3. Побуждение к воспоминаниям
- 2.8. Вывески
 - 2.8.1. Техники оформления вывесок
 - 2.8.2. Видение обслуживающего персонала
 - 2.8.3. Согласованность сюжета. Мероприятие с вывесками
- 2.9. Места проведения мероприятия
 - 2.9.1. Изучение возможных мест проведения мероприятия. 5 Почему?
 - 2.9.2. Выбор места проведения в соответствии с мероприятием
 - 2.9.3. Критерии отбора
- 2.10. Предлагаемая расстановка. Типы мест проведения
 - 2.10.1. Новые предложения по постановке
 - 2.10.2. Приоритетность близости к выступающему
 - 2.10.3. Места, предназначенные для взаимодействия

Модуль 3. Планирование мероприятий

- 3.1. *Тайминг* и организация программы
 - 3.1.1. Доступное время для организации мероприятия
 - 3.1.2. Дни проведения мероприятия
 - 3.1.3. Деятельность мероприятия
- 3.2. Организация пространства
 - 3.2.1. Ожидаемое количество участников
 - 3.2.2. Количество одновременных залов
 - 3.2.3. Форматы залов
- 3.3. Выступающие и гости
 - 3.3.1. Выбор выступающих
 - 3.3.2. Контакт и подтверждение выступающих
 - 3.3.3. Управление участием выступающих

- 3.4. Протокол
 - 3.4.1. Круг приглашенных лиц
 - 3.4.2. Организация места управляющих
 - 3.4.3. Организация парламентов
- 3.5. Безопасность
 - 3.5.1. Контроль допуска: с точки зрения охраны
 - 3.5.2. Внутренний контроль пространства
- 3.6. Чрезвычайные ситуации
 - 3.6.1. План эвакуации
 - 3.6.2. Оценка нужд в чрезвычайных ситуациях
 - 3.6.3. Создание пункта медицинской помощи
- 3.7. Способности
 - 3.7.1. Оценка возможностей
 - 3.7.2. Распределение участников в центральном отделении
 - 3.7.3. Максимальные возможности и принимаемые решения
- 3.8. Доступы
 - 3.8.1. Исследование количества доступов
 - 3.8.2. Пропускная способность каждого из доступов
 - 3.8.3. Расчет *тайминга* для входа и выхода в каждой точке допуска
- 3.9. Транспортировка
 - 3.9.1. Оценка транспортных возможностей
 - 3.9.2. Транспортная доступность
 - 3.9.3. Личный или общественный транспорт. Плюсы и минусы
- 3.10. Локации
 - 3.10.1. Сколько локаций у мероприятия?
 - 3.10.2. Где они расположены?
 - 3.10.3. Легкость доступа к местам проведения мероприятия

Модуль 4. Создание номинаций мероприятия

- 4.1. Выбор дестинации
 - 4.1.1. Изучение дестинации
 - 4.1.2. Возможности дестинации; сильные стороны
 - 4.1.3. Инфраструктура дестинации
- 4.2. Преимущества дестинации
 - 4.2.1. Транспорт и легкость в доступе
 - 4.2.2. Жилье и места сбора
 - 4.2.3. Туристское предложение
- 4.3. Потенциал дестинации
 - 4.3.1. Тип мероприятия, которое можно провести
 - 4.3.2. Сколько рейсов, автомагистралей доступны
 - 4.3.3. Конференц-центры, заведения и гостиничные предложения
- 4.4. Культурное и развлекательное предложение дестинации
 - 4.4.1. Гастрономическое предложение дестинации
 - 4.4.2. Культурно-досуговое предложение дестинации
 - 4.4.3. Виды деятельности для проведения в дестинации
- 4.5. Жилье
 - 4.5.1. Изучение гостиничного предложения
 - 4.5.2. Изучение предложения квартир, кемпингов и др
 - 4.5.3. Предложение студенческих общежитий
- 4.6. Транспортировка
 - 4.6.1. Доступность к дестинации
 - 4.6.2. Доступность и транспорт к заведению
 - 4.6.3. Внутренние транспортные предложения дестинации
- 4.7. Университеты и исследовательские центры
 - 4.7.1. Знание количества университетов в дестинации
 - 4.7.2. Сколько исследовательских центров насчитывается
 - 4.7.3. Учебная программа или престиж университетов и исследовательских центров



- 4.8. Спортивные сооружения и культурные объекты
 - 4.8.1. Сколько спортивных сооружений имеется в дестинации
 - 4.8.2. Сколько культурных объектов имеется в дестинации
 - 4.8.3. Вместимость этих объектов и возможности их использования
- 4.9. Гастрономия, архитектура и искусство
 - 4.9.1. Гастрономическое предложение города. Рестораны, отмеченные звездами Мишлен
 - 4.9.2. Предложение музеев
 - 4.9.3. Известные архитекторы или уникальные здания дестинации
- 4.10. Конференц-центры и спортивные залы
 - 4.10.1. Количество конгрессных и конференц-центров
 - 4.10.2. Количество спортивных залов и павильонов
 - 4.10.3. Инфраструктура. Возможности конгрессных и спортивных залов

Модуль 5. Финансовый менеджмент

- 5.1. Бюджет мероприятия
 - 5.1.1. Реализация бюджета мероприятия
 - 5.1.2. *Тайминг* реализации бюджета
 - 5.1.3. Презентация бюджета
- 5.2. Доходы
 - 5.2.1. Виды доходов
 - 5.2.2. Возможности подтверждения доходов
 - 5.2.3. Средства для выплаты доходов
- 5.3. Расходы
 - 5.3.1. Виды расходов: постоянные и переменные
 - 5.3.2. Возможные действия, касающиеся затрат
 - 5.3.3. Платежные соглашения с поставщиками
- 5.4. План на случай непредвиденных обстоятельств
 - 5.4.1. Действия, которые необходимо предпринять в случае превышения уровня затрат
 - 5.4.2. Действия, которые необходимо предпринять в случае снижения доходов
 - 5.4.3. Процент непредвиденных расходов

- 5.5. Отчет о прибылях и убытках
 - 5.5.1. Составление отчета о прибылях и убытках
 - 5.5.2. Применение отчета о прибылях и убытках
 - 5.5.3. Действия, которые необходимо предпринять на основе отчета о прибылях и убытках
- 5.6. Управление прибылью
 - 5.6.1. Цель мероприятия и его прибыль
 - 5.6.2. Управление стипендиями и грантами
 - 5.6.3. Инвестиционные возможности
- 5.7. *Cash Flow*
 - 5.7.1. Что такое *Cash Flow*?
 - 5.7.2. Вклады в *Cash Flow*
 - 5.7.3. Действия, которые необходимо предпринять на основе *Cash Flow*
- 5.8. Налогообложение
 - 5.8.1. Налогообложение прибыли в зависимости от его использования
 - 5.8.2. НДС и его влияние (международное)
 - 5.8.3. Разница между компанией с ограниченной ответственностью и некоммерческой организацией
- 5.9. Управление комиссиями вознаграждение
 - 5.9.1. Определение необходимого количества комиссионных вознаграждений
 - 5.9.2. Управление комиссионными вознаграждениями в зависимости от клиента
 - 5.9.3. Соглашение о комиссионных вознаграждений с поставщиком
- 5.10. Амортизация. ROI
 - 5.10.1. Расчет окупаемости инвестиций
 - 5.10.2. *Тайминг* окупаемости инвестиций
 - 5.10.3. Амортизация инвестиций

Модуль 6. Стратегии управления в маркетинге и коммуникации

- 6.1. Стратегическая коммуникация
 - 6.1.1. Стратегическая коммуникация в мероприятиях
 - 6.1.2. Важность среды в стратегии
 - 6.1.3. Стремление брендов к *долгосрочной прибыли*
- 6.2. Поведение потребителей
 - 6.2.1. Новая интерпретация пирамиды Маслоу
 - 6.2.2. Психология современного потребителя
 - 6.2.3. Google заявляет о новой поведенческой модели
- 6.3. Цель бренда
 - 6.3.1. Текущая важность цели бренда
 - 6.3.2. Поиск ценности и цели бренда
 - 6.3.3. Интеграция или сосуществование цели с КСО
- 6.4. Устойчивое развитие как стратегия
 - 6.4.1. Открытие и практика устойчивого развития
 - 6.4.2. Коммуникация о целях устойчивого развития
 - 6.4.3. Внедрение ЦУР на мероприятиях
- 6.5. Глобальные проблемы коммуникации
 - 6.5.1. Теории международного маркетинга
 - 6.5.2. *Кросс-культурный* маркетинг и его применение
 - 6.5.3. Перенос брендов и сообщений в другие страны
- 6.6. Реклама и маркетинг
 - 6.6.1. Традиционная и цифровая реклама
 - 6.6.2. Креативность: искусство или наука
 - 6.6.3. Действия и инструменты для проведения мероприятий
- 6.7. Модели анализа
 - 6.7.1. Внутренний анализ: SWOT-анализы
 - 6.7.2. Стратегический анализ: Бостон и Ансофф
 - 6.7.3. Внешний анализ: 5 сил Портера и PESTEL

- 6.8. Связь со СМИ
 - 6.8.1. Пресс-конференции, пресс-релизы и другие инструменты
 - 6.8.2. Обучение пресс-секретарей
 - 6.8.3. Кризисная коммуникация
- 6.9. Связь с агентствами
 - 6.9.1. Тендеры, контракты и другие практики
 - 6.9.2. Управление проектами и их реализация
 - 6.9.3. Измерение и результаты проекта
- 6.10. Коммуникационный план
 - 6.10.1. Коммуникационный план
 - 6.10.2. Разработка тактической части коммуникационного плана
 - 6.10.3. Реализация и мониторинг коммуникационного плана

Модуль 7. Управление маркетингом и цифровизация мероприятий

- 7.1. Цифровизация на мероприятиях
 - 7.1.1. Новые коммуникационные технологии
 - 7.1.2. Цифровые мероприятия
 - 7.1.3. *Большие данные*. Метрики и аналитика
- 7.2. Цифровая сегментация
 - 7.2.1. Новые аудитории и типологии пользователей
 - 7.2.2. Новые переменные сегментации
 - 7.2.3. *Портрет покупателя* и его развитие
- 7.3. Цифровизация информации
 - 7.3.1. Мыслить и общаться в цифровом формате
 - 7.3.2. Новые модели *управления знаниями*
 - 7.3.3. *Фейковые новости* и другие враги цифровизации
- 7.4. Управление репутацией на цифровом уровне
 - 7.4.1. Индивидуальный бренд
 - 7.4.2. *Мониторинг социальных сетей*
 - 7.4.3. *Входящий* маркетинг

- 7.5. Цифровой брендинг
 - 7.5.1. Бренд-менеджмент
 - 7.5.2. Брендинг мероприятия
 - 7.5.3. Действия, которые необходимо предпринять на основе отчета о прибылях и убытках
- 7.6. Процесс бенчмаркинга
 - 7.6.1. Цель мероприятия
 - 7.6.2. Анализ конкуренции
 - 7.6.3. Бенчмаркинг результатов
- 7.7. Рекламная кампания для мероприятия
 - 7.7.1. *Brainstorming* и мозговой штурм
 - 7.7.2. Внутренняя и внешняя часть рекламной кампании
 - 7.7.3. Реализация и мониторинг рекламной кампании
- 7.8. Цифровые методы
 - 7.8.1. Установление целей и стратегий
 - 7.8.2. Выбор каналов и платформ
 - 7.8.3. Оптимизация результатов в реальном времени
- 7.9. Социальные сети
 - 7.9.1. Знание и использование социальных сетей
 - 7.9.2. Самые важные роли для мероприятия
 - 7.9.3. Выполнение прямой трансляции мероприятия в социальных сетях
- 7.10. Управление командами маркетинга и коммуникации
 - 7.10.1. Лидерские навыки
 - 7.10.2. Ключи к прагматичному менеджменту
 - 7.10.3. Повседневное управление

Модуль 8. Управление операциями и логистика мероприятий

- 8.1. Операции и логистика мероприятий
 - 8.1.1. Изучение потребностей мероприятия
 - 8.1.2. Планирование необходимых операций
 - 8.1.3. Знание потребностей персонала операции
- 8.2. Транспортная логистика и доступ
 - 8.2.1. Логистика в соответствии с видами транспорта мероприятия
 - 8.2.2. Логистика в соответствии с доступом
 - 8.2.3. Пропускная способность в пунктах доступа и транспорта
- 8.3. Управление кадровым составом мероприятия
 - 8.3.1. Типы кадровых ресурсов, доступных для мероприятия
 - 8.3.2. Внутренняя коммуникация
 - 8.3.3. Иерархии и система подчинения
- 8.4. Управление поставщиками
 - 8.4.1. Политика коммуникации с поставщиками
 - 8.4.2. Управление деятельностью каждого поставщика
 - 8.4.3. Адаптивность и потребности каждого поставщика
- 8.5. Работа с выступающими и VIP-гостями
 - 8.5.1. Протокол контакта с VIP-персонами
 - 8.5.2. Управление потребностями VIP-гостей (зоны доступа, охрана, транспорт и т.д.)
 - 8.5.3. Управление персоналом по уходу и помощи VIP-гостям. Докладчик
- 8.6. Управление доступностью
 - 8.6.1. Управление доступностью мероприятия. Необходимые задачи
 - 8.6.2. Гастрономия с учетом всех требований
 - 8.6.3. Инклюзивные программы для посетителей с ограниченными возможностями
- 8.7. Управление устойчивостью
 - 8.7.1. Местная гастрономия
 - 8.7.2. Утилизация отходов при проведении мероприятий
 - 8.7.3. Выбор экологических материалов и продуктов

- 8.8. *Трансферы* и внутренние транспортные операции
 - 8.8.1. Протокол для управления *трансферами* гостей
 - 8.8.2. Сложность аэропорта и его операций
 - 8.8.3. Управление и разрешение инцидентов
- 8.9. Операции по уходу за обслуживающим персоналом
 - 8.9.1. *Стойка приема гостей*
 - 8.9.2. Сегментация зон обслуживания
 - 8.9.3. Управление особыми инцидентами
- 8.10. Монтаж и демонтаж мероприятия
 - 8.10.1. Расчет *тайминга* и персонала для монтажа
 - 8.10.2. Требования к логистике монтажа
 - 8.10.3. Логистика демонтажа мероприятия

Модуль 9. Спонсорство на мероприятиях

- 9.1. Планирование и стратегия спонсорства: выбор *целевой группы*
 - 9.1.1. Аспекты, необходимые для анализа в спонсируемом секторе
 - 9.1.2. Выбор лучших спонсоров
 - 9.1.3. Что должно быть спонсировано и причины спонсорства
- 9.2. Политика сектора. Этический кодекс. *Комплаенс*
 - 9.2.1. Этический кодекс каждого сектора
 - 9.2.2. Управление данными спонсоров
 - 9.2.3. Отделы контроля *соответствия* и их значение
- 9.3. Формирование спонсорского досье. Презентация
 - 9.3.1. Презентация
 - 9.3.2. Идентификация
 - 9.3.3. Цели
- 9.4. Формирование спонсорского досье. Технические данные
 - 9.4.1. Определение индоссаментов и авалей
 - 9.4.2. Исторические данные
 - 9.4.3. Возможности спонсорства
- 9.5. Управление ценами продаж
 - 9.5.1. Расчет цен продажи спонсорской помощи
 - 9.5.2. Индивидуальная продажа по концепциям
 - 9.5.3. Групповые продажи различных спонсоров



- 9.6. Планы и расположение выставочных площадей
 - 9.6.1. Создание карты *стендов*
 - 9.6.2. Что должно быть отражено
 - 9.6.3. Движение посетителей
- 9.7. Планирование выставочной площади
 - 9.7.1. Визуализация
 - 9.7.2. Известность
 - 9.7.3. Справедливость с точки зрения количества участников
- 9.8. Маркетинговая политика
 - 9.8.1. Где продавать спонсорство
 - 9.8.2. Как продавать спонсорство
 - 9.8.3. Условия оплаты и штрафы
- 9.9. Управление и последующие действия по продаже спонсорской поддержки
 - 9.9.1. Реализация и прогнозирование спонсорской помощи
 - 9.9.2. Технично-экономическое обоснование (ТЭО)
 - 9.9.3. Достижение целей или переориентация
- 9.10. Лояльность спонсорства
 - 9.10.1. Действия по формированию лояльности спонсорства
 - 9.10.2. Услуги, которые должны быть предоставлены
 - 9.10.3. Улучшения или инновации

Модуль 10. Цифровизация мероприятий; разработка цифрового мероприятия

- 10.1. Эра COVID-19 на мероприятиях
 - 10.1.1. Важные моменты, которые необходимо знать
 - 10.1.2. *Тайминг* принятия решений
- 10.2. Цифровое планирование событий. Таблица
 - 10.2.1. Создание таблицы
 - 10.2.2. Элементы, которые необходимо учитывать в таблице
 - 10.2.3. Аспекты, которые должны быть отражены в таблице. Приоритеты
- 10.3. Выбор поставщиков
 - 10.3.1. Выбор технологического *партнера*
 - 10.3.2. Требования, запрашиваемые у поставщика
 - 10.3.3. Выбор поставщиков. Фактор цены vs. Фактор стоимости. Опыт

- 10.4. Управление сетями и интернетом
 - 10.4.1. Аспекты, которые необходимо учитывать в процессе управления сетями
 - 10.4.2. Заключение контракта на интернет-услуги
 - 10.4.3. Испытания сети на нагрузку и насыщенность
- 10.5. Цели охвата. Аудитория
 - 10.5.1. Определить целевую аудиторию
 - 10.5.2. Вещание на других языках
 - 10.5.3. Помещения для вещания
- 10.6. Взаимодействие участников *Голосование*
 - 10.6.1. Внедрение системы взаимодействия
 - 10.6.2. Элементы, которые должны быть учтены при взаимодействии участников
 - 10.6.3. Формы и процедуры для развития взаимодействия
- 10.7. Вводные видео. *Kyrons*. Музыка
 - 10.7.1. *Kyrons*
 - 10.7.2. Важность вступлений
 - 10.7.3. Ресурсы, которые нужно учитывать
- 10.8. Очная и цифровая координация. Выступающие *на месте* и удаленно
 - 10.8.1. Связь с выступающими
 - 10.8.2. Предоставление программы действий выступающим
 - 10.8.3. *Тайминг* и организация выступающих. Правила, которые необходимо соблюдать
- 10.9. Генерация виртуальных студий
 - 10.9.1. Хромакей
 - 10.9.2. Задняя часть
 - 10.9.3. *LED*-экран
- 10.10. Виртуальный и гибридный контроль мероприятия
 - 10.10.1. Мониторинг мероприятия через контроль
 - 10.10.2. Время и порядок трансляции
 - 10.10.3. Разрешение инцидентов в режиме реального времени

06

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как *Журнал медицины Новой Англии*.



“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям

“

Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке. Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*. Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти. Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



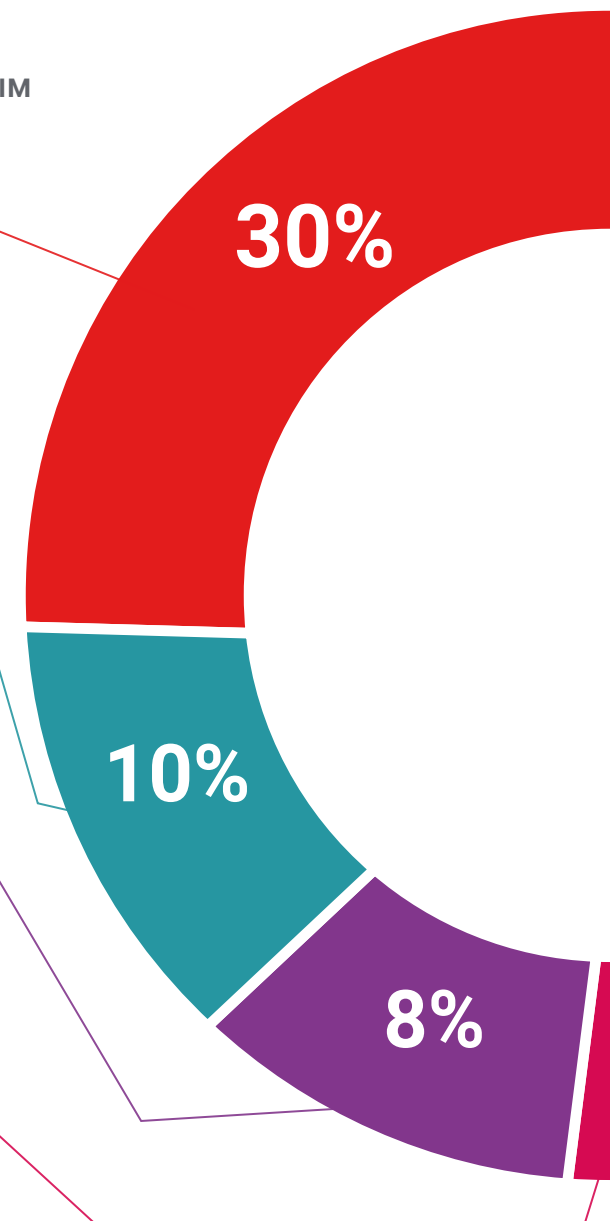
Практика навыков и компетенций

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



07

Квалификация

Специализированная магистратура в области Организация мероприятий гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

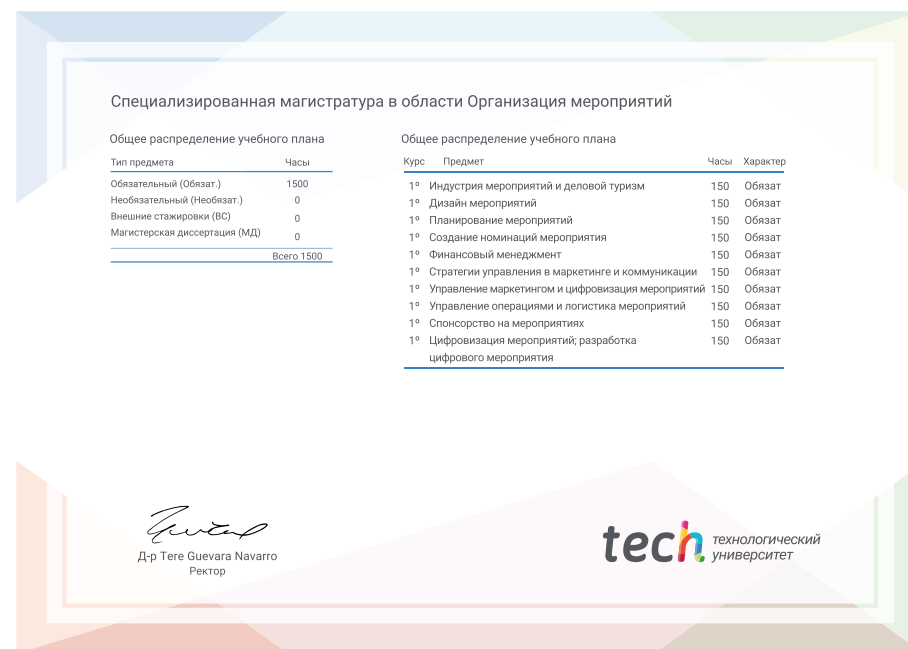
Успешно пройдите эту программу
и получите диплом без хлопот,
связанных с поездками и
оформлением документов”

Данная **Специализированная магистратура в области Организация мероприятий** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области Организация мероприятий**
Количество учебных часов: **1500 часов**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Специализированная
магистратура

Организация мероприятий

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура

Организация мероприятий