



Swiss International
Institute Lausanne

ВВЕДЕНИЕ В EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ

Event-менеджер — это не просто профессия, а искусство создавать незабываемые события, которые остаются в памяти участников надолго. Их работа охватывает широкий спектр задач: от тщательного планирования и координации до контроля бюджета и взаимодействия с клиентами и поставщиками.

Важность роли event-менеджера трудно переоценить. Они не просто организуют мероприятия, они создают атмосферу, которая вдохновляет и объединяет людей. Каждый элемент — от выбора места проведения до управления логистикой и техническим обеспечением — требует не только креативности, но и высокой степени ответственности. Event-менеджмент — это сложный процесс, в котором аналитические способности и умение быстро решать проблемы становятся ключевыми факторами успеха.

После успешного завершения двухмесячного обучения вы получите **сертификат от SIIL** на 8 ECTS-баллов по пройденным дисциплинам, которые вы сможете перезачесть при поступлении на образовательную программу SIIL, в соответствии с учебным планом. Так же, вы получите 2 профессиональных сертификата от **Wageningen University & Research** и **Indian Institute of Management Bangalore**.

Язык преподавания/экзаменов: Русский

Официальная продолжительность: 2 месяца.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Код дисциплины	Дисциплина	ECTS
BM0074	Введение в event-менеджмент	4
BM0018	Планирование конференций и мероприятий	4
EDX-S-0005	Будущее туризма	
EDX-B-0002	Управление взаимоотношениями с клиентами	

ДИСЦИПЛИНЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Введение в event-менеджмент

После изучения дисциплины студенты смогут:

1. Разбираться в основах event-менеджмента – понимать основные принципы, форматы мероприятий и модели их организации.
2. Ориентироваться в работе со стейкхолдерами – знать, кто участвует в организации событий, как взаимодействовать с заказчиками, партнерами и СМИ.
3. Понимать процесс формирования команды – какие роли есть в оргкомитете и как организуется работа команды.
4. Знать базовые принципы планирования бюджета и логистики – что включает смета, как организовать размещение и транспорт для участников.
5. Разбираться в вопросах безопасности мероприятий – какие есть риски и как выстраивается работа службы безопасности.
6. Иметь представление о PR и рекламе мероприятий – какие инструменты продвижения используются и как готовятся пресс-материалы.
7. Понимать, что происходит в день мероприятия – как координируется работа команд и решаются организационные вопросы.

Планирование конференций и мероприятий

После изучения дисциплины студенты смогут:

1. Разбираться в основах организации мероприятий – понимать, что такое мероприятие и конференция, их виды, цели и классификации.

2. Выбирать подходящие сервисы для подготовки – ориентироваться в инструментах для планирования, работы с командой, продаж билетов и организации онлайн-мероприятий.
3. Понимать ключевые этапы планирования – от определения целей и аудитории до разработки концепции, выбора команды и продвижения мероприятия.
4. Анализировать бюджетирование мероприятий – понимать, как связаны этапы планирования с расходами, как рассчитывать бюджет и привлекать финансирование.
5. Применять пошаговое планирование – разбираться в разных подходах (поступательное и обратное планирование), уметь работать со стейкхолдерами и проверять готовность по чек-листам.
6. Учитывать юридические аспекты – знать основные законы, разбираться в договорных отношениях и обязательных юридических стадиях организации мероприятий.

Будущее туризма

После изучения дисциплины студенты:

1. Ознакомятся с разными видами туризма: некоторые из них традиционные, а другие - более радикальные.
2. Узнают, что необходимо для развития туристических мест, которые будут более устойчивыми и способными к восстановлению.
3. Изучат, как системные подходы могут помочь справляться с угрозами и эффективно использовать возникающие возможности.
4. Осознают, как индивидуальные и организационные подходы могут влиять на принятие решений в условиях неопределенности в сфере туризма.
5. Научатся использовать навыки прогнозирования, чтобы принимать информированные и инновационные решения, которые помогут сделать путешествия более устойчивыми и готовыми к будущим вызовам.

Студенты смогут формировать представления желаемого будущего и определять, какие действия необходимо предпринять для его достижения.

Управление взаимоотношениями с клиентами

CRM, управление взаимоотношениями с клиентами, - это инструменты, которые помогают компаниям эффективно взаимодействовать с клиентами и строить долгосрочные отношения.

Студенты смогут:

1. Объяснить, как CRM улучшает обслуживание клиентов;
2. Перечислить, как CRM повышает эффективность продаж;
3. Описать, как CRM обеспечивает персонализированное обслуживание клиентов;
4. Предложить стратегии внедрения CRM для достижения бизнес-целей;
5. Формулировать и оценивать цели;
6. Выбирать подходящие системы;
7. Разрабатывать программы обучения;
8. Оптимизировать и автоматизировать процессы;
9. Строить долгосрочные отношения с клиентами.