Moscow Business School

Специалист по организации корпоративных мероприятий / Event Manager

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 27.01.2027

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Разновидности корпоративных мероприятий

- Корпоративная культура компании и ее влияние на организацию внутрикорпоративных мероприятий
- Ценности, ритуалы, традиции в компании
- Повышение лояльности сотрудников к компании-работодателю посредством организации специальных мероприятий

Виды корпоративных мероприятий и цели их проведения

- Деловые мероприятия: их цели и виды
- Командообразующие мероприятия. Как определить, что нужно именно вам?
- Развлекательные мероприятия — когда уместны и почему
- BTL-мероприятия и презентации

Инструменты организации мероприятия с учетом его жизненного цикла

Moscow Business School

Исследование — первый этап жизненного цикла

- Концепция
- Цели и задачи мероприятия
- Целевая аудитория мероприятия
- Бюджет мероприятия
- Формат мероприятия

Практикум: «Переговоры организатора и заказчика»

Разработка — второй этап жизненного цикла мероприятия

- Смета мероприятия
- Программа и основные составляющие
- Выбор услуг по организации мероприятия
- Соотношение цены и качества услуг
- Составление коммерческого предложения с учетом задач и бюджета

Практикум: «Проведение мозгового штурма»

Планирование — третий этап жизненного цикла мероприятия

- Сценарный и технический планы — методика составления
- Календарно-ресурсный план подготовки к мероприятию
- Планирование изготовления сувенирной продукции
- Изготовление фото- и видеоконтента
- Отличие сценария и сценарного плана мероприятия
- Схема работы координатора на мероприятии

Практикум: «Составление сценарного и технического плана мероприятия»

Реализация и координация — четвертый этап жизненного цикла мероприятия

- Риски человеческого фактора

- Технические риски на мероприятиях
- Этикет общения на мероприятии
- Технология работы организатора до и после мероприятия

Практикум: кейс «Непунктуальные подрядчики. Стратегия поведения event-менеджера во время мероприятия»

Анализ работы — пятый этап жизненного цикла мероприятия

- Анализ работы с провайдерами
- Анализ работы с заказчиком
- Договорная работа и примеры составления договоров
- Нюансы в формулировках к договорам в event-менеджменте

Практикум: «Порядок действий event-агентства в процессе прохождения жизненного цикла мероприятия»

Современные тенденции в развитии event-бизнеса

- Разбор кейсов по итогам крупнейших мероприятий последних 3 лет
- Актуальные направления командообразования как фактора мотивации персонала компании
- Актуальные технические решения на мероприятиях
- Организация online-обеспечения на мероприятиях
- Виртуальная реальность и внедрение ее в мероприятия

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность

- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы

- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана

- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение