Moscow
Business School
Leadership Energy

Эффективный Event-бизнес / Агентство по организации мероприятий

Формат обучения: Онлайн

Срок обучения: 5 недель

Время проведения: с 19.00 до 22.00

Дата начала: 10.09.2025

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

Программа обучения

День 1

Мероприятие сквозь кризис. Как выбрать нишу, отбирать и генерировать идеи

- Профориентация в event: формат бизнесов в Event Industry
- Структура event-агентства (как форма бизнеса)
- Цели мероприятия как инструмент эффективности мероприятия
- Механика организации мероприятия с точки зрения формирования бюджета
- Метрики эффективности мероприятия как инструмент построения долгосрочных отношений с клиентом
- Почему концепция не всегда является прерогативой у клиента при выборе агентства для сотрудничества
- Креативные практики по созданию идей мероприятий (бриф)

- Применение ИИ в создании креативных идей и наполнении программы мероприятия
- Event design: ресурсы для разработки и создания презентации

Практикум «Разрабатываем концепцию мероприятия, исходя из целей и формата»

День 2

Бюджет пишет сюжет: работа с клиентом, проектной командой и подрядчиками. Топ-правил успешного мероприятия

- Бюджетирования мероприятия
- Маржинальность и прибыль проекта
- Оптимизация бюджета мероприятия
- Примеры составления бюджета на реальных кейсах мероприятий
- Коммуникация с клиентом по мероприятию
- Работа проектной команды по мероприятию (организация, управление, эффективность)
- Разбор проектной документации по мероприятию: бриф, action plan, сценарии мероприятия
- Страховые и юридические вопросы
- Подбор поставщиков для реализации онлайн и офлайн мероприятий
- Рекомендованная база подрядчиков по видам услуг

- Правила работы с поставщиками, навык составления технического задания для разного уровня подрядчиков
- Production: дизайн, полиграфия, сувенирная продукция, мерч
- Виды площадок для организации мероприятия, ресурсы по поиску мест проведения
- Организация питания по форматам мероприятий

Практикум «Составляем бюджет мероприятия»

День 3

Виды мероприятий – Часть 1. Что появилось раньше: пиар ивентов или ивенты как часть пиара?

- Маркетинговые мероприятия: специфика организации мероприятий для сетевого маркетинга, автомобильных брендов, индустрии beauty и других отраслей бизнеса. Продвижение. Спонсорские проекты. Примеры кейсов по форматам мероприятий
- PR events: примеры мероприятий по форматам, особенности организации данного формата мероприятий
- Взаимодействие со СМИ, техническая сторона пресс-мероприятия на примере конференции
- Выставочная деятельность как инструмент Marketing Department: как выбрать выставку и стать ее участником, анализ эффективности участия. Застройка выставочных стендов на примере реальных проектов. Бюджетирование участия в выставке

Практикум «Выбираем формат продвижения на примерах»

День 4

Виды мероприятий – Часть 2. Почему нельзя делать разные ивенты по одной схеме

- Деловые мероприятия: кто основной заказчик, референсные бюджеты, особенности организации данного формата, гибридные мероприятия, кейс онлайн конференции на 9 тыс человек
- Корпоративные мероприятия: обучающие, teambuildings, корпораты. Цели как элемент корпоративной культуры. Принцип создания сметы для корпоративного мероприятия. Взаимосвязь эффективности и посещаемости корпоративов
- MICE. Выездные мероприятия: основные заказчики/клиенты, специфика организации данного формата мероприятий, нюансы бюджетирования. Риск-менеджмент выездных мероприятий. DMC: как подбирать партнеров в разных странах

Практикум «Подбор партнёров за границей»

День 5

Как продавать креатив и зарабатывать: компетенции продавца и специфика тендеров

- Особенности продаж в event: почему стандартные скрипты не работают, какие нюансы клиентского сервиса в индустрии событий
- Структура продаж в event-агентстве: специфика холодной базы, как идентифицировать ЛПР, каким компаниям какие продавать услуги (по спецификации мероприятий для разных

бизнесов)

- Тендеры: правила работы с тендерами, как победить, как составить предложение, что важнее: бюджет или креатив, инструкция по защите проекта перед клиентом, правила продающей презентации

- Отличия функционала среди: sales manager, key account manager, project manager

Практикум «Защита бюджета и презентация концепции мероприятия с обратной связью от преподавателя»