

**EVENT – МАРКЕТИНГ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ
ЧАСТЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ НОВОГО АВТОМОБИЛЯ**

Студент группы 101161-18 Мельник Е. Г.

*Научный руководитель – д-р техн. наук, проф. Бойков В. П.,
ст. преп. Лукьянчик В. Н.*

Event маркетинг – это вид маркетинга, направленный на продвижение компании и ее продуктов с помощью Event (с англ. «событие») – публичные мероприятия, которые носят развлекательный или рекламный характер.

Организация мероприятий или участие в них повышают узнаваемость бренда, помогают продемонстрировать свои возможности, найти партнеров и построить прочные взаимоотношения с покупателями.

Рекламные и маркетинговые кампании почти всех крупных и ярких автомобильных брендов строятся на многоступенчатой системе вовлечения клиентов: от рекламного посыла, который должен привлечь единством ценностей, до специальных мероприятий. В автомобильной сфере эмоция, привязанность, лояльность важны, быть может, больше, чем в любой другой. Потому проводимые производителям или дилерами машин мероприятия всегда отличаются особым лоском, уровнем и бюджетным достоинством.

Автомобильные компании очень требовательно относятся к организации даже самого незначительного в сравнении с прочими проекта.

Для реализации различных event-мероприятий в Беларуси существует большое количество агентств, которые предоставляют услуги по их организации: event-агентства, которые оказывают полное сопровождение мероприятия.

На основе изученных данных можно сделать вывод, что что event-маркетинг неотъемлемая часть презентации разработанного транспортного средства потребителю, с целью формирования мнения о спроектированной модели у приглашённой на мероприятие аудитории. Основная задача инженера-дизайнера знать и понимать процесс проведения event-мероприятий, уметь доходчиво преподнести информацию о разработанном транспортном средстве.