

Marmara Üniversitesi – Etkinlik & Organizasyon Yönetimi Sertifika Programı **Marmara University – Event Management Certificate Programme**

Amaç

Marmara Üniversitesi & Business Management Institute işbirliğinde tasarlanmış olan Etkinlik Yönetimi sertifika programında, Marmara Üniversitesi akademisyen kadrosu ve sektör profesyonelleri tarafından eğitim alacak olan katılımcılar teorik bilgilerini geliştirirken, iş dünyasında karşılaşılabilecekleri her tür sorunun çözüm tekniklerini öğrenecek, pratik yeteneklerini geliştirme imkânına sahip olacaklar.

Katılımcılar; planlama ve etkinlik koordinasyonuna dair yenilikçi yaklaşım teknikleri öğrenirken, çözüm odaklı ve fonksiyonel bakış açılarını geliştirecekler. Aynı zamanda kurumların bayi toplantısı, roadshow, fuar katılımı, iç-dış faaliyet, tanıtım, eğitim organizasyonları, lansman toplantıları vb etkinliklerinin ve etkinlik süreçlerinin yönetilmesi konusunda bilgi ve beceri sahibi olacaklardır.

Kimler Katılabilir

Kurumların pazarlama, satış, halkla ilişkiler, kurumsal iletişim, insan kaynakları gibi birimlerinin görev alanlarında yer alan ve kurum iç - dış etkinlikler organizasyonunda görev alan / almak isteyen iş dünyası profesyonellerine yönelik hazırlanmış bir eğitim programıdır.

Aynı zamanda kariyerini bu alanda oluşturmayı hedefleyen Üniversite öğrencileri, mezunlarının katılımına açıktır ve kendi etkinlik & organizasyon firması dahilinde etkinlik yönetimi konusunda çalışan şirket sahiplerinin katılımına açıktır.

Sertifika

Programa % 70 devam koşulunu sağlayan ve program sonunda yapılan sınavda başarılı olan katılımcılara **Marmara Üniversitesi** tarafından hazırlanan **resmi sertifika** verilecektir.

Detaylı Bilgi & Kayıt;

Aysel Yapar – BMI Eğitim Danışmanı

0212 273 15 05 / 0555 818 99 40 / ayselyapar@bm-institute.com

Program İçeriği

Haftalık 12 saatten oluşacak olan, toplam 5 hafta 60 saat süren eğitim programında katılımcılar, aşağıdaki başlıklarda eğitim göreceklerdir;

Etkinlik Yönetimi ve Güncel Yaklaşımlar

Global Dünya ve Yeni Dünya Düzeni, Yeni Ekonomi Kavramı

Marka Savaşları ve Rekabet Ortamı

Etkinlik, Organizasyon, Eğlence

Etkinlik Yönetimi, Etkinlik Yönetiminin Amaçları ve Hedefleri

Etkinlik Türleri: Sosyal Etkinlikler, Kurumsal Etkinlikler, Özel Etkinlikler

Etkinlik Yönetiminde Planlama, Organizasyon, Yürütme, Koordinasyon, Kontrol / Ölçümleme

Etkinlik Yönetiminde Stratejik Planlama

Stratejik Planlama Nedir?

Etkinlik Yönetiminde Stratejik Planlama

Etkinlik Yönetimi İşletme yapısında nerede yer alır?

Etkinlik Yönetimi neden önemlidir?

Etkinlik Yönetiminde Stratejik Planlama Süreci

Etkinlik Yönetiminde İnsan Kaynakları Yönetimi

Etkinlik Pazarlaması

Pazarlama Kavramı, Pazarlama Stratejisi: Pazarlamanın 4P'si

Pazarlamanın 4C'si & Hizmet Pazarlamasının 7P'si

Etkinlik pazarlaması neden önemlidir?

Etkinlik pazarlamasında hedef kitle kimdir? Nasıl belirlenir?

Etkinlik pazarlamasında ürün yönetimi nasıl yapılır?

Etkinlik pazarlamasında fiyatlandırma stratejileri nelerdir?

Etkinlik pazarlamasında dağıtım kanalları ve tedarik zinciri yönetimi

Etkin pazarlamasında tanıtım kampanyaları oluşturma

Etkinlik Pazarlamasında Kampanya Planlaması ve Marka Yönetimi

Tanıtım kavramı / Tanıtım Karması & Etkinlik tanıtım karması

Etkinlik Pazarlamasında Reklam

Etkinlik Pazarlamasında Sponsorluk

Etkinlik Pazarlamasında Halkla İlişkiler

Etkinlik Pazarlamasında Kişisel Satış

Etkinlik Pazarlamasında Promosyon

Etkinlik Pazarlamasında Yeni Medya Uygulamaları

Etkinlik kampanya planlaması ve ölçülmesi

Etkinlik Türleri ve Yönetimleri – I : Kurum Dışı Etkinlikler

Kongre, konferans, sempozyum etkinliği

Müzik, konser, festival vs. etkinliği

Sergi ve Fuar etkinliği

Politik organizasyon etkinlikleri

Spor, ödül etkinlikleri

TV, Radyo Programı, Sinema, tiyatro etkinlikleri

Müze, Edebiyat etkinlikleri

Yiyecek, içecek ve gurme etkinlikleri

Etkinlik Türleri ve Yönetimleri – II : Kurum İçi Etkinlikler

Yönetim Toplantıları

Yıldönümü kutlama etkinlikleri

Motivasyon Etkinlikleri

Satış değerlendirme toplantı etkinlikleri

Özel gün etkinlikleri

Etkinlik Oluşturma ve Etkinlik Yönetimi Uygulamaları

İşletme ve Marka İçin Etkinlik Seçimi

Hangi Etkinlik, Markanızı Daha İyi Tanıtır?

Etkinlik ve Marka Uyumu

Örnek Etkinlik Planlaması: Sahne Sanatları Etkinlik Uygulamaları

Sahne Sanatları Etkinlik Planlaması, Uygulaması ve Ölçümlemesi

Etkinlik Yönetiminde Yer (Lokasyon)Planlaması

Bölge Seçimi & Konum Seçimi

Otel ya da Kongre Merkezi Seçimi

Restoran, Özel Yemek Alanı Seçimi

İhtiyaçlar Listesinin Kontrolü, Tedarikçilerin Kontrolü

Etkinlik Yönetiminde Bilgi Yönetimi ve Teknoloji Kullanımı

Bilgi, Veri, Enformasyon Kavramları

Etkinlik Yönetiminde Bilginin Önemi Nedir?

Etkinlik Yönetiminde Bilgi Nasıl Planlanır?

Etkinlik Yönetiminde Teknolojik Gelişmeler ve Yeni Trendler

Etkinlik Yönetiminde Teknoloji ve Teknoloji Kullanım Alanları

Sosyal Medyada Etkinlik Yönetimi

Sosyal Medya Kavramı, Sosyal Medya, Sosyal Ticaret ve E-Ticaret

Sosyal Medyada Ölçümleme, Sosyal Medyada Tüketici Davranışı

Sosyal Medyada Kampanya Planlama Kavramı

Sosyal Medyada Etkinlik Oluşturma Süreci

Sosyal Medyada Etkinlik Yönetimi ve Tanıtımı

SEO-SEM Kavramları ve Yönetimi

Sosyal Medyada Etkinlik Kampanyalarının Ölçümü

Etkinlik Yönetiminde Bütçe Planlama ve Muhasebeleştirme

Etkinlik Bütçesi Nedir? Neden Önemlidir?

Etkinlik Bütçesi Nasıl Oluşturulur?

Etkinlik Bütçesinde Hangi Kalemler Kullanılmalıdır?

Etkinlik Bütçesinin Muhasebeleştirilmesi İşlemleri

Etkinlik Yönetiminde Uygulama Çalışmaları

Etkinlik Yönetimi Check List

Etkinlik Yönetiminde Müşteri Deneyimi ve Uygulamaları

Başarılı Etkinlik Yönetimi Uygulamaları ve Nedenleri

Başarısız Etkinlik Yönetimi Uygulamaları ve Nedenleri

Etkinlik Yönetimi Planlaması ve Uygulama Çalışmaları

Eğitmen Kadrosu

Business Management Institute, Marmara Üniversitesi işbirliğiyle hazırlanan program, Marmara Üniversitesi akademisyen kadrosu ve sektör profesyonellerini katılımcılarla buluşturmaktadır.

Öğr. Gör. Dr. Nevin Karabıyık – Marmara Üniversitesi - Pazarlama Anabilim dalı

Prof. Dr. Mert Uydacı – Marmara Üniversitesi - Pazarlama Anabilim dalı

Prof. Dr. Nurhan Tosun – Marmara Üniversitesi - Pazarlama Anabilim dalı

Öğr. Gör. Dr. Elif Yurdakul – Marmara Üniversitesi - Pazarlama Anabilim dalı

Nurçin Bektaş – Oyuncu & Akademisyen

Öğr. Gör. Dr. Ozan Bakır - Marmara Üniversitesi – İşletme Fakültesi

Doç. Dr. Alper Değerli - Marmara Üniversitesi – İşletme Fakültesi

Doç. Dr. Başak Değerli - Marmara Üniversitesi – İşletme Fakültesi

Öğr. Gör. Dr. Çiğdem Aytekin - Marmara Üniversitesi – İşletme Fakültesi

Doç. Dr. Halil Alpaslan - Marmara Üniversitesi – İşletme Fakültesi

* Döneme göre konuk eğitmenler değişiklik gösterebilmektedir, lütfen ilgili eğitim danışmanıya teyit ediniz.