

ленного маркетинга. Так, промышленный туризм для предприятия — это способ коммуникации с целевыми аудиториями, демонстрация приверженности концепции социально-этического маркетинга. Это также мероприятия по формированию гудвилла — доброго имени предприятия как фактора успешного бизнеса. Экскурсия способствует продвижению средств индивидуализации субъекта экономической деятельности (товарных знаков), позволяет привлечь новых покупателей, повысить узнаваемость торговой марки, приверженность к ней.

Экскурсанты становятся участниками рекламных компаний предприятия, так как распространяют информацию об ассортименте, качестве товаров, каналах сбыта. Туристы могут быть в качестве фокус-группы в программах маркетинговых исследований (например, на предприятиях пищевой промышленности во время дегустации).

Промышленный туризм позволяет получать дополнительные доходы за счет платы за вход или за экскурсию, увеличения объемов сбыта при приобретении товаров в фирменном магазине на территории производственного объекта, оказания дополнительных услуг питания (обед в столовой или кафе предприятия после или до экскурсии).

Таким образом, к специфическим факторам формирования и развития промышленного туризма относятся: диверсификация производства в сфере туризма, обусловленная его опережающим ростом среди других отраслей; диверсификация спроса вследствие насыщения рынка туристических услуг; формирование новой концепции управления территориями — маркетинг территорий; заинтересованность различных субъектов в накоплении человеческого капитала; поиск, разработка и реализация новых оригинальных инструментов промышленного маркетинга.

К ВОПРОСУ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ НА ВТОРОЙ СТУПЕНИ ОБУЧЕНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МЕНЕДЖМЕНТ МАССОВЫХ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ»

*Гайдукевич Л. М., Белорусский государственный университет,
e-mail: gaidukevich@mail.ru
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь*

Проанализированы тенденции, сформировавшие спрос на квалифицированных специалистов по организации массовых событийных мероприятий. Обоснована актуальность открытия на кафедре международного туризма факультета международных отношений БГУ двухгодичной магистерской подготовки по специальности «Менеджмент массовых событийных мероприятий».

Ключевые слова: подготовка кадров; вторая ступень обучения; менеджмент; массовые событийные мероприятия.

В соответствии с требованиями современного рынка труда и интеграционными тенденциями в экономике, бизнесе и обществе национальная система образования должна своевременно реагировать на потребности реального производства, социальный заказ, связанные с подготовкой специалистов, обладающих междисциплинарными подходами и компетенциями на стыке различных областей знаний и наук: экономики, политики, коммуникаций, управления.

Потребность в подготовке специалистов в области менеджмента массовых событийных мероприятий была инициирована Национальным олимпийским комитетом и рядом предприятий реального сектора, а так же продиктована значительным расширением перечня проводимых в республике различного рода мероприятий высокого уровня (мероприятия СНГ, ОБСЕ, ВОЗ, спортивные мероприятия и др.). Ежегодно, только на различных площадках г. Минска проходит более 80 таких мероприятий, а с учетом возросшей региональной активности («Славянский базар» в Витебске, фестиваль «Берагиня» в Гомеле, «Рыцарский фэст» в Мстиславле, фестиваль национальных культур в Гродно, фестиваль «Мотольские прысмаки» в Ивановском р-не и др.) их число с каждым годом возрастает.

В силу географического и геополитического факторов наша республика позиционируется как наиболее удобная коммуникационная площадка на евразийском пространстве, и эта ее роль будет только возрастать. Нельзя не принимать во внимание, что республика признана мировым сообществом как спортивное государство, что подтверждают прошедший Чемпионат мира по хоккею 2014 г. и предстоящий 2021 г., II Европейские игры и чемпионаты высокого уровня по различным видам спорта. Все это свидетельствует о высокой востребованности квалифицированных специалистов-организаторов, что и было учтено при открытии на кафедре международного туризма факультета международных отношений БГУ новой двухгодичной магистерской подготовки по специальности «Менеджмент массовых событийных мероприятий».

Потенциал кафедры (три доктора наук и шесть кандидатов наук) и факультета в целом, а также 20-летний опыт подготовки специалистов в сфере туризма, позволили организовать учебный процесс с подключением специалистов практиков (работники МИДа, Национального олимпийского комитета и Фонда Дирекции II Европейских игр, информационного портала Холидей Бай, Торгово-промышленной палаты Республики Беларусь, БОО «Отдых в деревне» и др.). В подготовительный период факультет нашел возможность обеспечить стажировку преподавательского состава (доцент Д. Г. Решетников, доцент Л. В. Фокеева, старший преподаватель Н. В. Казарина — стажировка на олимпийских объектах в Сочи, Россия; профессор Л. М. Гайдукевич, доцент Д. Г. Решетников, доцент Л. В. Фокеева — стажировка в Словакии; старший преподаватель Н. М. Борисенко-Клепач — стажировка в Бельгии), что положительно сказалось на профессиональном уровне ППС.

Кафедра активно сотрудничает с Фондом Дирекции II Европейских игр в части организации подготовки волонтеров. К волонтерскому движению игр подключилось 150 студентов факультета. В перспективе предполагается подключение к организации Игр и студентов данной специальности.

В настоящее время преподавательским составом кафедры продолжается работа по подготовке учебно-методических материалов, в том числе на основе интерактивных дистанционных образовательных платформ (система *Moodle*), что обеспечит студентам более широкий доступ по их использованию. Практикует-ся приглашение зарубежных экспертов к проведению мастер-классов.

Учитывая, что обучение в магистратуре открыто для специалистов по экономике, управлению, спорту и туризму, гостеприимству, историческим и географическим наукам, реализация данного образовательного проекта способна в ближайшем будущем обеспечить потребность страны в высокопрофессиональных кадрах.