

Инструменты привлечения профессиональной аудитории к участию в отраслевых мероприятиях: медицинские научно-практические форумы

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Маркина Лидия Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: Markina.lida142010@yandex.ru

В настоящее время событийный менеджмент представляет собой один из эффективных PR-инструментов, применение которого предполагает получение определенного эффекта в плане влияния на потребности и интересы целевых групп. Тематика медицины не теряет своей актуальности в современном мире. Существует потребность в проведении профильных мероприятий для профессионального сообщества, налаживание связей с которым имеет свою специфику и сложности. В организации отраслевых мероприятий существует своя специфика привлечения профессиональной аудитории, изучение которой и стало целью исследования.

Теоретической базой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых на тему связей с общественностью, продвижения, формирования имиджа и event-менеджмента. Помимо научной литературы (учебники, учебные пособия и монографии) в работе использовались результаты научных исследований (диссертаций) и публикации в специализированных периодических изданиях. Сеть интернет предоставила источники по статистическим данным и современным методам формирования событий.

Теоретическая новизна данной работы заключается в конкретном определении места профессиональных специальных мероприятий в медицинской практике, его осмыслении в качестве механизма создания коммуникационной площадки организованной для представителей медицинских профессий, с целью получения и обмена профессиональным опытом. Кроме того, результаты исследования будут способствовать перспективам развития для дальнейшей организации работы в сфере медицинской, PR и рекламной деятельности.

В данном исследовании будет представлено:

- оценка теоретических подходов к проблеме использования инструментов для привлечения участников медицинских форумов; понятие и особенности медицинских мероприятий, особенности медицинских форумов.
- анализ инструментов привлечения профессиональных аудиторий на примерах кейсов, в том числе Евразийский Ортопедический форум; Специфика коммуникации с медицинскими учреждениями, профессиональными ассоциациями, представителями государственных структур, мероприятиями-партнерами а также медицинскими компаниями.
- фиксация типичных схем деятельности по привлечению участников форума; Анализ методов оценки эффективности медицинских научно-практических форумов.

Объектом исследования является совокупность действий, направленных на налаживание коммуникаций с профессиональными аудиториями. Предметом исследования является система и процедуры практической реализации привлечения профессиональной аудитории к участию в отраслевых мероприятиях.

Большое внимание будет уделено практическому применению инструментов привлечения профессиональных аудиторий с целью определения их результативности на примере Евразийского Ортопедического Форума.

Источники и литература

- 1) Бобрун А.С., Алимов А.Н. РОЛЬ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. VI междунар. студ. науч.-практ. конф.
- 2) Закирова, С.А. Маркетинг в здравоохранении / С.А. Закирова // Здравоохранение Российской Федерации. 2010, № 1.
- 3) Дорошенко, Г.В. Менеджмент в здравоохранении: учебное пособие / Г.В. Дорошенко, Н.И. Литвинова, Н.А. Пронина. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Форум; М.: ИНФРА-М., 2009.
- 4) Кадырова Э.Ф. Особенности рыночного продвижения медицинских услуг // Евразийский международный научно-аналитический журнал. 2009
- 5) Рынок медицинских услуг // Центр управления финансами [Электронный ресурс]. URL: <http://center-yf.ru/data/ip/rynok-medicinskih-uslug.php>
- 6) Белоусова С. В. Концепция интегрированных коммуникаций: терминологический анализ понятия // Бизнес. Общество. Власть, 2014. № 19.
- 7) Пасмуров А.Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. -Спб.:Питер,2006
- 8) Полин Э. Организация конференций. -М.:Нипро, 2004
- 9) Ротондо Дж. Презентация бизнес-проектов: Краткое руководство для менеджера/ Дженифер Ротондо, Майк Ротондо; Пер. с англ. - М.: МПБ "Деловая культура"; Альпина Бизнес Букс, 2005.