

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ В РОБОТІ ПУЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Тема 2. Подія (захід) поняття та види подій в івент-менеджменті

Зміст

- 2.1. Подія (захід) як поняття
- 2.2. Види подій
- 2.3. Класифікація заходів
- 2.4. Етапи підготовки події
- 2.5. Ключові питання під час планування заходу.

2.1. Подія (захід) як поняття

Подія (захід)	УНІКАЛЬНИЙ ВІДРІЗОК ЧАСУ <i>Д. Голдблатт</i>
	ВИД ЛЮДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ <i>О. Шумовіч, О. Симановська, Ю. Касьянов</i>
	СУКУПНІСТЬ ДІЙ АБО ЗАСОБІВ <i>Тлумачний словник</i>
	ВІДОБРАЖЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ <i>М. Поплавський</i>

Тлумачний словник

<i>Д. Голдблатт</i>	Захід – це унікальний відрізок часу, що проводиться з використанням ритуалів і церемоній для задоволення особливих потреб.
<i>О. Шумовіч</i>	Захід – це вид людської діяльності, що передбачає зустріч і взаємодію різних людей, обмежений за часом і пов'язаний із реалізацією будь-яких спільних цілей.
	Захід – це сукупність дій або засобів для досягнення, здійснення чого-небудь.
<i>Ю. Касьянов</i>	Захід – це свято, конференції, виставки, прес-конференції, що влаштовані для співробітників або клієнтів компанії.
<i>О. Симановська</i>	Захід – це подія, що відбувається в колі одного товариства, яке має потребу або бажання відсвяткувати «особливі» дати в своєму житті чи в історії.
<i>М. Поплавський</i>	Захід – це діяльність, яка спрямована на відображення культурних цінностей соціуму, і характеризується використанням ритуалів і традицій.

Також будемо використовувати термін «захід» у розумінні поняття «подія»

2.2. Види подій

Соціокультурна сфера являє собою впорядковану низку спеціально організованих подій (заходів).

За характером взаємодії учасників:

- формальні
- неформальні

За характером маркетингових завдань:

- закріплювати досягнуте
- спрямовані на кардинальні зміни

За охопленням цільової аудиторії

- міжнародні
- державні
- масові
- приватні
- мікроподії

За маркетинговим середовищем

- зовнішні
- внутрішні
- політичні
- корпоративні
- соціальні
- культурні
- спортивні
- наукові
- ділові
- освітні
- розважальні

2.3. Класифікація заходів

За охопленням цільової			
<i>Приватні</i>	<i>Масові</i>	<i>Мікроподії</i>	<i>Міжнародні та державні</i>
весілля, вечірки, зустрічі	свята в торгових точках, презентації, клубні вечірки, концерти, міські свята, церемонії	романтичні побачення, ділові зустрічі, підстроєна «випадковість»	Саміти, політичні події, візити VIP-персон, саміти, конференції, офіційні свята, інавгурації, промоакції
За маркетинговим			
<i>Корпоративні</i>	<i>Політичні</i>	<i>Соціальні</i>	<i>Культурні</i>
календарні свята, внутрішні свята, заміський відпочинок	мітинги, демонстрації, інавгурація, збори	благодійні концерти, форуми, виставки, всесвітні свята і події, шоу	фестивалі, карнавали, пам'ятні церемонії, релігійні свята
<i>Спортивні</i>	<i>Освітні та наукові</i>	<i>Ділові</i>	<i>Розважальні</i>
змагання серед професіоналів і любителів, змагання для глядачів та учасників	конференції, семінари, практичні заняття	зустрічі, наради, ярмарки, виставки	спорт і ігри для розваги, свята, дні народження, календарні свята

За значущістю:

- приватні
- місцеві
- міські
- регіональні
- міжрегіональні
- загальнодержавні
- міжнародні заходи

За складом учасників:

- приватні
- корпоративні
- масові

За структурою:

- монопроект
- мультипроект
- мегапроект

За тривалістю:

- постійнодіючий
- періодичний
- подієвий

За характером заходу:

- розважальний
- зібрання
- інформаційний
- доброчинний

2.4. Етапи підготовки події

Аналіз ринку - аналоги подібних заходів, їх організатори, ключова потреба заходу, його унікальність, основна мета та завдання, ризики, варіанти вирішення ситуації

Визначення цільової аудиторії - для кого ця подія, які цінності, інтереси цих людей, чому вони мають прийти на цю подію

Створення команди - чи горить команда ідеєю, чи готова віддаватись і вкладатись для досягнення результату

Інструменти маркетингу та піару - яким чином інформацію донести до цільової аудиторії, за допомогою яких ресурсів, хто відповідальний за ведення соціальних мереж, чи потрібні друковані матеріали та до якої поліграфії краще звернутись

Бюджет - яка загальна сума витрат на івент, статті затрат по рекламі, поліграфії, кейтерінгу, проживанню для спікерів та команди, транспорту, адміністративним та організаційним пунктам.

2.5. Ключові питання під час планування події

Під час планування івенту необхідно продумати такі ключові питання (відповісти на них необхідно до того, як будуть прийняті остаточні рішення та буде розпочата безпосередня робота з підготовки)

Який формат заходу, його доцільність і реальність?

Який бюджет, тобто скільки це коштує?

Які кроки реалізації тобто план підготовки або план-графік?

Який необхідно здійснити піар, комунікації та привернення уваги громадськості?

Яке кадрове забезпечення та оцінювання необхідності залучення зовнішніх фахівців?

Які додаткові ресурси та умови, необхідні для підготовки та реалізації заходу?

Чи є спонсорська підтримка?

Спільне в підготовці подій. Глибина та цілісність підготовки події (заходу) залежить не від одиничних, а від систематичних комплексних дій організатора:

	<u>планується</u>
	<u>керується</u>
<i>подія (захід)</i>	<u>орієнтована на конкретну групу</u>
	<u>орієнтована на результат, ефект</u>

Мета і завдання заходу.

Приймаючи рішення про проведення заходу, організатор повинен чітко визначити, для чого він це робить, тобто визначити мету і завдання

Мета – це те, чого хоче досягти організатор у результаті проведення заходу, це стратегія, це глобальні досягнення, через які проводяться заходи, стратегічний напрямок руху та розвитку

Приклади мети заходу

- заявити про зародження фірми або новий напрям її розвитку
- покращити навички презентацій у команди продажів
- заявити про новий продукт компанії

Завдання – це конкретні, вимірювані досягнення заходу. Вони локальні, свідчать про тактичне спрямування для дій

Приклади завдань заходу:

- досягти присутності на заході не менше 5 VIP-персон
- отримати десять нових потенційних клієнтів
- отримати не менше десяти публікацій після прес-конференції

Питання для самоперевірки:

1. Як визначається подія (захід) ?
2. Які є види подій?
3. Які існують класифікації заходів?
4. Які етапи підготовки події?
5. Які ключові питання треба ставити під час планування заходу?
6. Що є спільним для всіх подій?
7. Як вірно визначати мету та завдання івенту?