

*А.В. Бобренко, студент группы 10507118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В наше время индустрия организации мероприятий играет большую роль в жизни общества. Однако для того, чтобы мероприятие было организовано успешно и прошло наилучшим образом, оно требует тщательного и детального планирования. Для этого существуют event-менеджеры и координаторы, которые организуют работу команды события. Главной задачей ивент-менеджмента является превращение обычного мероприятия в незабываемое для общества. В данной работе будут рассмотрены основы event-менеджмента с целью получения представлений о данной сфере.

Summary – Nowadays, the industry of event organization plays a big role in society. However, in order for the event to be organized successfully and in the best possible way, it requires careful and detailed planning. To do this, there are event managers and coordinators who organize the work of the event team. The main task of event management is to turn an ordinary event into an unforgettable one for society. In this paper, we will consider the basics of event management in order to obtain ideas about this area.

Введение. Event-менеджмент является достаточно молодой отраслью управления, которая становится все более и более популярной. В центре управления событиями расположена целевая аудитория и, конечно же, заказчик мероприятия. Любое событие проводится с той или иной целью, а его организацию и подготовку можно считать прикладным видом менеджмента. Его основу составляют тайм-менеджмент, воплощение в жизнь и проведение мероприятий, причем мероприятия могут быть совершенно разные по характеру и виду проведения: начиная от концертов, государственных и спортивных праздников и заканчивая бизнес-встречами, веб-форумами и выставками.

Основная часть. На основе цели ивента возможно вычленил несколько видов классификации: социально значимые события, деловые, благотворительные, особо-значимые, рекламные и маркетинговые события [1]. При этом одно мероприятие может включать в себя признаки сразу нескольких типов, что делает его организацию очень затратной во временном и денежном смысле.

Поэтому выявление целей события, формирование системы вопросов и достижение желаемого общественного отклика после проведения мероприятия. В нео-обществе event-менеджмент является действенным PR-инструментом, применимый для получения конкретного эффекта воздействия на потребности и интересы социальных групп.

Таким примером могут служить интерактивные зоны от разных компаний на локации, целью которых является повышение лояльности к бренду и привлечение новых клиентов. Ключевыми аспектами event-менеджмента служат бюджет события, план-график события, кадровое обеспечение, источники финансирования и коммуникации [1].

Бюджет события, как правило, составляют расходы на само мероприятие и на вспомогательные действия, такие как реклама, пресс-конференции, телеэфиры и т.д. План-график мероприятия составляется с наибольшей точностью таким образом, чтобы спорные моменты касательно подготовки, проведения и демонтажа события свести к минимуму. Кадровая составляющая крайне важна в технологии проведения мероприятий, так как именно люди делают его незабываемым [2].

Необходимое количество артистов, специалистов технической поддержки, охранников, промоутеров, аниматоров, координаторов превращают дизайнерскую площадку в непосредственно событие. Финансовые аспекты принимают во внимание, благодаря каким средствам будет проведено мероприятие, есть ли возможность привлечения спонсоров, как распределить бюджет, на что следует выделить резервные денежные средства.

Коммуникативные аспекты, включающие пиар предстоящего мероприятия и появления о нем информации в СМИ, направлены на обеспечение соответствующего отклика и общественного освещения, в первую очередь с целью набрать необходимую целевую аудиторию и окупить проект. Из этого следует, что в контексте event-менеджмента организация мероприятия должна составлять и четкую программу, в которой предусмотрен планируемый коммуникационный, информационный и общественный эффект от проведения планируемого события [3].

Заключение. Таким образом, event-менеджмент это целый комплекс действий, направленный на организацию и проведение мероприятия, полезного не только для гостей, но и для представленных на нем предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ивент-менеджмент [Электронный документ] - Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html>. –Дата доступа: 05.03.2020.
2. Назимко А. Событийный маркетинг: Руководство для заказчиков и исполнителей. – М.: Вершина, 2010.
3. Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаузе Б., Мозер Р., Event-Менеджмент. М.: Эксмо, 2007.