

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ
КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ПАВЛЕНЧИК Н.Ф.

МАТЕРІАЛ ДО ЗАНЯТТЯ 14

«ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Курсу-тренінгу «Креативний менеджмент»

для студентів спеціальності 073 «Менеджмент»

галузь знань 07 “Менеджмент та адміністрування”

спеціальності 073 “Менеджмент”

факультет : Туризму

рівень освіти: Бакалавр

Львів – 2020 р.

ЗАНЯТТЯ 14. ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ

Івент-менеджмент – це діяльність, яка передбачає здійснення комплексу заходів щодо організації події і включає розробку, планування, просування, проведення і постсупровід події.

Івент-менеджмент – це діяльність, яка потрібна для того, щоб організований івент був унікальним, ефектним і яскравим.

Івент-менеджмент – це:

- ✓ розробка стилю і концепції заходу;
- ✓ пошук і вибір місця для проведення івенту;
- ✓ розробка меню;
- ✓ створення дизайну поліграфії;
- ✓ розробка оформлення заходу: малювання ескізів, підбір необхідних декоративних і конструктивних елементів;
- ✓ проведення зустрічей з провідними, створення унікального сценарію івенту;
- ✓ надання послуг фото- та відеооператора;
- ✓ розробка яскравою шоу-програми;
- ✓ підбір відповідних артистів і безліч інших завдань.

Івент-менеджер – експерт, який планує і безпосередньо забезпечує проведення події один або з командою, часто керує подією кулуарно, «за сценою». Івент-менеджери можуть бути залучені не тільки для планування і організації події, але також і для створення марки (бренду), маркетингу і комунікаційної стратегії.

Це людина, яка вміє продумати подію до найменших дрібниць і зібрати команду, яка втілить івент в життя. Мусить бути стресостійким, вміти планувати час та бути уважним до дрібниць. Івент-менеджер бачить подію комплексно – від добору спікерів до дизайну приміщення. На ньому лежить відповідальність не просто за проведення заходу, а за його успіх у публіки. Важливо вміти працювати в команді, бо без неї нічого не відбудеться. Треба

вміти знаходити особистий підхід до кожного члена – десь допомогти, десь промовчати, десь поправити чи разом подумати.

Івент-менеджер – експерт в творчих, технічних і логістичних елементах, які сприяють успіху події. Ці елементи включають дизайн події, аудіовізуальний супровід, складання сценарію, логістику, складання бюджету, переговори і, звичайно, обслуговування клієнта.



Завдання 1. «Конфлікт у групі»

Особливості роботи івент-менеджера.

Насамперед це побудова стратегії. Кожен івент починається з листочка паперу й уяви. Потрібно прописати технічне завдання і вказати там все – від локації до кількості запасних ручок. Основне – щоб людям було комфортно. Комфорт складається з великої кількості дрібниць, про які слід подбати заздалегідь.

Встигнути все – це велика проблема більшості івент-менеджерів. Організація події завжди потребує виконання великої кількості завдань. І не завжди бюджет дозволяє набрати в команду достатню кількість професіоналів, тому часто доводиться вирішувати це питання самостійно. Це потребує енергії та часу. Важко фокусуватись на загальному концепті й не розпорозуватись на дрібниці, які забирають сили.

Основні проблеми під час роботи:

- ✓ часто підставляють підрядники. Це може бути як запізнення друку поліграфії, так і відмова виступу спікера. Завжди треба мати “план Б”, а ще краще – і “план В”. Це дозволяє суттєво економити час;
- ✓ якщо івент великий – на локацію треба потрапити за два дні до проведення, щоб переконатись, чи все на місці й в робочому стані;
- ✓ сон – важливий, особливо перед самою подією. Можна не спати кілька ночей під час підготовки, але перед івентом треба обов’язково виспатися;
- ✓ під час заходу зберігати спокій, усміхатись. Якщо є проблеми – вирішувати їх тихо і непомітно.

Робочий день вент-менеджера починається з перевірки вчорашніх тасків. Якщо є щось незакінчене – необхідно доробити і спланувати поточний день. Провести мінімальний аудит всього заходу: що готове, чи нічого не забули. Часто треба порадитися з іншими, щоб вони подивилися свіжими очима.

Існує п'ять напрямків івент менеджменту:

1. Сфера управління,
2. Сфера дизайну,
3. Сфера маркетингу,
4. Операційна сфера,
5. Сфера ризику.

Сфера управління. Ця сфера відповідає за правильний розподіл, спрямування і контроль ресурсів, наявних при організації заходу. Зазвичай, ресурси обмежені, і тому важливо використовувати їх ефективно, щоб зменшити можливість ризику.

В межах сфери управління виділяють наступні функціональні зони:

- ✓ Фінансовий менеджмент (визначення бюджету, грошових потоків, витрат і прибутку тощо)
- ✓ Управління людськими ресурсами (організаційна структура, трудові ресурси, процес набору персоналу)
- ✓ Управління інформацією (збір, поширення та контроль інформації)
- ✓ Закупівлі (специфікації, вибір ресурсів, контракти та адміністрування тощо)
- ✓ Стейхолдери (відносини з клієнтами, стратегічні альянси, контроль влади)
- ✓ Системний менеджмент (передача знань і використання технологій)
- ✓ Тайм-менеджмент (архітектура діяльності, розробка та контроль графіків діяльності).

Сфера дизайну. Вона зосереджена на художній інтерпретації цілей та мистецькому вимірі події. Дизайн охоплює:

- ✓ Дизайн контенту (вибір теми, формат презентації, підбір учасників)
- ✓ Дизайн розваг (вибір виду розваг, виконання вимог організатора, контроль процесу виконання)

- ✓ Дизайн інтер'єру (декор, схема розміщення столу та стільців, чітке маркування місця проведення та шляху до місця проведення)
- ✓ Дизайн продуктів харчування та напоїв (вибір меню, алкоголю, кейтеринг)
- ✓ Дизайн технічного забезпечення (звук, освітлення, мультимедійна презентація, спецефекти)
- ✓ Дизайн програми (графік заходів, порядок денний, хореографічне забезпечення)
- ✓ Дизайн теми заходу (розробка теми, брендинг події).

Сфера маркетингу. Охоплює функції, що сприяють розвитку бізнесу, пошуку економічної і політичної підтримки, формуванню іміджу й цінності події. Ця сфера включає:

- ✓ Маркетинговий план (аналіз цільової групи, аналіз повідомлень і ЗМІ)
- ✓ Рекламні матеріали (друковані матеріали - виготовлення та розповсюдження)
- ✓ Управління товарами (розробка продукту, управління брендом, виробництво, дистрибуція)
- ✓ Рекламні заходи (реклама, рекламні заходи, розіграші)
- ✓ Зв'язки з громадськістю (зв'язки зі ЗМІ, публічність, кризова комунікація)
- ✓ Продажі (управління грошовими потоками)
- ✓ Спонсорство.

Операційна сфера. Охоплює людей, товари і послуги, необхідні для організації заходу, а також їхні ролі та обов'язки. Важлива бездоганна координація усіх елементів, щоб відповідати всім логістичним вимогам, а також очікуванням щодо організації заходів.

Елементи операційної сфери:

- ✓ Участь (реєстрація, квитки, контроль прийому, рух і транспортний потік, натовпи)
- ✓ Комунікація (внутрішня і зовнішня комунікація, брифінги, книги відгуків, обладнання та протоколи)
- ✓ Інфраструктура (транспорт, комунальні послуги, управління відходами, аварійні служби)

- ✓ Логістика (аналіз завдань та послідовності заходів, координація, контроль входу та виходу на заході тощо)
- ✓ Учасники заходу (відносини учасників і виконавця, стратегія залучення знаменитостей, конкурентів, офіційних осіб)
- ✓ Управління сайтом (розробка сайту, огляд новин, відбір, графік)
- ✓ Технічне управління (обладнання, установки, технічне забезпечення).

Сфера ризику включає зобов'язання і закони, пов'язані із захистом, які характерні для кожного підприємства, в тому числі і для тих, які організовують заходи. Ця сфера нерозривно пов'язана з будь-яким прийнятим рішенням, а також з усією діяльністю, що здійснюється і стосується всіх стейкхолдерів, від уряду до клієнтів і гостей.

Вона охоплює:

- ✓ Прийняття рішень (формування рішень і критеріїв, консультування та співпраця в процесі прийняття рішень, питання повноважень)
- ✓ Управління в надзвичайних ситуаціях (медичні послуги, евакуація, антикризовий менеджмент, ліквідація наслідків аварій)
- ✓ Охорона здоров'я і безпека (протипожежна поведінка, питання безпеки, охорона праці, здоров'я і добробут, поведінка натовпу)
- ✓ Юридичний менеджмент (переговори, контракти, ліцензії, процедури, питання етики)
- ✓ Управління безпекою (управління персоналом, обладнанням, командами, контроль пристроїв).

Однак метою використання цих інструментів, які базуються на комплексному підході, є забезпечення відповідної інтеграції та сприяння постійному прогресу. Таким чином, знижується ймовірність нехтування факторами, які можуть мати істотний вплив на подальшу здатність управляти подіями з високим ризиком.



Завдання 2. « Острови »

Основними цінностями івент менеджменту є

принципи, які повинні бути застосовані до всіх рішень щодо організації заходів, що мають певний рівень ризику. Їх необхідно дотримуватись, незалежно від елементів, фаз і процесів, щоб досягти успішного і стійкого результату заходу. Не менш важливо включати основні цінності в усі антикризові рішення.

Основними є наступні цінності (принципи):

- ✓ постійне вдосконалення
- ✓ креативність
- ✓ етика
- ✓ інтеграція
- ✓ стратегічне мислення

Постійне вдосконалення – це філософія управління якістю, згідно з якою оптимальна організація заходів залежить від проактивного вдосконалення всіх процедур і систем. Замість того, щоб покладатися на реакційне планування, більш ефективним буде використання цього основного принципу. Дотримуйтеся того, що приносить успіх!

Креативність – вважається основою для прийняття інноваційних рішень і реагування на виклики, які виникають в ході івент менеджменту. Якщо Ви креативні, Ви легко розберетеся, як вирішити проблему, допомогти клієнту визначитися, підняти або знизити ціну, і утримати клієнта. Чим більше Ви практикуєте, тим більше у Вас досвіду, і тим більше зростає Ваша фаховість!

Етика – охоплює процеси оцінки та вибору тих дій, які вважаються правильними, порівняно з тими, які вважаються неправильними. Ці стандарти, вбудовані в більшість етичних кодексів, що стосуються організації заходів, регулюють рішення, переговори та діяльність справедливим, послідовним та гідним чином.

Інтеграція відображає критичну потребу координувати, синхронізувати і поєднувати безліч взаємодій та взаємозалежних і взаємопов'язаних елементів, що є невід'ємною частиною події. Інтеграція забезпечує врахування всіх факторів, які можуть вплинути на захід при прийнятті рішень щодо нього.

Стратегічне мислення – це здатність розглядати окрему подію в контексті короткострокових і довгострокових цілей організації. Основна увага

повинна бути зосереджена на тих факторах та впливах, які є ключовими при плануванні організації заходу.



Завдання 3. «Чи можу я бути івент-менеджером»