

УДК: 005

МЕРОПРИЯТИЕ КАК ОСНОВА EVENT – МЕНЕДЖМЕНТА

Иванченко М.А.¹, Гененко О.Н.¹

¹ГБОУ ВО БГИИК – Белгородский государственный институт искусств и культуры, Россия, Белгород, e-mail: 280177@inbox.ru

В современном мире наблюдается тенденция роста влияния впечатлений и развлечений на все аспекты жизни. Многие компании обращаются к событийному и мобильному маркетингу, чтобы соответствовать специфическим демографическим характеристикам покупателей и общаться с ними на личном уровне, в надежде создать потребительскую ценность и стать частью и образа жизни.

Ключевые слова: event – менеджмент, творческую работу по планированию, прогнозированию.

EVENT AS THE BASIS OF EVENT MANAGEMENT

Ivanchenko M.A.¹, Genenko O.N.¹

¹Belgorod state Institute of arts and culture, Russia, Belgorod, e-mail: 280177@inbox.ru

In the modern world, there is a tendency to increase the influence of impressions and entertainment on all aspects of life. Many companies turn to event and mobile marketing to match specific customer demographics and communicate with them on a personal level, in the hope of creating consumer value and becoming a part of their lifestyle.

Keywords: event management, creative work on planning, forecasting.

Event – менеджмент (от англ. Event – «событие») – это полный комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий. В целом же задача событийного менеджмента – сделать из банального мероприятия настоящее событие, которое будут вспоминать и после его окончания.

Однако организовать достойное и яркое событие не так уж просто. Здесь очень важны не только оригинальные творческие решения, а также согласованность концепции события с общим направлением развития и идеей бренда, точное попадание в целевую аудиторию, но и тщательнейшая организационная работа. Количество различного рода согласований и «разрешений», которые необходимо получить, прямо пропорционально масштабу и технической сложности события. Для решения вопросов обеспечения события техническими средствами, связью и источниками энергии привлекаются различного рода технические специалисты.

Основными составляющими Event – менеджмента является планирование, организация, контроль и проведение мероприятия. Специфика Event – менеджмента состоит в том, что с одной стороны это – разновидность менеджмента и особенный вид деятельности, с другой, от успешности планирования и осуществления которой состоит успех проводимого мероприятия. Используя современные технологии событийного менеджмента, можно провести самые разнообразные мероприятия. Кроме того, следует

отметить, что event – менеджмент начинается на этапе планирования любого проекта или мероприятия и заканчивается на этапе подведения итогов мероприятия. В свою очередь, подготовленные и реализованные корпоративные мероприятия являют собой организованный досуг, так как требует особых навыков разработки, реализуются после тщательной подготовки и не возможны без контроля менеджеров – профессионалов.

Сама профессия событийного менеджера имеет свои исторические корни. В аристократических имениях и при королевских домах существовали организаторы специальных мероприятий, которых можно считать первыми прародителями профессии event – менеджера, так как сама организация пиршества и традиции балов требовали больших навыков организации и управления подобными событиями. Расцвет же индустрии Event – менеджмента можно отнести к началу XX века. Известный Event – менеджер Джо Голблатт, утверждал, что профессия организатора мероприятий начала формироваться в момент открытия Дисней Ленда в 1955 году. На сегодняшний день event – рынок включает большое количество агентств, желающие занять свою нишу. В этом есть и положительные и отрицательные стороны. Положительной тенденцией является быстрый темп развития event – рынка, как и его подвижность, а отрицательной – размывание самого понятия event-менеджмента, возникающее вследствие свободного вхождения в данную сферу деятельности непрофессионалов. Специфичность работы event-менеджера, который, как правило, является сотрудником event-агентства, состоит в необходимости сочетать творческую работу по планированию, прогнозированию, подведению итогов мероприятия или проекта с выполнением ряда операций, требующих точности и организованности (встреча с клиентами, составление сценария мероприятия и т.п.).

Event-менеджер занимается организацией и последующим проведением различных мероприятий для частных и юридических лиц. В его обязанности входит полное сопровождение проекта на всех этапах его осуществления. Он разрабатывает концепцию будущего мероприятия с учетом пожеланий заказчика (а также общепринятых стандартов), выполняет организационную работу; проводит переговоры с различными посредниками (арендаторами помещений, концертных площадок, ресторанов, отелей, гостиниц и т.п.). Особенностью данного вида деятельности является сочетание к ней компетенций различных гуманитарных профессий: психолога, художника, рекламиста, педагога, актера, менеджера социально-культурной сферы. Как корпоративное, так и массовое мероприятие должно остаться в памяти его участников и зрителей как неповторимое событие, потому требует тщательного анализа, предшествующего планированию события. В случае, если мероприятие (чаще всего это бывает с

корпоративными мероприятиями) будет носить регулярный характер, от event-агентства требуется еще и разработка единой стратегии для всех мероприятий.

Таким образом, event-менеджмент – это огромный пласт различных действий, которые приходится выполнять event-менеджеру. По сути – это программа управления проектом. Как каждый проект, любое событие имеет начало и завершение. Начинается оно с постановки целей, которые должно решать предстоящее событие, а завершается не столько даже самим событием, сколько подведением итогов – были ли достигнуты поставленные цели. В зависимости от поставленных целей выстраивается мероприятие. А уж потом нанимаются подрядчики и решаются все остальные вопросы.

Список литературы

1. Волков А.Г. Особенности использования брендинга на российском потребительском рынке/ А.Г. Волков. – СПб.: Питер, 2013. – 235 с.
2. Касьянов Ю. Имиджелогия / Ю. Касьянов. – М.: Дело, 2014. – 239 с.
3. Кнаузе Б. Event-менеджмент и его составляющие / Б. Канусье. – СПб.: Инфра, 2013. – 198 с.