

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ

2 раздел

Раздел 2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

1	Основные понятия, этапы развития и современное состояние	
2	Типы событий и виды мероприятий. Создание концепции мероприятия	
3	Подрядчики и выбор места проведения мероприятия	
4	Логистика мероприятия	
5	Проектная команда, персонал. Проблемы при организации мероприятий	
6	Реклама, PR и другие методы продвижения мероприятий	
7	Финансовое управление мероприятиями	



<http://www.eventum-premo.ru/case/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F>

КОНЦЕПЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

- Это должен быть **документ**, который описывает ваше видение мероприятия. Каким оно будет, когда состоится.
- Это своеобразное предложение рынку. Даже если в итоге все пройдет не так, как вы запланировали, — все равно вам нужно составить предварительный план.
- Это не обязательно должна быть вся информация о мероприятии, включая бюджет и задействованные ресурсы. Это все-таки внутренняя информация. Включите в концепцию то, что вы могли бы (и хотели бы) рассказать участникам.

Концепция, или концепт (от лат. conceptio - понимание, система), - определенный способ понимания (трактовки) какого-либо предмета, явления или процесса; основная точка зрения на предмет; руководящая идея для систематического освещения.

В концепции могут быть описаны *цели и задачи* мероприятия, *аудитория* участников, то, на кого рассчитано мероприятие.

Приведите аргументы, **почему** необходимо участвовать в этом мероприятии.

Включите туда техническую информацию: *дату и место проведения, сведения об организаторах и поддерживающих организациях, партнерах и спонсорах; укажите стоимость продукции, контактные данные* и т.п.

Концепция в дальнейшем может использоваться в качестве основы для создания сайта мероприятия, информационных брошюр и т.д.

Далеко не все мероприятия нуждаются в концепции.

Очень часто концепция является избыточным элементом. Например, деловая конференция, как правило, проходит без специальной креативной составляющей (хотя иногда и в необычном формате - ток-шоу, телемоста, «поединка» или «битвы»).

Или мероприятие предназначено для очень узкой группы постоянных партнеров, у которых ваша концепция может вызвать раздражение, а все что им нужно - личный, неформальный подход и безупречная организация, соответствующая их статусу.

Концепция формирует внутреннее пространство и время мероприятия.

Она дает гостю представление о том, как вы преобразовали внутреннее пространство мероприятия и какие элементы будут в программе.

Концепция дает понимание сценария.

Концепция - это усиление эмоций.

Концепция усиливает коммуникацию в качестве художественного средства.

ТРЕБОВАНИЯ, КОТОРЫМ ДОЛЖНА СООТВЕТСТВОВАТЬ КОНЦЕПЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

- **Концепция должна быть известна аудитории на 100%.**
- **Яркий центральный элемент (Бандиты, пионеры, карнавал, пираты)**
- **«Никакой обыденности». Концепция должна лежать за пределами привычного.**
- **Концепция должна гармонично сочетаться с культурой группы участников и целями мероприятия**
- **Нужно задействовать всё- тактильные ощущения, слух, обоняние, вкус, - равно как и привычный визуальный ряд.**

Короткий тест на творческую полноценность мероприятия:

Чувство	Возможные элементы	Есть/Нет
Зрение	Освещение Цвет Указатели Использование логотипа Другое	
Слух	Звук и акустика Музыкальное сопровождение Фон Сигналы Другое	
Осязание	Текстура Подарки, раздаточные материалы Другое	
Обоняние	Ассоциации Посторонние запахи Другое	
Вкус	Еда Напитки Антистресс Другое	

