

Елена
Макарова

заведующая кафедрой культурологии и психолого-педагогических дисциплин
Института культуры Беларуси
(г. Минск, Беларусь);

Анна
Кушнеревич

заместитель начальника отдела учебно-методического обеспечения повышения квалификации и переподготовки кадров
Института культуры Беларуси (г. Минск, Беларусь)

Ивент-менеджмент как специальность переподготовки в системе дополнительного образования

Актуальность появления новой специальности «Ивент-менеджмент» в системе дополнительного образования взрослых определяется повышением роли событийных мероприятий (ивент-мероприятий) в деятельности различных субъектов хозяйствования и практики в целом, а также потребностью подготовки менеджеров по организации маркетинговых коммуникаций и позиционирования различных социокультурных организаций и компаний как во внешней, так и во внутренней среде.

Целью открытия специальности «Ивент-менеджмент» как направления профессиональной деятельности в структуре маркетинговых коммуникаций — внедрение технологий ивент-менеджмента в социально-культурную практику.

Во многих странах мира ивент-индустрия получила широкое развитие. Проводятся конкурсы и международные фестивали, на которых позиционируются ивент-проекты, представляемые агентствами и организациями сферы ивент-индустрии [4, 7, 8, 9]. Цель ивент-мероприятий — продвижение товаров и различных услуг, а также формирование позитивного имиджа компаний. В процессе таких мероприятий реклама и другие способы продвижения товаров

и услуг превращаются в значимое событие, в праздник, имеющий как социальные, так и экономические цели. Ивент-мероприятия могут осуществляться в форме праздников, концертов, презентаций, выставок, ток-шоу, экскурсий, спортивных и досуговых мероприятий, симпозиумов, конференций, семинаров и т. д. [2, 4, 6, 8, 10].

Ивент-менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием, т. е. функции классического менеджмента. По мнению ряда таких авторов, как В. Новиков [2], А. Ульяновский [6], Е. Ходак [8], ивент-менеджмент решает задачи рекламирования организаций и предприятий, стимулирования их развития, повышения корпоративной культуры. То есть, ивент-менеджмент — своеобразная программа управления проектом. Как отмечает один из известных продюсеров и экспертов в области ивент-менеджмента М. Сондер, «у развлекательных мероприятий глобальные возможности при действенном стратегическом планировании и управлении творческим процессом ивент-мероприятия» [4, 47, 187].

Ивент-менеджмент получил распространение как раздел научного знания и как одна из учебных дисциплин образовательной программы по подготовке культурологов-менеджеров в ряде учебных заведений России, Украины, а также и Беларуси. Кроме того, формируется специальная учебно-методическая база, включающая переводные и отечественные издания [1, 4, 9].

Как и во многих других странах, в Беларуси существует профессиональная премия в области ивент-индустрии, на которой представляются проекты: лучший ивент для бренда, лучшее ивент-мероприятие, лучшие корпоративный праздник, корпоративный проект, социальный, праздничный, свадебный проекты и т. д.

Таким образом, можно констатировать, что ивент-мероприятия — современное и актуальное явление, связанное с возрастающим интересом организаций к данному виду социально-культурной практики.

В настоящее время в Беларуси, несмотря на рост популярности событийных мероприятий, а также спрос на ивент-услуги, существует проблема, связанная с отсутствием профессионально подготовленных специалистов в области ивент-менеджмента [3]. Ситуация осложняется тем, что до настоящего времени опыт деятельности ивент-агентств недостаточно отрефлексирован, а специальных исследований рынка ивент-услуг практически не осуществлялось до настоящего времени. Вследствие чего, отсутствуют необходимые образовательные программы,

а знания, умения и навыки, требуемые для осуществления деятельности, связанной с организацией и проведением ивент-мероприятий, специалисты получают непосредственно в специализированных агентствах в процессе работы, что зачастую влечет за собой некачественный продукт, выпускаемый на рынок ивент-услуг и, в целом, тормозит развитие ивент-индустрии в Беларуси.

Многие работники культуры в регионах включаются в процесс оказания платных услуг по проведению ивент-мероприятий и испытывают определенные трудности профессионального порядка, включая недостаток знаний в области событийного менеджмента.

Следует отметить, что на первой ступени высшего образования в рамках специальности «Культурология» осуществляется подготовка культурологов-менеджеров социокультурной сферы, которая направлена на следующие виды профессиональной деятельности: менеджмент концертно-гастрольной деятельности, менеджмент кино- и видеопроката, менеджмент туристической деятельности, менеджмент на телевидении и радио, общественные связи в сфере культуры, менеджмент в сфере индустрии досуга, рекламный менеджмент в сфере культуры, менеджмент в сфере изобразительного искусства, международные культурные связи.

В отличие от культурологов-менеджеров социокультурной сферы, основу подготовки которых составляет изучение менеджмента, маркетинга и рекламы в сфере культуры, экономики и предпринимательства, отечественного и зарубежного права, внешнеэкономической деятельности, информатики и вычислительной техники, иностранных языков, а также технологий организации социокультурной и досуговой деятельности, подготовка ивент-менеджера основывается на знании законов сценарного мастерства и проектирования ивент-мероприятий, на креативно-творческих методах решения маркетинговых и рекламных задач различных субъектов хозяйствования.

Кроме того, на первой ступени высшего образования осуществляется подготовка по специальности «Социально-культурная деятельность» со специализациями «Организация и методика социально-культурной деятельности в культурно-досуговых учреждениях»; «Организация и методика социально-культурной деятельности в театральном зрелищных учреждениях»; «Организация и методика социально-культурной деятельности в санаторно-оздоровительных и туристско-спортивных учреждениях».

Подготовка специалистов по организации социально-культурной деятельности направлена на социально-педагогическое, психолого-

педагогическое, информационное, организационно-методическое воздействие на развитие личности в процессе освоения культурных ценностей. В рамках данной специальности предусмотрено весьма ограниченное по объему освоение законов менеджмента, маркетинга в культуре, PR-технологий.

Более того, специалист по организации социокультурной деятельности сориентирован на профессиональную деятельность преимущественно в учреждениях культурно-досуговой сферы: клубы, дворцы культуры, центры досуга, учреждения спорта и туризма, санаторно-оздоровительные учреждения, центры народного творчества, центры эстетического воспитания, центры внешкольной работы, концертные, выставочные организации, городские парки и зоопарки на должностях методиста, культурного организатора, инструктора.

В рамках группы специальностей 26 02 «Бизнес-управление» представлена родственная специальность переподготовки на базе высшего образования 1-26 02 72 «Менеджмент социокультурной сферы» (квалификация «менеджер в социокультурной сфере»). Вышеуказанная переподготовка ставит целью подготовку менеджера (управленца) в социокультурной сфере, который осуществляет управление предпринимательской или коммерческой деятельностью организаций социокультурной сферы.

Таким образом, специальная подготовка квалифицированных кадров для ивент-индустрии в настоящее время в Беларуси остается актуальной задачей. Учитывая большой спрос на ивент-менеджеров в социокультурной сфере, считаем целесообразным обучение работников культуры непосредственно через переподготовку по новой специальности в рамках дополнительного образования взрослых. Это, на наш взгляд, даст возможность специалистам, работающим в социокультурной сфере, в сфере индустрии развлечений, получать дополнительную квалификацию и приобретать необходимые знания, дефицит которых, безусловно, испытывается.

Представляется целесообразным открытие данной специальности переподготовки на базе государственного учреждения образования «Институт культуры Беларуси» как на бюджетной основе для специалистов отрасли культуры, так и на платной основе для специалистов иных организаций с присвоением квалификации «Ивент-менеджер».

Слушатель, освоивший вышеуказанную образовательную программу, будет уметь самостоятельно проектировать и проводить событийные мероприятия, а также грамотно управлять данным процессом.

Слушатель, освоивший образовательную программу по специальности переподготовки «Ивент-менеджмент», будет способен в своей профессиональной деятельности решать следующие задачи:

планирование, согласование, осуществление и контроль мероприятий (PR-мероприятия, конференции, пресс-конференции, благотворительные акции, нестандартные мероприятия);

управление взаимоотношениями с PR-агентствами и оценка эффективности сотрудничества;

разработка и реализация концепций, идей, механик и сценариев мероприятий, соответствующих поставленным целям, посредством тесного сотрудничества с PR-агентствами;

оценка эффективности мероприятий, поиск путей их совершенствования;

ведение спонсорских проектов: разработка спонсорской стратегии; постановка коммуникационных целей (включая позиционирование бренда, уровень его узнаваемости); размещение промо-материалов в рамках спонсорских проектов;

построение отношений с другими департаментами компании: участие в профессиональных клубах, общих встречах, церемониях и т. д.;

постоянный мониторинг происходящих в ивент-индустрии изменений (ведущие ивент-агентства), отраслевых трендов и инноваций.

Объектами профессиональной деятельности такого специалиста являются корпоративные интересы организаций, учреждений, общественные объединения социально-культурной сферы досуга, формирование корпоративной культуры организаций, учреждений социокультурной сферы.

В образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов по специальности «Ивент-менеджмент» как вида профессиональной деятельности, требующего определенных знаний, навыков и компетенций, а также по квалификации «Ивент-менеджер» как подготовленности работника к данному виду профессиональной деятельности предлагается включить следующие дисциплины:

- менеджмент в сфере культуры;
- финансовый менеджмент в культуре;
- основы ивент-менеджмента;
- маркетинг в сфере культуры;
- реклама и PR;
- индустрия досуга;

- тэхналогіі арт-менеджмента;
- праектаванне івент-меропрыяццяў;
- драматургія і рэжысура івент-меропрыяццяў;
- пастаўка і прадюсаванне шоу-праграмм;
- тэхналогіі рэгіянальных абрадавых практык;
- мастэрства шоумена;
- музыкалае аформленне шоу-праграмм;
- тэхналогіі ігравой і развлекатэльнай дзейнасці;
- бізнес-планаванне ў івент-індустрыі;
- рэсурсная база івент-індустрыі ў Беларусі.

Так як адукацыйны стандарт выкарыстоўваецца наёмнікамі пры рашэнні пытанняў працаўладкавання спецыялістаў, прад'яўляючых дыпламы аб перападрыхтоўцы, прадстаўляецца цэлесобразным уключэнне ў яго даных дысцыплін, забяспечваючых гатоваць спецыялістаў да выканання наступных відаў прафесійнай дзейнасці:

арганізацыйна-дасуговай дзейнасці па ажыццяўленні інфармацыйна-просветельных, рэкрэацыйна-аздоровельных, мастацка-творчых і святава-зрэлішчых мерапрыяццяў для насельніцтва;

сцэнарна-праектнай дзейнасці па падрыхтоўцы і правядзенню культурна-дасуговых мерапрыяццяў для розных сацыяльна-дэмаграфічных груп насельніцтва;

інфармацыйна-метадычнай дзейнасці па вывучэнні і сістэматызацыі вопыта працы ўстановаў культуры па арганізацыі дасуга розных катэгорыяў насельніцтва;

арганізацыйна-маркетынгавай дзейнасці па выяўленню карпаратыўных інтарэсаў арганізацый, устаноў.

Прадстаўляецца, што ўключэнне ў адукацыйны стандарт даных дысцыплін ў канечным ліку забяспечыць спецыялістаў неабходнымі ведамі і ўменнямі, каб больш эфектыўна і рэзка ажыццяўляць рэкламна-інфармацыйную, рэкрэацыйную і культурна-зрэлішчную дзейнасць сярод насельніцтва; арганізавываць івент-меропрыяцця (свабодныя мерапрыяцця) ў адпаведнасці з карпаратыўнымі патрэбнасцямі арганізацый; разрабавываць праграмы культурна-дасуговых мерапрыяццяў рознай напраўленнасці; садзействаваць рашэнню сацыяльна-псіхалагічных праблем аўдыторыі; забяспечываць прамаўш і прадюсаванне івент-меропрыяццяў; выяўляць карпаратыўныя

интересы организаций, учреждений в проведении ивент-мероприятий; формировать социально-культурную среду для эффективного развития организационной и корпоративной культуры; содействовать решению вопросов рекламирования и презентации организаций и учреждений средствами ивент-мероприятий.

Список использованных источников:

1. Назимко, А. Событийный маркетинг : Руководство для заказчиков / А. Назимко. — М. : Изд. Вершина, 2007. — 224 с.
2. Новиков, В. Праздники для сотрудников стали неотъемлемым элементом корпоративной культуры / В. Новиков // Эксперт Северо-Запад. — 2001. — № 12. — С. 89—91.
3. Солонко, О. Белорусский event-рынок, или Голь на выдумки хитра / О. Солонко // Топ персона. Еженедельник карьериста [Электронный ресурс]. — 2008. — Режим доступа : <http://ruhttp://top-persona.by>. — Дата доступа : 28.12.2008.
4. Сондер, М. Ивент-менеджмент. Организация развлекательных мероприятий : техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. — М. : Изд. Росинтер, 2007. — 340 с.
5. Федоров, К. Что такое Event-marketing и зачем он нужен? / К. Федоров // [Электронный ресурс]. — 2008. — Режим доступа : <http://www.advertology.ru/>. — Дата доступа : 20.01.2009.
6. Ульяновский, А. Искусство проведения корпоративных праздников / А. Ульяновский // Секретарское дело. — 2004. — № 12. — С. 54—55.
7. Хальцбаур, У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Каусе, Р. Мозер, М. Целлер. — М. : Изд. Эксмо, 2006. — 384 с.
8. Ходак, Е. Праздник как инструмент внутреннего PR / Е. Ходак // PR news. — 2000. — № 2. — С. 163—170.
9. Шмитт, Б. Бизнес в стиле шоу : маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. — СПб. : Изд. Питер, 2005. — 245 с.
10. Шумович, А. Великолепные мероприятия / А. Шумович. — СПб. : Изд. Питер, 2006. — 160 с.