

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Teze diplomové práce

Event management

Bc. Vojtěch Seidl

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn:

Diplomová práce je věnována problematice event managementu, teoretickým pojmům a praktické ukázce pořádání eventů. Práce je rozdělena na dvě části. Pro lepší představu o tom, jak probíhá realizace eventů a s tím spojené činnosti, je zde uveden příklad pořádání golfového turnaje. První část práce je věnována teoretickému pojednání a zahrnuje literární rešerši spojenou s tímto tématem. Jsou zde definovány pojmy jako marketing, event management a jeho fáze, typologie eventů, apod. Druhá část práce je zaměřena na jednotlivé fáze pořádání konkrétního eventů. Je zde popsán postup od tvorby konceptu až po realizaci a následné zhodnocení. Na základě poznatků, které vzešly z pořádání golfového turnaje, jsou navržena optimalizační doporučení. Využití těchto doporučení v praxi by mělo vést k optimalizaci samotné realizace eventů a také k finanční úspoře.

Klíčová slova: Event, Event management, Event marketing, Golf, Komunikace, Komunikační mix

Cíl práce

Diplomová práce charakterizuje pojem event management, osvětluje jeho podstatu a zabývá se jeho implementací v praxi. V první řadě přibližuje tuto problematiku literární rešerše z teoretického hlediska, vlastní zpracování pak nastiňuje samotnou přípravu, průběh a vyhodnocení konkrétního eventů.

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení průběhu vybraného eventů, zhodnocení jeho přípravy a realizace z hlediska finančního i organizačního a navržení možných doporučení pro zefektivnění dalších podobných akcí pořádaných danou společností.

Vedlejším cílem práce je na základě prostudovaných teoretických východisek a materiálů od firmy Resort Media s.r.o. popsat proces organizace eventů v praxi. Cílem je popsat postup činností při pořádání golfového turnaje pro klienta od samotného počátku, přípravné práce až po realizaci akce a její následné zhodnocení.

Metodika

Teoretická část diplomové práce je zpracována na základě prostudování příslušné literatury a internetových zdrojů k danému tématu. V první části práce jsou popsány a porovnány teoretická východiska a názory různých autorů. Jsou zde rozebrány pojmy jako event marketing, event managementem, apod.

Praktická část práce je zpracována na základě osobní praxe z oblasti event managementu, z pořádání golfových turnajů a s tím souvisejících doprovodných akcí, konferencí a projektového řízení. Podklady pro praktickou část poskytla firma Resort Media s.r.o. Tato společnost je zde také uvedena jako příklad společnosti věnující se pořádání eventů.

Hlavními zdroji pro čerpání informací pro zpracování diplomové práce byla odborná literatura z oblasti managementu a marketingu. Dále byly využity odborné články dostupné na internetu, neformální rozhovory s odborníky z reklamních agentur a s organizátory golfových turnajů. V neposlední řadě bylo samozřejmě využito též několikaletých osobních zkušeností s pořádáním eventů.

Výsledky

V několika posledních letech vznikla na trhu event marketingových služeb poměrně velká konkurence. Narůstající počet event marketingových agentur je toho přímým důkazem. Pro firmy podnikající v tomto odvětví je velmi důležité znát dobře svůj obor a vynikat originalitou a nápady. Významnou výhodou společnosti Resort Media oproti konkurenčním firmám působícím na poli golfu je fakt, že se specializuje pouze na určitý segment tohoto trhu. Tato specializace je umožněna díky komplexnímu dlouhodobému působení v českém golfovém prostředí a dobrým vztahům s golfovými resorty. Všechny tyto přednosti byly nepochybně dobrým základem pro úspěšné uspořádání golfového turnaje GE MONEY Bank & Golf Vacations PGA Tournament 2011, který je popisován v praktické části této práce. Společnost Resort media měla možnost využít svých zkušeností z minulosti a osvědčených obchodních kontaktů, což usnadnilo spoustu práce během přípravné fáze. Navzdory faktu, že tento typ akce byl organizován vůbec poprvé v České republice, můžeme jeho úspěšnost zhodnotit velmi pozitivně.

Na základě stanovených cílů z úvodu práce můžeme dojít k závěru, že žádná akce není bez chyby a vždy lze najít slabá místa, která lze zlepšovat. Kouzlo event marketingu však spočívá především v tom, že každá akce je jiná a nedá se nikdy přesně odhadnout její výsledek. Do průběhu může zasáhnout mnoho faktorů a přesný návod na organizaci konkrétní

akce neexistuje. Správný pořadatel eventu musí disponovat mnoha vlastnostmi, z nichž nejdůležitější jsou kreativita, originalita, komunikativnost a hlavně schopnost improvizovat a musí vynaložit maximální snahu o minimalizaci počtu slabých míst ve svém projektu.

Závěrečné doporučení je věnováno především způsobům možné optimalizace jak z hlediska finančního, tak organizačního. Navrženy jsou možná zlepšení, která by napomohla hladšímu průběhu podobného eventu konaného v budoucnu.

Vybrané zdroje

DEVNEY, D. C. *Organizing Special Events and Conferences: A Practical Guide for Busy Volunteers and Staff*. Sarasota, Florida: Pineapple Press, 2001. 130 s. ISBN 15-6164-217-7.

FORET M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2011. 443 s. ISBN 978-80-251-1041-6.

FREY, P. *Marketingová komunikace: to nejlepší z nových trendů*. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-160-7.

GOLDBLATT, J. J. *Special events : event leadership for a new world*. New Jersey: J. Wiley & Sons, 2005. 496 s. ISBN 04-7145-037-5.

KOTLER, P, KELLER, K. L. *Marketing management*. 12. vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.

KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007, 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

ŠINDLER, P. *Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada Publishing, 1. vydání. 2003. 236 s. ISBN 80-247-0646-6.

TASSIOPOULOS, D., et al. *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. Lansdowne: Juta Academic, 2005. 480 s. ISBN 07-0216-658-8.