

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra řízení**



**Teze diplomová práce**

**Význam komunikace pro event management**

**Denisa Krajdlová**

© 2015 ČZU v Praze

## ÚVOD

Hlavní myšlenka práce vychází z otázky, jaký význam má komunikace v event managementu. Význam má beze sporu velký, věnují tomu ale manažeři dostatečnou pozornost a dokážou vůbec plně využít veškerých možností komunikace? Tuto otázku diplomová práce řeší.

Komunikace doprovází každodenní situace. Probíhá mezi všemi formami života, a ta nejsložitější komunikace probíhá mezi lidmi napříč celou lidskou populací. V době neustálého zrychlování a technického pokroku jsou k dispozici čím dál rychlejší a efektivnější nástroje, které komunikaci usnadňují. Dochází však i k zefektivňování komunikace a stává se v průběhu času snazší? Komplexnost komunikace je natolik složitá, že vyžaduje specifické schopnosti a dovednosti, aby byla srozumitelná pro všechny. Příkladem může být odlišný jazyk v různých částech světa nebo odlišnosti v proxemice a gestech jednotlivých kultur. Tak, jak se mění v čase schopnost komunikovat, v závislosti na změně komunikačních kanálů, mění se i její obtížnost. Novodobá komunikace se více podobá boji, ve kterém se využívá verbální i neverbální komunikace jako zbraň. Stále častěji přicházejí nové metody a taktiky, které mají za úkol získat nad „protivníkem“ převahu, jak v soukromém, tak v profesním životě. Schopnost komunikovat pak tkví v tom, jakým způsobem onu převahu vítězná strana získá, buď asertivně, nebo agresivně. Komunikace prochází také napříč mnoha vědními disciplínami, jako je např. management. Jednou z odnoží managementu je event management, jímž se diplomová práce zabývá především.

Pojem event management, vznikl spojením slov: event a management. **Event** je událost, která má být svou podstatou originální, přímo šitá na míru dané situaci, má vyvolat emoce a komunikovat určité sdělení. Eventy mohou mít mnoho podob, od firemních meetingů, přes společenské události až po hudební festivaly. Všechny tyto události nabírají čím dál více na popularitě, jsou totiž efektivním komunikačním nástrojem i v oblasti marketingu, kde se mohou zařadit do komunikačního mixu. Pomáhají budovat a utužovat dobré vztahy, a to především díky kreativnímu a cílenému sdělení. **Management** je v kontextu eventu chápán jako proces řízení. Termín **event management** se tedy rovná řízení událostí. Tento poměrně nový a nepříliš zažitý termín lze charakterizovat jako specifickou formu projektového managementu, což je formalizovaný postup plánování, řízení a kontrolování úkolů v zadaném čase a s danými standardy kvality.

## **CÍL PRÁCE A METODIKA**

Diplomová práce řeší otázku významu komunikace pro event management. Jejím hlavním cílem je zjistit význam komunikace pro řídicího pracovníka v event managementu ve zvoleném typu organizace. Práce si klade také dílčí cíle, a to potvrdit nebo vyvrátit domněnku, že manažeři nepřikládají komunikaci přílišnou významnost, zjistit rozdíly ve významnosti komunikace mezi různými typy organizací. Dalšími dílčími cíli je prostudování teoretických podkladů a zpracování literární rešerše dané problematiky s důrazem na vysvětlení pojmů komunikace, management a event management a formulace vlastních závěrů na základě terénního výzkumu.

Diplomová práce je dle stanoveného cíle práce rozdělena na dvě části, část teoretickou a část praktickou. Problematika významnosti komunikace v event managementu je rozebrána v teoretické části, za pomoci sběru sekundárních dat z odborné literatury. Teoretická část se podrobněji zaměřuje na to, jak správně vést lidi, umět s nimi komunikovat a získat od nich přesně to, co je potřeba. Hlavní roli v event managementu hraje manažer, který nemá lehkou úlohu. Práce se zabývá také tím, jakými schopnostmi a dovednostmi má manažer disponovat, jaké osobnostní typy jsou k výkonu manažera vhodné a jaké manažerské funkce musí umět ovládat. Významná část diplomové práce je věnována obecné komunikaci, využití verbální a neverbální komunikace, práce blíže popisuje proces komunikace a její styly. Navazuje na bližší specifikaci event managementu a jeho fází při realizaci eventu. Na část teoretickou navazuje část praktická (vlastní zpracování), která je postavena na empirickém výzkumu formou dotazníkového šetření, pozorování a v neposlední řadě na zkušenostech event specialistů, se kterými byla práce konzultována. Pro získání odpovědi na hlavní otázku práce, zda a jak je komunikace významná pro event management, se vychází především z dotazníkového šetření, které bylo uskutečněno na internetovém serveru vyplnto.cz, kde ho vyplnilo 88 respondentů. K vyvození vlastního závěru byla využita také metoda pozorování. Pozorované subjekty byly manažeři při výkonu své práce (při realizaci eventů). Nejprve byl sestaven plán pozorování (na co se zaměřit a co sledovat především), pak probíhalo pozorování předem stanovených kritérií v jednotlivých fázích eventu a interaktivní zapojení do činností. Pozorování bylo zaznamenáváno do tabulky, a to nahodile, vždy ve chvíli, kdy pozorovaný jev nastal. Zapisovala se četnost výskytu jevu. Výsledky pozorování a dotazníkového šetření byly využity jako podklad pro vlastní hodnocení a závěr práce.

## VÝSLEDKY A DOPORUČENÍ

Event management, stále se rozšiřující fenomén 21. století, lze zařadit nejen do oblasti projektového managementu, kde sehrává roli kontrolované cesty od identifikace cílové skupiny a jejích potřeb, přes plánování zdrojů, procesů a postupů, dodavatelů, hlavní myšlenky a všech ostatních detailů, řízení veškerých činností, až po kontrolu a zpětnou vazbu. Event management se ale může řadit i do marketingového mixu, jako samostatný komunikační nástroj, který je dnes a denně využíván. Všechny eventové agentury jsou důkazem toho, že event management se dostává do povědomí a stává se jakýmsi zažitým pojmem. Event management je ale především o řídicím pracovníkovi, tedy manažerovi, který je odpovědný za všechny fáze eventů. To, jakým stylem komunikuje se svými podřízenými, jak se prezentuje a jakou má osobnost velmi ovlivňuje atmosféru v týmu a chuť, se kterou zaměstnanci pracují.

Diplomová práce měla za úkol vysvětlit, jaký význam má komunikace pro řídicí pracovníky v event managementu za využití empirického výzkumu, dotazníkového šetření. Terénní výzkum probíhal také formou pozorování, které bylo uskutečněno na dvou subjektech odpovídajících profilu manažera pohybujícího se v oboru event managementu. Během pozorování bylo zajímavé sledovat manažery při výkonu jejich práce a sledovat jejich reakce při různých situacích. Výsledek přinesl osobní zhodnocení komunikačních dovedností manažerů a doporučení pro ně. Pozorování také přineslo ten poznatek, že význam komunikace pro pozorované subjekty byl především ve funkci informační, tedy ve sdělování informací. Také vyplynulo, že komunikace probíhala obdobně u obou subjektů, lze tedy usuzovat, že v oblasti event managementu se komunikace využívá svým způsobem standardizovaně, bez ohledu na prostředí a druh organizace, ve kterém manažer pracuje. Veškeré odchylky od standardní komunikace jsou závislé na osobnosti manažera, jeho dovednostech a schopnostech.

Dotazníkový průzkum splnil svůj účel a odpověděl na otázku týkající se významu komunikace v event managementu. Z odpovědí dotazníkového šetření vyplývá, že manažeři znají váhu komunikace a využívají ji tak, jak si žádá daná situace. Hlavní cíl práce byl splněn prostřednictvím vyhodnocení pozorování a dotazníkového šetření. Vypracování teoretického základu pro práci proběhlo analýzou potřebných literárních podkladů, které odpovídaly rozsahu diplomové práce. Dílčí cíl byl taktéž splněn, domněnka byla vyvrácena na základě odpovědí respondentů dotazníkového šetření.

## SEZNAM LITERATURY

ADAIR, John. Effective strategic leadership: the complete guide to strategic management. New rev. ed. London: Pan Books, 2010. ISBN 9780330509435.

BARKER, Stephen a Rob COLE. Brilliant project management: what the best project managers know, say, and do. New York: Pearson Education, 2007, p. cm. ISBN 9780273707936.

FAYOL, By Henri. General and industrial management. Mansfield Centre, CT: Martino Publishing, 2013. ISBN 9781614274599.

MIKULÁŠTÍK, Milan. Komunikační dovednosti v praxi. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, 325 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

ODCHÁZEL, Jiří. Management a moderní organizování firmy. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 324 s. Expert (Grada). ISBN 9788024721491.

SVOZILOVÁ, Alena. Projektový management. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 380 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3611-2.

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

ŠULEŘ, Oldřich. Manažerské techniky III. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 2003, 152 s. ISBN 80- 85839-90-3.

TURECKIOVÁ, Michaela. Klíč k účinnému vedení lidí: odemkněte potenciál svých spolupracovníků. Vyd. 1. Praha: Grada, 2007, 122 s. Vedení lidí v praxi. ISBN 978-80-247- 0882-9.

VYMĚTAL, Jan. Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 322 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2614-4.