

Siniša Zarić

PLANIRANJE DOGAĐAJA

Principi i praksa

Autori:

D. Vilkoš,

**S. Zarić, R. Bujković, M. Mateković,
H. Kaftandžiev, K. Kirilov, M. Sansone,
R. Bruni, L. Vej**

HERA*edu*

Edicija
NeWave

HERA*edu*

Siniša Zarić

**PLANIRANJE DOGAĐAJA:
Principi i praksa
II izdanje**

D. Vilkoks, S. Zarić, M. Mateković, H. Kaftandžijev,
K. Kirilov, R. Bujković, M. Sansone,
R. Bruni, L. Vej

Copyright © 2019 Siniša Zarić i HERAedu

Recenzenti

Aleksandar Andrejević

Rade Ratković

Marija Aleksić

Prevod s engleskog

Viktor Radun

Prevod s bugarskog

Ivana Davitkov

Prevod s bugarskog

dr Ivana Davitkov

Izdavač

HERAedu, Beograd

www.heraedu.rs

Direktorka i glavna urednica

Zorica Stablović Bulajić

Dizajn korica

Kosta Krsmanović

Tehničko uređenje

Predrag Knežević

Štampa

Instant system, Beograd

Tiraž

300

Godina izdanja

2019.

Copyright © 2019 HERAedu

Nije dopušteno nijedan deo ove knjige reprodukovati ili distribuirati u bilo kom obliku ili uvrstiti u bazu podataka bez odobrenja izdavača i autora.

SADRŽAJ

Zahvalnica	7
Podaci o koautorima	9
O karikaturistima	13
Uvod	15
Predgovor:	
Vrednost skupova i događaja kao strategija	
Denis Vilkoš	19
Značaj događaja u kompanijskom životu	
Siniša Zarić	27
Planiranje događaja od 5 „W” do 8 „W”	
Siniša Zarić	37
Planiranje budžeta događaja	
Rajko Bujković, PhD.	59
Marketing događaja u kompanijama:	
Ključni elementi planiranja	
Marina M. Mateković.	87
Događaji i njihove kreativne strategije – semiotički pristup	
Hristo Kaftandžiev, Kamen Kirilov i Siniša Zarić.	111
Odnosi između marketinga mesta, usluga, gradske uprave i događaja	
Marcelo Sansone i Roberto Bruni	133
Uloga događaja u upravljanju mestom:	
Analiza uspešnih iskustava	
Siniša Zarić, Marcelo Sansone	161
Ekonomski efekti organizacije događaja za lokalne zajednice	
Rajko Bujković.	185
Uticaj događaja na brendiranje grada:	
Slučaj Olimpijade u Pekingu	
Li Vej	205
Empatični model u planiranju specijalnih događaja	
Kamen Kirilov	243
Tematska bibliografija sa vebliografijom	
Siniša Zarić and Rajko Bujković.	257

Zahvalnica

Iako imam dugu akademsku i profesionalnu karijeru u oblasti menadžmenta događaja, bio sam svestan da ovakvo izdanje ne može da nastane bez znanja, veštine i ličnih iskustava više autora iz različitih krajeva sveta. Ovo je bio veoma uzbudljiv projekat. Zbog toga što je realizovan u turbulentno vreme ekonomske krize, koja je teško pogodila neke od oblasti industrije događaja (sajmove, ture, kongrese, lokalne događaje), autori ove knjige su se još više fokusirali na aspekte isplativosti i održivosti.

Bilo je potrebno više od dve godine da se prvi papiri sa EASE (Udruženje sajмова Jugoistočne Evrope) foruma 2009. i prvi radovi mojih mladih kolega sa više univerziteta uobliče u poglavlja knjige. Jadranski sajam iz Budve (Crna Gora), obezbedio je profesionalce sa sajmovi i događaja sa platformom za povezivanje i reflektovanje gorućih tema ovog sektora kreativne industrije. Veliku zahvalnost dugujem i Radmili Kankaraš Đurišić i Aleksandri Anđelić, koje su uvek bile spremne da mi pruže ne samo tehničku podršku.

Takođe, sam zahvalan svojim master studentima menadžmenta i marketinga događaja (neki od njih, Li, Mateković, su među koautorima ovog izdanja), koji su me inspirisali, pokazujući veliko interesovanje za temu. Želim isto tako da zahvalim profesoru Bojanu Zečeviću, koji je prepoznao značaj ove discipline i uvrstio je u master program Ekonomskog fakulteta u Beogradu. To mi je pružilo priliku da podučavam mlade ljude i poboljšam njihova znanja i veštine, u Beogradu, gradu koji je dobro poznat po tome što organizuje velike manifestacije i domaćin je brojnih međunarodnih događaja.

Svaki od mojih sastanaka sa Filipom Kotlerom i Denisom Vilkoksom je proširio moje znanje o izuzetno značajnoj ulozi događaja. Posebno zahvaljujem g. Vilkoksu na saradnji – bila je inspirativna.

Tim koautora želi da izrazi zahvalnost istaknutim recenzentima prvog izdanja. Profesorka Eva Kralova je vodeća ličnost u Bratislavi, poznata po svojim dostignućima u zaštiti kulture i industrijskog nasleđa prestonice Slovačke. Događaji igraju značajnu ulogu, dajući

novi život spomenicima. Profesor Laslo Vasa ima bogato iskustvo ne samo u univerzitetskoj karijeri, već i kao član ili predsedavajući nekoliko komiteta za organizaciju kongresa i konvencija. Oni su izuzetno doprineli poboljšanju ovog izdanja.

Drugo dopunjeno izmenjeno izdanje su recenzirali profesori Aleksandar Andrejević, Rade Ratković i Marija Aleksić, na čemu im se posebno zahvaljujemo.

Ubeđen sam da su sjani karikaturisti, svetski priznati, Koraksić (Srbija), Lagator (Crna Gora) i Čudo (Severna Makedonija) izuzetno doprineli komunikaciji teksta sa čitaocima.

Profesor Kosta Krsmanović je dizajnirao naslovnu stranu. On je uhvatio buduće trendove u planiranju događaja stvarajući „wow” efekat. Za ovo drugo izmenjeno i dopunjeno izdanje profesor Krsmanović je ponudio novu kombinaciju boja zadržavajući osnovne karakteristike dizajna korica koje su efektno komunicirale sa modernim senzibilitetom čitalaca.

Zahvaljujem glavnoj urednici izdavačke kuće HERAedu, Zorici Stablović Bulajić na dugogodišnjoj podršci i posebnoj brizi za ovo izdanje. Tokom rada na ovom izdanju sarađivao sam sa mr. Jovanom Borišćem, koji je brinuo o integritetu teksta. Na kraju, zahvalnost dugujem našem tehničkom uredniku Predragu Kneževiću za pažljivo uređenje.

Aleksandar Andrejević, redovni profesor i rektor Educons Univerziteta. Bio generalni direktor Novosadskog sajma i aktivni član međunarodne industrije događaja.

Rade Ratković, redovni profesor i dekan Fakulteta za biznis i turizam u Budvi. Organizovao je veliki broj događaja u oblasti odrazovanja, nauke i turizma.

Marija Aleksić, profesor Fakulteta za poslovne studije i Fakulteta za kulturu i medije Univerziteta Megatrend. Kao direktorka Muzeja afričke umetnosti u Beogradu organizovala je veliki broj uspešnih događaja. Događaji su značajno doprineli promociji kulturnog nasleđa i umetnosti Afrike.

Kosta Krsmanović redovni profesor na Fakultetu primenjenih umetnosti, Univerziteta umetnosti u Beogradu, Srbija. On je uključen u serijsku proizvoda, radi i dizajnira u CAD-CAM softveru. Autor je velikog broja projekata, патената i modela. Član žirija godišnjih konkursa za dizajn kompanije Zepter u Monci.

Podaci o koautorima

Denis Vilkoš (Dennis Wilcox), jedan od gurua odnosa sa javnošću, je profesor emeritus odnosa sa javnošću i bivši direktor Škole novinarstva i masovne komunikacije na Državnom univerzitetu San Hoze u Kaliforniji. On je glavni autor tri značajne knjige iz oblasti odnosa sa javnošću: Strategije i taktike odnosa sa javnošću (Public Relations Strategies & Tactics), dostupna na srpskom, Tehnike pisanja i medija u odnosima s javnošću (Public Relations Writings & Media Techniques) i Misli: Odnosi s javnošću (□ ink:Public Relations). Knjiga Strategije i taktike odnosa sa javnošću (s tri koautora) je postala vodeći udžbenik u ovoj oblasti, koji se koristi na više od 350 univerziteta širom sveta. Prevedena je na veliki broj jezika, uključujući rumunski, srpski i, nedavno, gruzijski. Denis Vilkoš je sa saradnicima objavio knjigu □ ink PR, u obliku časopisa, 2011. (novo izdanje 2013). Njegove posete mnogim zemljama su doprinele razvijanju PR veština. Profesor Vilkoš je član srpskog PR udruženja, kao i mnogih drugih.

Siniša Zarić je redovni profesor na Ekonomskom fakultetu u Beogradu. Drži predavanja na univerzitetima u Bolonji, Beču, Pizi, Sofiji (MT&M College), Pragu, Kasinu, Evropskom centru za mir i razvoj. Gostujući je predavač na Internacionalnoj akademiji sajmova u Berlinu. Na polju menadžmenta događaja, Zarić takođe ima veliko iskustvo u upravljanju (Beogradski sajam) i kao konsultant (Geopan centar-Burgas, Jadranski sajam – Budva). Takođe je bio član UFI komiteta (Unija međunarodnih sajmova – Pariz). Član je Evropske Retail akademije (Keln) i nekoliko redakcija naučnih časopisa (Holistički menadžment marketing Bukurešt). Autor, koautor i priređivač više knjiga („Uputstvo za sajmove”, „Sajmovi i pozicioniranje”, „Teritorijalni i kulturni uticaji u razvoju malih i srednjih preduzeća”).

Marina Mateković, etablirani marketing stručnjak sa dokazanim akademskim i praktičnim dostignućima.

Po završetku postdiplomskih studija na fakultetima Beogradskog univerziteta (Fakultet organizacionih nauka – uz magistarsku tezu „Istraživanje uticaja novih trendova organizovanja specijalnih događaja na planiranje komunikacionih strategija brenda”, kao i Fakultet dramskih umetnosti – uz odbranjenu tezu „Zelenim advertajzingom protiv globalnog zagrevanja”), nastavlja da gradi ime – kako u adv. industriji, tako i u korporativnom svetu.

Tokom svoje karijere u jednoj od najvećih advertising agencija (Leo Burnett, 2005–2010) uspešno je vodila i savetovala različite internacionalne klijente iz bankarskog sektora, medija, telekomunikacija i FMCG industrije, sa kojima ostvaruje izvanredne poslovne rezultate, u isto vreme osvajajući eminentna priznanja na najpoznatijim evropskim advertajzing festivalima.

Nakon uspešno izgrađene advertajzing karijere, u korporativni svet ulazi 2010. godine priključivanjem najvećoj globalnoj kompaniji za hranu – Nestlé.

Hristo Kaftandžiev (Крист о Кафт анджиѐв) je profesor Ph.D i doktor nauka na Žurnalističkom fakultetu na Univerzitetu u Sofiji, Bugarska, na univerzitetu Tomsk, Rusija i Univerzitetu „Boris Grinčenko”, Univerzitet u Kijevu, Ukrajina.

Njegovi kursevi su o generalnoj teoriji oglašavanja; komunikaciji marketinga događaja; interkulturalnih aspekata marketing komunikacije, dizajna, komunikacije prodaje, digitalne marketing komunikacije.

Knjige profesora Kaftandžieva „Tekstovi o štampanom oglašavanju”, „Harmonija u komunikaciji advertajzinga”, „Apsolutna semiotika”, „Predstave o ženama u advertajzingu”, „Seks i nasilje u advertajzingu”, „Heroji i lepotice u advartajzingu” su objavljene i u inostranstvu.

Hristo je gostujući profesor i redovni predavač i u drugim zemljama – Srbiji, Finskoj, Holandiji, Nemačkoj, Meksiku, Austriji, Švedskoj, SAD, Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni, Crnoj Gori, Češkoj, Litvaniji, Letoniji, Estoniji, Velikoj Britaniji, Irskoj, Jermeniji, Italiji, Kini, Belgiji itd.

Profesor Kaftandžiev često predaje u Rusiji, Belorusiji i Ukrajini – u Moskvi, Sankt Petersburgu, Kalinigradu, Rostovu na Donu, Samari, Tomsku, Novosibirsku, Kazanu, Minsku, Kijevu i Odesi, kao i u Kazahstanu, gde je obavljao i funkciju prorektora univerziteta.

Kamen Kirilov (Камен Кирилов) je ekspert u oblasti korporativne komunikacije. On, takođe, predaje na univerzitetima i koledžima. Njegova glavna tema je advertajzing. U svom bogatom iskustvu, Kirilov je osmislio i uspešno sproveo više od 170 reklamnih kampanja koje su snažno uticale na razvoj marketinga u Bugarskoj. Takođe je autor više od 50 realizovanih projekata za TV spotove. 2011. Kirilov je u Bugarskoj dobio nagradu za PR godine. Doktorand na Univerzitetu „Sveti Kliment Ohridski” u Sofiji.

Rajko Bujković je izvršni direktor Jadranskog sajma u Budvi od 2003. Docent je Univerziteta Mediteran u Podgorici. Ima više od 20 godina upravljačkog i izvršnog iskustva u ekonomiji, javno sektoru, javnoj administraciji i marketingu. Predsedavao je Udruženjem sajмова jugoistočne Evrope u nekoliko mandata.

Dobio je nagradu Privredne komore Crne Gore za poboljšanja u menadžmentu 2009. Doktorirao na Univerzitetu Singidunum u Beogradu. Zapažena su njegova naučna istraživanja: Ekonomski efekti razvoja industrije događaja na turizam u Crnoj Gori.

Marčelo Sansone (Marcello Sansone) je profesor – saradnik na Univerzitetu Kasino i južni Lacio, Italija, na kojem on predaje marketing, menadžment prodaje i marketing mesta. Njegova

oblast istraživanja je u poslovnom razvoju velike skale prodaje, marketinga i razvoja mesta. Član je uredništva časopisa Tržišta i konkurencija (Mercati e competitività). Autor je publikacije Menadžment mesta (Place Managment, 2012)

Roberto Bruni (Roberto Bruni) je istraživač na Univerzitetu Kasino i južni Lacio, Italija. Na Univerzitetu predaje marketing i menadžment usluga. Njegove oblasti istraživanja su marketing mesta i distribucija. Autor je velikog broja naučnih radova. Dr Bruni ima veliko međunarodno iskustvo, učestvujući u akademskim programima razmene.

Li Vej (Li Wei) je profesor - saradnik, Škola za studije stranih jezika, Jangxi Univerzitet nauke i tehnologije (od 1995. do danas). zamenik generalnog direktora Jangxi Asia Travel Service Group Co. Ltd. (od 2000. do danas). Završila je master studije turizma i menadžmenta događaja na Beogradskom univerzitetu.

O karikaturistima

Dimitar Čudo, poznati makedonski karikaturista. Inženjer metalurgije. Objavljivao je karikature od 1959. u makedonskoj, srpskoj i svetskoj štampi i publikacijama. Dobitnik brojnih nagrada. Umro u Skoplju. Veliki broj njegovih karikatura objavljen je u njegovoj knjizi „Jubilej”.

Luka Lagator, dobitnik prestižnih međunarodnih priznanja (preko 30 nagrada za karikaturu). Učestvovao je na brojnim međunarodnim takmičenjima od Koreje i Kine do Italije i Poljske. Objavio je 3 knjige karikatura. Organizovao 21. samostalnu izložbu. Živi na Cetinju (Crna Gora).

Predrag Koraksić Corax čuveni karikaturista, koji je poznat po svojim karikaturama gotovo bez korišćenja teksta. Njegova satirična poruka je lako prepoznatljiva, jer se njegovi radovi (karikature i stripovi) objavljuju u poznatim publikacijama i na međunarodnim izložbama. Osvojio je mnoge nagrade, među kojima i francusku Legiju časti. Koraksić živi u Beogradu.

Uvod

Sniša Zarić

I

skusija tokom konferencija i foruma udruženja za organizaciju DEJA o stvaranju knjige o planiranju događaja rodila se iz di-

sajmova. Sajmovi su među najstarijim institucijama tržišta. Neka od udruženja, poput UFI (Pariz), osnovana su još daleke 1925. godine. Sva ona su doprinosila razvoju naših znanja o uspešnom organizovanju ili učešću. Grupa entuzijasta iz jugoistočne Evrope je stvorila organizaciju EASE. Ona je redovno organizovala forume, koji su jasno ukazivali na nedostatak saznanja, jasnih procedura i efikasne metodologije. Istovremeno, u južnoj Evropi, kao i u drugim krajevima sveta, interesovanje za menadžment događaja je raslo. Za to ima mnogo razloga. Neke od njih su objasnili naši autori. Ova knjiga je namenjena profesionalcima u industriji događaja i akademskoj javnosti. Činjenica je da će na engleskom jeziku izdanje napraviti interesantan pristup stranim studentima. Predavač na Univerzitetu Grinvič, Rob Dejvidson, kada je primio jednu od 50 godišnjih Pauer (Power) nagrada (bio je među prvih 20), naglasio je: „Menadžment događaja je oblast koja brzo raste, od akademskog interesa i rastuće popularnosti među studentima koji traže mogućnosti da rade u ovoj industriji.”

Višestruke koristi mogu omogućiti događaji. Sve zavisi od ciljeva koje definišu organizatori događaja. Predgovor je napisao profesor Denis Vilkoš. On se fokusira na specijalnu ulogu događaja i sastanaka u kreiranju strategije odnosa sa javnošću. Prvo poglavlje (Zarić) daje odgovor kako započeti sa planiranjem događaja. Koje korake treba preći? Model planiranja se zasniva na kombinaciji Goldblattovog „5W’s” modela i modela promotivnog miksa. Ima mnogo tipova događaja. Ipak, posebna pažnja u knjizi data je korporativnim događajima. Događaji zauzimaju sve veći i veći deo „kolača” budžeta marketinga. Mateković objašnjava glavne elemente planiranja događaja u kompanijama. Kaftandžijev, Kirilov i Zarić diskutuju o problemu postavljanja kreativnih strategija u planiranje događaja koristeći semiotički pristup. Menadžment događaja nije samo kreativna aktivnost koja zahteva puno vremena, već takođe troši i puno novca. Tema Bujkovićevog teksta je planiranje budžeta događaja i kontrola troškova. Sansone i Bruni povezuju problem menadžmenta mesta sa organizacijom događaja, opisujući i ulogu gradske uprave. Izdanje sadrži osnove analize upravljanja mestom, u kojem je Zarić i Sansone analiziraju ulogu Mikser festivala u revitalizaciji starog beogradskog kvarta Savamale. Jedan od najboljih primera kako događaji mogu da promovišu mesto i destinaciju, stvarajući brojne materijalne i nematerijalne efekte, su Olimpijske igre. Li Vej opisuje slučaj Olimpijade u Pekingu. Sajmovi predstavljaju najpoznatije trgovinske događaje. Kroz pitanja i odgovore iznete su osnovne dileme nosilaca odlučivanja o učešću na ovim zahtevnim događajima, kao i preporuke koje predstavljaju sublimaciju uspešnih praksi. Na kraju knjige je bogata tematska bibliografija sa vebliografijom (izraz koji se sve više koristi). Za mnoge studente i profesionalce, ovaj deo knjige može biti od praktičnog značaja.



Izvor: Čudo, D. (1994), **Jubilej Jubilee**, Nova Makedonija, str. 139.