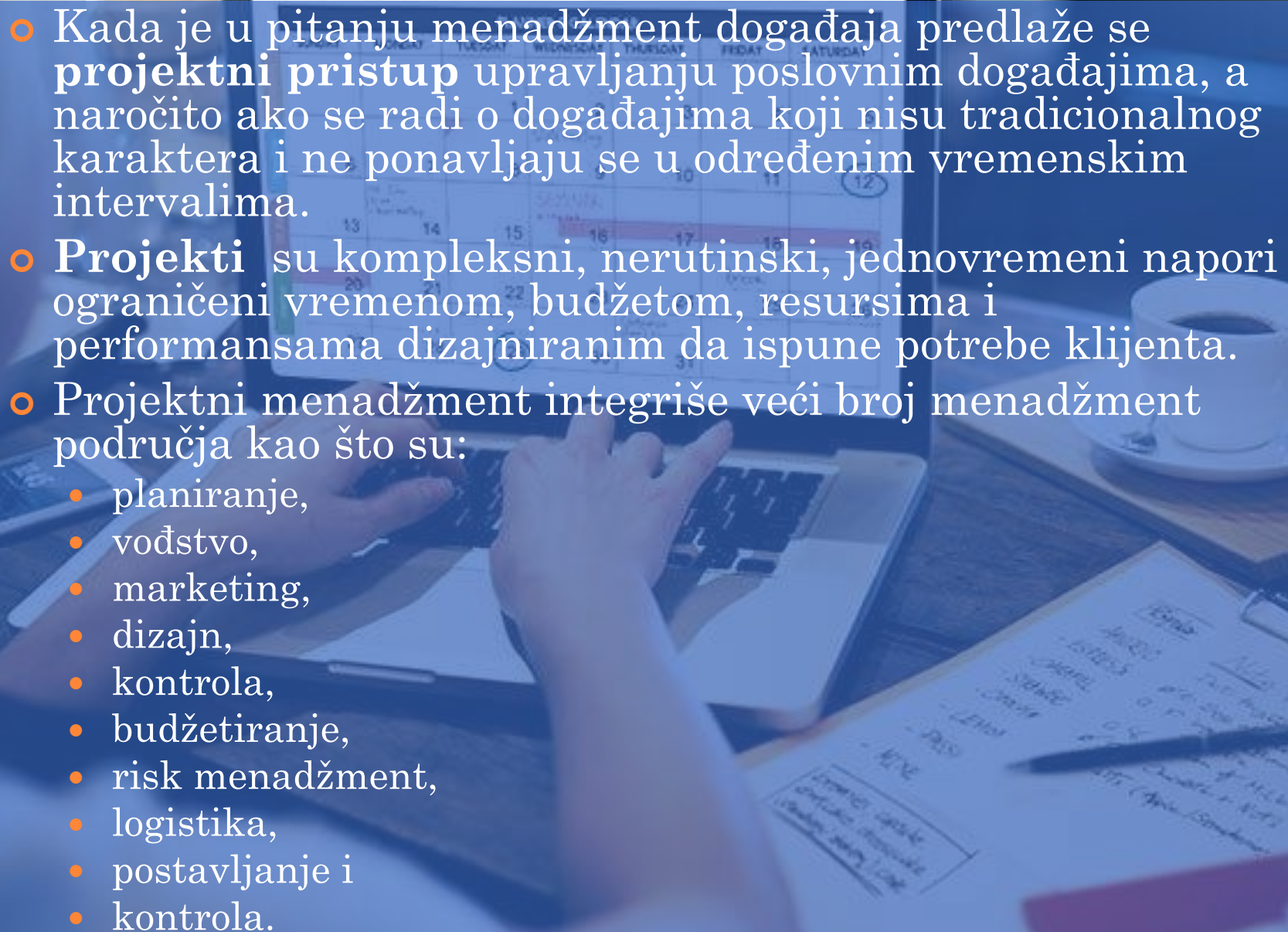




**UPRAVLJANJE POSLOVNIM
DOGAĐAJIMA**
dr Dario Šimičević

- Upravljanje proces planiranja, organizacije, usmeravanja i kontrole resursa i aktivnosti, a radi postizanja određenih zadataka i ciljeva.
- Upravljanje poslovnim događajima je usmereno ka održavanju događaja, ali i ispunjenju potreba i očekivanja učesnika u nekom događaju, kao i potreba i očekivanja domaćina, odnosno organizatora samog događaja.



- 
- A person is working at a desk. In the background, there is a laptop displaying a calendar with dates from 12 to 22. To the right of the laptop is a white cup of coffee on a saucer. In the foreground, there are papers with handwritten notes and a pen. The entire scene is overlaid with a semi-transparent blue rectangle containing text.
- Kada je u pitanju menadžment događaja predlaže se **projektni pristup** upravljanju poslovnim događajima, a naročito ako se radi o događajima koji nisu tradicionalnog karaktera i ne ponavljaju se u određenim vremenskim intervalima.
 - **Projekti** su kompleksni, nerutinski, jednovremeni naponi ograničeni vremenom, budžetom, resursima i performansama dizajniranim da ispune potrebe klijenta.
 - Projektni menadžment integriše veći broj menadžment područja kao što su:
 - planiranje,
 - vođstvo,
 - marketing,
 - dizajn,
 - kontrola,
 - budžetiranje,
 - risk menadžment,
 - logistika,
 - postavljanje i
 - kontrola.

EMBOK MODEL UPRAVLJANJA DOGAĐAJIMA

- Projektni pristup upravljanja događajima zasniva se na EMBOK modelu (EMBOK - Event Management Body of Knowledge)
- EMBOK model se sastoji od **područja, procesa i faza**.
- Područja ili funkcionalna područja su „područja znanja” ili oblasti koje menadžer mora da poznaje kako bi uspešno upravljao događajima i tu spadaju:
 - administrativno upravljanje,
 - dizajn,
 - marketing,
 - operacije i
 - rizik



FUNKCIONALNA PODRUČJA U OKVIRU UPRAVLJANJA DOGAĐAJIMA

ADMINISTRATIVNO UPRAVLJANJE

- Upravljanje finansijama
- Upravljanje ljudskim resursima
- Upravljanje informacijama
- Upravljanje nabavkama
- Upravljanje stejkholderima
- Upravljanje sistemima
- Upravljanje vremenom

DIZAJN

- Katering
- Sadržaj
- Zabava
- Okruženje
- Produkcija
- Program
- Tema

MARKETING

- Marketing plan
- Materijali
- Reklamiranje
- Promocija
- Odnosi sa javnošću
- Prodaja
- Sponzorstvo

OPERACIJE

- Prisustvo
- Komunikacije
- Infrastruktura
- Logistika
- Učesnici
- Prostor
- Tehnika

RIZIK

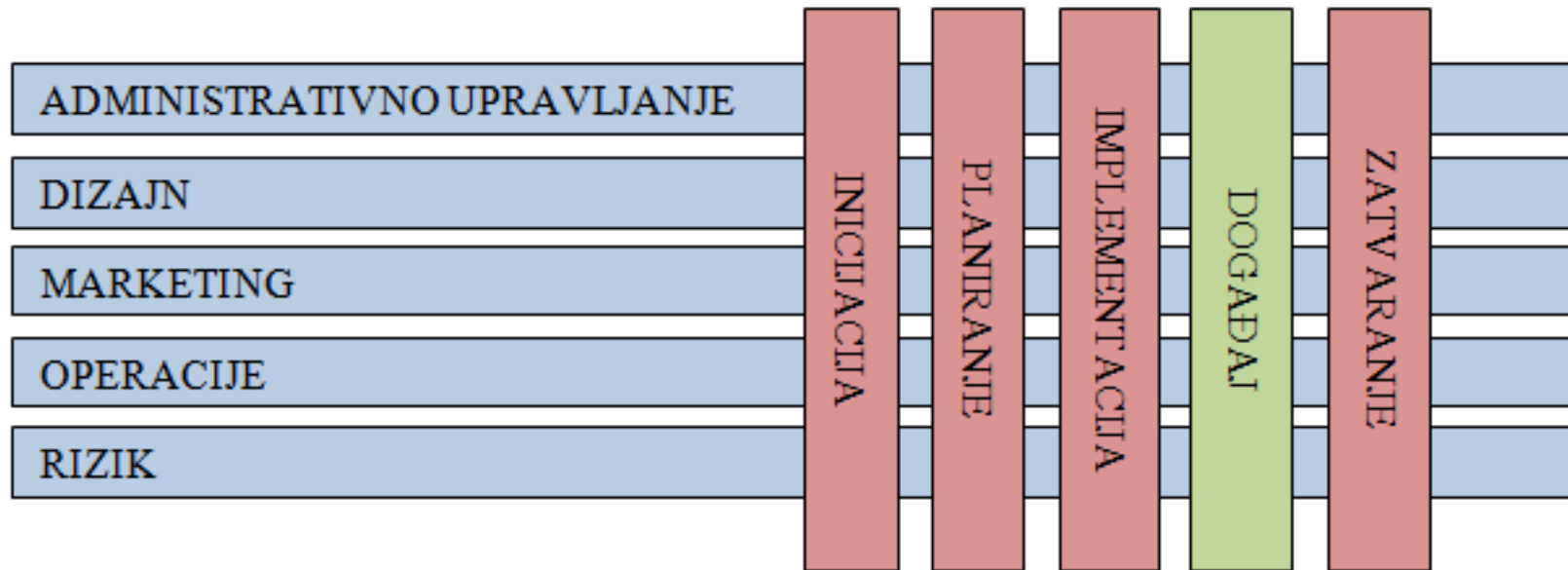
- Usklađenost
- Odluke
- Nepredviđene situacije
- Zdravlje i sigurnost
- Osiguranje
- Pravna osnova
- Obezbeđenje



- Funkcionalna područja se kontinuirano koriste kroz sve **faze procesa upravljanja**, a te faze su:
 - **Inicijacija** - faza u okviru koje se rađa ideja o organizovanju određenog događaja; utvrđuju se ciljevi i sprovodi studija izvodljivosti;
 - **Planiranje** – podrazumeva izradu planova za svako od pojedinačnih polja znanja i njihovo međusobno usklađivanje;
 - **Implementacija** - primena donesenih planova unutar svih polja znanja, posmatranje i kontrola planova (da li se doneseni planovi poklapaju sa stvarnom situacijom), obaveštavanja glavnih stejkholdera o projektu i aktivno upravljanje rizicima;
 - **Događaj** - možda i najkritičnija faza; u relativno uskom vremenskom okviru mora se pokriti čitav niz operacija uz povećanje osoblja i prisustvo učesnika i ostalih zainteresovanih strana; donošenje odluka u realnom vremenu;
 - **Zatvaranje** – sastoji se od ocenjivanja događaja, arhiviranja dokumentacije, pakovanja i zatvaranja kompletnog događaja.



ODNOS FUNKCIONALNIH PODRUČJA I FAZA PROCESA UPRAVLJANJA



PROCESI U OKVIRU EMBOK MODELA

- **Procesi** u okviru EMBOK modela imaju kontinuiranu i ponavljajuću prirodu i karakteristični su za sve faze upravljanja događajima.
- Proces u okviru ovog sistema su (*Silvers, 2008*):
 - **Procena** – sastoji se od dve komponente ili koraka:
 - prva komponenta je **identifikacija** svih elemenata u okviru svake kategorije koji su od značaja za svaku od faza upravljanja događajima,
 - druga komponenta je **analiza** identifikovanih elemenata, odnosno njihova kvantifikacija i određivanje prioriteta.
 - **Selekcija** – proces u okviru koga se biraju metode ili taktike koje će najverovatnije dovesti do ostvarivanja cilja.
 - **Monitoring** – plansko i strogo praćenje napretka, statusa i uslova izabranih taktika, uključujući i razvoj novih opcija i akcija ukoliko je potrebno za ponavljanje procesa procene i selekcije.
 - **Dokumentacija** – prikupljanje, izveštavanje, održavanje i arhiviranje rezultata procene, analize, odgovora na događaje, monitoringa i kontrole.
 - **Komunikacija** – sistem pravovremenog prikupljanja i distribucije informacija kao i konsultacija prilikom donošenja odluka.



ULOGA KONGRESNIH BIROA U RAZVOJU POSLOVNOG TURIZMA

- Prvi kongresni biro otvoren je u Detroitu 1896.g.
- Kongresni birovi su organizacije za upravljanje destinacijama čija je aktivnost usmerena ka izgradnji imidža i prodaji turističkih destinacija uz istovremeno okupljanje subjekata na strani ponude koji su usmereni ka pružanju usluga učesnicima u poslovnim kretanjima.



FUNKCIJE KONGRESNIH BIROA

- Funkcije kongresnih biroa su:
 - **Izgradnja imidža** u cilju pozicioniranja destinacije na tržišti kao atraktivne i privlačne za poslovne događaje i posetioce,
 - Koordinacija sastavnih elemenata privrede i javnog sektora,
 - Rad sa organizatorima sastanaka i događaja,
 - **Predstavljanje tražnje i ponude** na nepristrasan način kako bi se izbegli eventualni konflikti interesa,
 - **Obezbeđivanje informacija** i davanje odgovora na zahteve potencijalnih i postojećih korisnika.



POSLOVI KONGRESNIH BIROA

- U poslove kongresnih biroa spadaju:
 - Prosleđivanje potpunih i tačnih informacija o destinaciji i članovima organizacije,
 - Organizovanje upoznavaja sa destinacijom i njenim mogućnostima za organizatore i menadžere događaja,
 - Savetovanje planera i menadžera u vezi sa izborom kapaciteta, transporta i usluga dostupnih u destinaciji,
 - Upućivanje na odgovarajuće pružaoce usluga,
 - Prosleđivanje zahteva za ponudu hotelima,
 - Ostvarivanje kontakta sa lokalnom zajednicom,
 - Pomoć prilikom pregovaranja sa kongresnim centrom ili drugim kapacitetima,
 - Pomoć pri promociji samog događaja kroz obezbeđivanje pozivnica i pisama dobrodošlice i ostalog promotivnog materijala,
 - Sprovođenje različitih oblika direktnog marketinga kao što je telemarketing,
 - Pomoć pri organizovanju događaja,
 - Obezbeđivanje on-line rezervacija,
 - Potvrđivanje rezervacija,
 - Učestvovanje u registraciji na samom događaju,
 - Pomoć pri angažovanju i registrovanju osoblja,
 - Obezbeđivanje učestvovanja predstavnika lokalne uprave na događaju,
 - Istraživanje ostvarenih rezultata i uspešnosti događaja,
 - Anketiranje učesnika i
 - Čitav niz ostalih poslova koji treba da obezbede efikasno i efektivno organizovanje događaja.

