

NAČELA ORGANIZACIJE JAVNIH DOGAĐANJA

Lončarić, Suzana

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Zagreb School of Business / Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:180:561616>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Repository ZSB - Final papers Zagreb School of Business](#)



VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB

s pravom javnosti

Suzana Lončarić

NAČELA ORGANIZACIJE JAVNIH

DOGAĐANJA

(završni rad)

Zagreb, rujan 2016. godine

VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB

s pravom javnosti

Preddiplomski stručni studij

Smjer manager komunikacija

**NAČELA ORGANIZACIJE JAVNIH
DOGAĐANJA**

(završni rad)

MENTOR:

Predrag Čudina, prof.

STUDENT:

Suzana Lončarić

Zagreb, rujan 2016. godine

U Zagrebu, 20.09.2016. godine

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom Načela organizacije javnih događanja izradila samostalno, pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora Predraga Čudine, prof.

Izjavljujem i da sam suglasna da se trajno pohrani i objavi moj završni rad Načela organizacije javnih događanja u javno dostupnom institucijskom repozitoriju Visoke poslovne škole Zagreb i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).

Ime i prezime studenta:

Suzana
Lončarić

OIB: 42579716718

SAŽETAK

Događaji su postali sve važniji dio privatnog, ali i poslovnog života ljudi. Neizostavan su dio marketinške strategije suvremenih poduzeća koja događaje koriste kao promocijski alat za prezentaciju svojih proizvoda i usluga. Javna događanja su ona događanja koja se organiziraju za širu publiku i imaju cilj koji je društveno koristan. S obzirom na vrste događaja, ona se dijele na privatna i poslovna. Poslovna događanja se dijele na mega događanja, regionalna događanja, značajna i manja događanja. Načela organizacije javnih događanja prikazana su kroz postavljanje događaja, vođenje te nadzor, kontrolu i evaluaciju događaja. Prilikom planiranja bilo kojeg događaja potrebno je prvo odrediti svrhu i temu tog događaja, izabrati pravo mjesto i vrijeme održavanja, odabrati pravi tim i vanjske suradnike koji će pomoći prilikom organizacije događaja, te osigurati sve potrebne resurse na dan samog održavanja, od dekoracije, cvjetnih aranžmana pa do glazbe i hrane. Organizacija događaja naziva se menadžment događaja. Organizaciju događaja vodi menadžer događaja koji kontrolira sve aktivnosti vezane za organizaciju događaja. Kroz ovaj rad je prikazan primjer organizacije Godišnje međunarodne ENIC i NARIC konferencije. Konferencija se održava svake godine u jednoj od zemalja u kojima postoji ENIC i NARIC ured, a 2013. godine domaćin konferencije bila je Republika Hrvatska, odnosno grad Split.

Ključne riječi: *događaj, načela, menadžment događaja, ENIC i NARIC konferencija*

SUMMARY

Events have become an increasingly important part of people's private, but also business lives. They are an indispensable part of the marketing strategy of modern companies and are used as a promotional tool for the presentation of company's products and services. Public events are those events which are organized for a wider audience and have a socially useful goal. Considering their type, events can be divided into private and business events. Business events are further divided into mega events, regional events, significant and less significant events. Principles of public events organization are shown through the setting of events, their management, as well as monitoring, control and evaluation of events. In planning of any event, it is necessary to first determine the purpose and theme of the event, choose the right place and time, pick the right team and external collaborators who will help in its organization, and provide all the necessary resources on the day of the event – from the decorations and flower arrangements to the music and food. The organization of events is called event management. The organization of events is managed by the event manager who controls all activities related to their organization. This paper shows an example of the organization of the annual international ENIC and NARIC conference. The conference is held every year in one of the countries which has an ENIC and NARIC office, and in 2013 it was hosted by the Republic of Croatia and the city of Split.

Keywords: event, principles, event management, ENIC and NARIC conference

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. OSNOVNE ZNAČAJKE JAVNIH DOGAĐANJA	2
3. VRSTE JAVNIH DOGAĐANJA	6
4. NAČELA ORGANIZACIJE JAVNIH DOGAĐANJA.....	11
4.1. Planiranje događaja.....	11
4.2. Postavljanje događaja	14
4.3. Vođenje događaja	17
4.4. Nadzor, kontrola i evaluacija događaja.....	19
5. ORGANIZACIJA „GODIŠNJE MEĐUNARODNE ENIC I NARIC KONFERENCIJE“ ..	21
6. ZAKLJUČAK	29
LITERATURA	30
POPIS SLIKA	32
POPIS TABLICA.....	32

1. UVOD

Završni rad obrađuje temu Načela organizacije javnih događanja. U radu će se analizirati sam pojam javnih događanja, vrste i načela organizacije javnih događanja, a drugi dio rada temeljit će se na organizaciji godišnje međunarodne konferencije ENIC (Europska mreža nacionalnih informativnih centara o mobilnosti i priznavanju) i NARIC (Nacionalni informacijski centri za akademsko priznavanje) ureda. U radu će se nastojati prikazati temeljne značajke organizacije javnih događanja s naglaskom na sve korake koje je potrebno poduzeti u organizaciji "Godišnje međunarodne ENIC i NARIC konferencije" na kojoj se svake godine okuplja više od 100 sudionika iz 55 zemalja.

Cilj organizacije javnih događanja je učinkovito i racionalno pridonosenje ostvarenju postavljene misije. Za ostvarenje optimalne organizacije javnog događanja nužno je poštivati odgovarajuća načela i smjernice kako pri organizaciji, tako i kod samog održavanja. Dakako da primjena načela i samih smjernica ovisi o vrsti javnog događanja te ne možemo govoriti o jedinstvenom načinu za dobru organizaciju. Međutim, dobra organizacija može biti pola obavljenog posla, ako drugu polovicu čini predani rad menadžera i sudionika javnog događanja.

2. OSNOVNE ZNAČAJKE JAVNIH DOGAĐANJA

Događanja su pojava koja je stara koliko i ljudi. Oduvijek su se ljudi sastajali iz raznih razloga, a kroz vrijeme su se događaji razvijali. Postoje dokazi iz daleke povijesti iz kojih je vidljivo da su se ljudi sastajali na raznim ceremonijama. Iako postoje od davnina, događaji su se kroz povijest mijenjali. Nekada su događaji bili vezani isključivo za životne i religijske obrede i običaje, a danas oni imaju puno šire značenje. Daleko su kompleksniji i kreativniji.

Ovakvo okupljanje ljudi često zahtijeva promjenu mjesta boravka zbog čega ljudi u takvim situacijama postaju turisti. Događaji predstavljaju specifično osmišljenu ponudu ograničenog trajanja u čijoj osnovi se nalazi odgovarajuća ideja koja se realizira zajedničkim angažiranjem organizatora i materijalnih sredstava.

Razni autori događanja definiraju na razne načine, pa će se na početku rada dati prikaz nekoliko najčešće korištenih definicija koje pobliže opisuju sam pojam događaja (eng. *event*).

„Događaj je sakupljanje ljudi, obično na nekoliko sati do nekoliko dana, radi zadovoljenja određenih potreba, slavljenja, prodaje, učenja ili nekog drugog razloga“ (Matthews, 2008: 64).

„Događaj (eng. *event*) je trenutak u vremenu kada se nešto posebno dogodilo, događa se ili će se tek dogoditi“ (Hall, 1992: 10).

Getz je ponudio dvije definicije, jednu iz perspektive organizatora događaja, a drugu s gledišta posjetitelja (Getz, 2005:66):

1. „Specijalni događaj jednokratni je ili periodični događaj koji nadilazi uobičajene programe i aktivnosti u domeni organizacije i sponzorstva.
2. Za posjetitelje događaj predstavlja mogućnost za odmor, društveno i/ili kulturno iskustvo koje nadilazi svakodnevnu rutinu.“

Industrija događaja obuhvaća kompanije specijalizirane za organizaciju događaja, kreativnih skupova, tematskih događaja i raznih zabava. Ta industrija povezuje mnoge proizvođače proizvoda i usluga, banke, medije, prijevoznike, hotele i ostale popratne industrije.

Karakteristike događaja su sljedeće: različita veličina događaja, različitost vrsta usluga i proizvoda koji se nude potrošačima, nesigurnost u vezi broja očekivanih posjetitelja, vremena događanja i tehničke opremljenosti, interakcija sa potrošačima.

„Događaje karakterizira sljedeće (Van der Wagen i Carlos, 2008: 2):

- Najčešće se radi o jedinstvenom životnom iskustvu,
- Obično su vrlo skupi,
- Održavaju se u kratkom vremenskom razdoblju,
- Iziskuju dugotrajno i pažljivo planiranje,
- Obično se održavaju samo jednom,
- Podrazumijevaju visoke rizike, osobito financijske i sigurnosne,
- Svi ljudi uključeni u događaj, pa i organizacijski tim, puno toga stavljaju na kocku.“

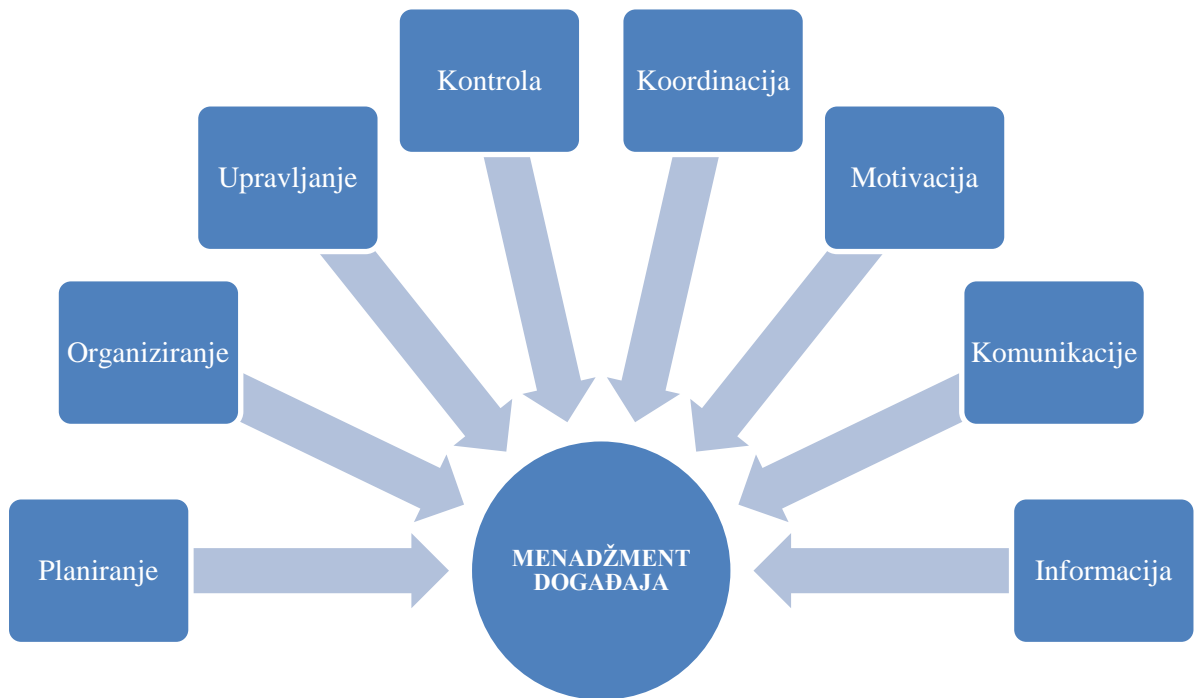
Protokol je važan za uspješnost svakog događaja i treba biti pažljivo pripremljen za svaki događaj posebno. On sadrži i oslovljavanje, odijevanje, protokol za govornike, vjerski i kulturni protokol, protokol za sportske događaje, pripreme za uglednike, pravila za isticanje zabave i ostalo (Van Der Wagen i Carlos, 2008).

Ekonomski dio događaja je od velikog značaja, a često može biti i presudan dio za njegovo održavanje. Događaji mogu biti generatori prihoda cjelokupnog gospodarstva, ali i lokalnog stanovništva koji tijekom trajanja određenog događaja prodaju razne usluge i proizvode.

Uz ekonomsku i promotivnu, događaji imaju i značajnu društvenu ulogu, kako za lokalno stanovništvo, tako i za posjetitelje. Uz promociju tradicionalne kulture i autentičnosti određene regije, upravo je socijalizacija osnovna karakteristika događanja (Getz, 2005). Pretjerana komercijalizacija jedna je od najvećih opasnosti kod organizacije raznih događanja. Važno je ostvariti dobar balans između različitih funkcija organizacije događaja uz napomenu da strani posjetitelji žele posjetiti manifestacije koje im pružaju nova iskustva i doživljaje.

Organizacija događaja je djelatnost menadžmenta te je sve traženije zanimanje. Svatko je bio sudionik nekog događaja, bilo da se radi o javnom ili privatnom događaju, ali malo tko se bavio organizacijom samog događaja. Organizacija zahtjeva određene aktivnosti koje su neophodne kako bi događaj ostvario svoj cilj.

U nastavku se daje slikovni prikaz funkcija i procesa menadžmenta događaja.



Slika 1: Funkcije i proces menadžmenta događaja

Izvor: izrada autorice prema: Getz, 2005.

Menadžment događaja sastoji se od osam funkcija i procesa. Planiranje čini temelj organizacije događaja. Kod samog planiranja utvrđuje se svrha događaja, odnosno cilj koji se događajem želi postići. Kod planiranja je potrebno provesti malo istraživanje kako bi se utvrdilo tko su potencijalni posjetitelji. Također je važno odrediti lokaciju održavanja događaja i vrijeme održavanja s time da treba paziti da se datum ne preklapa sa nekim drugim važnim događanjem ili praznikom. Prilikom planiranja izrađuje se i plan održavanja događaja što može uključivati kreiranje programa ukoliko se radi o konferenciji ili seminaru i sl. Na izradi plana događaja trebaju raditi svi članovi tima koji će biti uključeni i u daljnje faze organiziranja i provedbe događaja.

„Organiziranje je značajna funkcija menadžmenta događaja, kojom menadžeri događaja utječu na strukturu i pravce aktivnosti, odnosno na organiziranje izvršilaca i

neophodnih resursa u ostvarivanju definiranih ciljeva planiranog događaja“ (Goldblatt, 2013: 157).

Upravljanje događajem se naziva menadžment događaja, (eng. *event management*). „Menadžment događaja je primjena projektnog menadžmenta na kreiranje i razvoj evenata, festivala i konferencija“ (Goldblatt, 2010: 4). Za menadžment događaja je zadužen menadžer događaja. To je osoba koja planira i organizira događaje, a mora imati određena znanja i vještine. Organizator događaja je zadužen za organizaciju događaja u cjelini. Mora biti kreativna osoba koja dobro zna na koji način organizirati događaj, koja je upoznata sa svim tehničkim i logističkim elementima. Taj posao zahtjeva svestranost od osobe koja ga obavlja.

Jedna od najvažnijih vrsta događaja su upravo javna događanja. To su događanja koja se organiziraju zbog javnog interesa. Uglavnom se organiziraju na javnim mjestima i otvorena su za širu publiku.

3. VRSTE JAVNIH DOGAĐANJA

Događanja se razlikuju prema različitim kriterijima, a u nastavku će se prikazati podjela događanja prema kriteriju veličine.



Slika 2: Vrste događanja prema veličini

Izvor: izrada autorice prema: Van der Wagen i Carlos, 2008.

„Mega događanja su najveći događaji, najčešće okrenuta međunarodnom tržištu (npr. Olimpijske igre). Ovakav oblik događanja utječe na ukupnu gospodarsku, odnosno ekonomsku aktivnost zemlje u kojoj se organizira događanje. Medijski su ovakva događanja izuzetno dobro popraćena jer imaju globalnu pokrivenost. Održavanje mega događanja ima značajan utjecaj na razvoj turizma. Posjećenost ovakvih događanja je izuzetno velika, te su značajni i troškovi organizacije. U organizaciji sudjeluje velik broj ljudi, a sama organizacija je dugotrajna (npr. Olimpijske igre se organiziraju nekoliko godina unaprijed).

„Regionalna događanja imaju za cilj povećati zanimanje turista za određeno odredište ili regiju i privući domaće i strane turiste što gradu donosi i značajnu financijsku dobit“ (Van der Wagen i Carlos, 2008: 5).

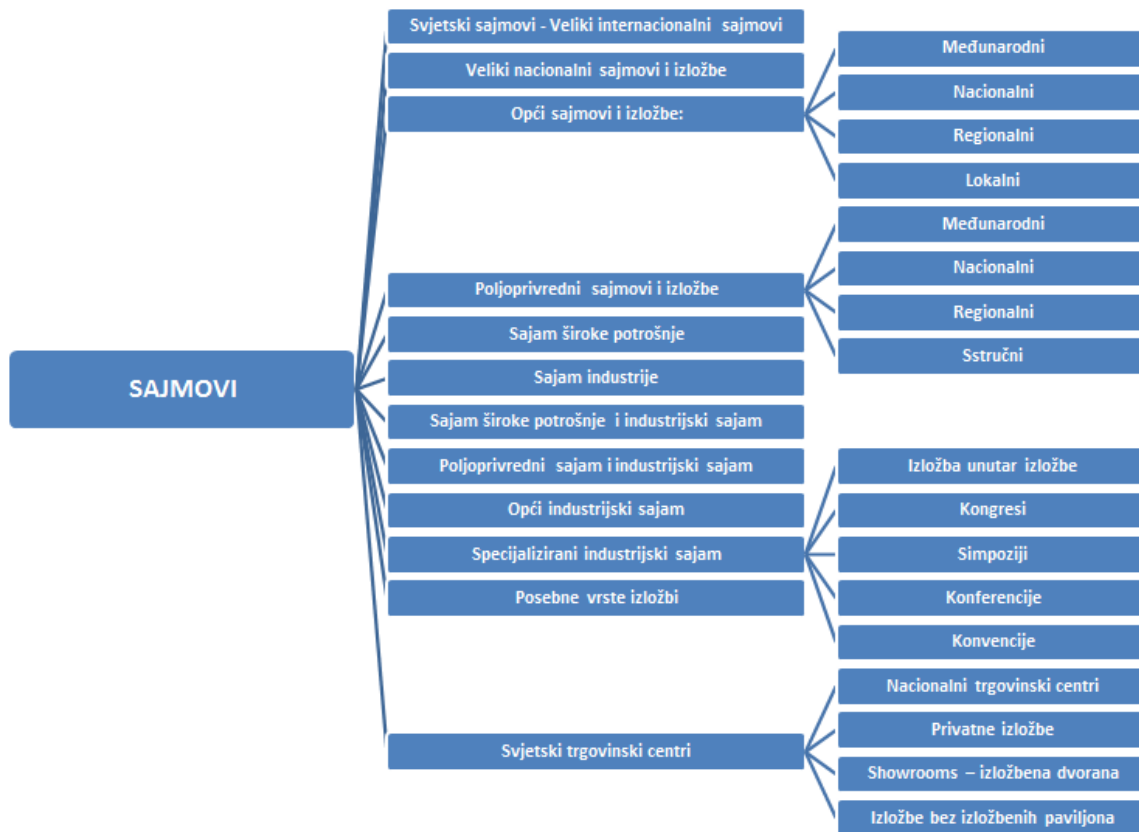
Jedan od najboljih primjera regionalnog događanja u Republici Hrvatskoj je Špancirfest, koji se svake godine održava u gradu Varaždinu. Špancirfest je događaj koji se ove godine održao po osamnaesti puta. Ovo je „festival dobrih emocija“ koji je spoj koncerata, predstava i kreativnih radionica. Ovaj festival iz godine u godinu okuplja sve veći broj posjetitelja iz cijeloga svijeta.

Još jedno poznato regionalno događanje je Riječki karneval. Riječki karneval izuzetno je važan događaj za grad i po njemu je Rijeka prepoznatljiva kao domaćin jednog od najvećega karnevalskog druženja u Europi. Mnogi strani mediji pišu o Riječkom karnevalu. U knjizi "501 must-be-there-events" Riječki karneval i Dubrovačke ljetne igre dvije su manifestacije iz Hrvatske koje su se uspjele probiti u elitna zbivanja u Europi.

„Značajna događanja privlače veliki broj sudionika i pobuđuju veliko zanimanje zajednice u kojoj se održavaju, a također stvaraju značajan prihod od turizma“ (Van der Wagen i Carlos, 2008: 6). Primjer značajnog događanja u Hrvatskoj su Dubrovačke ljetne igre koje se održavaju od davne 1950. godine. Dubrovačke ljetne igre su kazališna i glazbeno-scenska manifestacija i najprestižniji ljetni festival takve vrste u Hrvatskoj, na kojem je nastupala većina hrvatskih kazališnih i glazbenih umjetnika te mnogi strani ugledni ansambli, solisti i glasovite družine. Svake godine privlače značajan broj turista u Dubrovnik i od nacionalnog su značenja za Hrvatsku.

U značajna događanja se ubrajaju i veliki međunarodni sajmovi i konferencije. „Sajam je po definiciji institucija trgovačkog karaktera, sastanak koji se periodički održava na određenom mjestu i na kojem se okupljaju trgovci i kupci s nekog šireg područja, bilo u svrhu izravnog trgovanja, bilo u svrhu zaključivanja trgovačkih poslova na temelju izloženih uzoraka“ (Hrvatska obrtnička komora, 2008: 7).

Sajmovi se mogu podijeliti na razne načine, a u nastavku je prikazana generalna podjela sajмова.



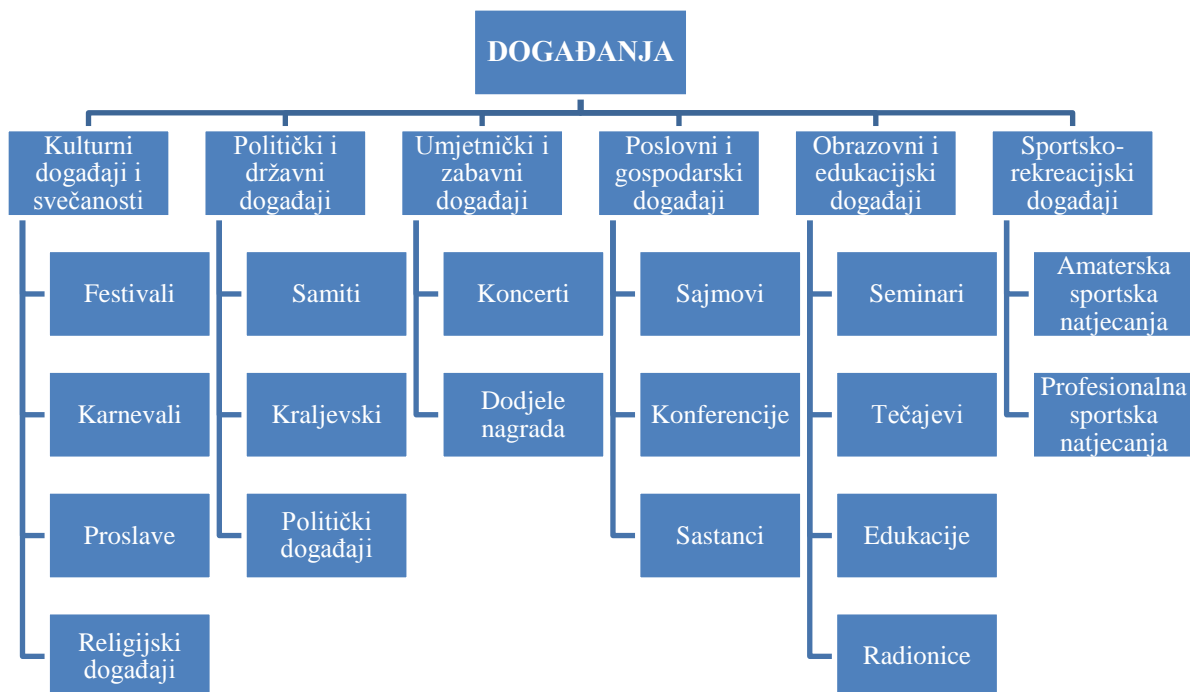
Slika 3: Podjela sajмова

Izvor: izrada autorice prema: Hrvatska obrtnička komora, 2008.

Konferencija je događanje koje se najčešće bazira na određenoj poslovnoj temi i namijenjena je točno određenom profilu ljudi (npr. arhitekti, stomatolozi, turistički djelatnici i sl.). Takva događanja se uglavnom održavaju u velikim gradovima koji imaju kongresne centre. U Hrvatskoj su to Zagreb, Opatija i Dubrovnik, a i drugi veći gradovi su počeli razvijati kongresne centre.

Manja događanja su najčešće lokalna događanja. „Ta događanja uglavnom traju jedan do dva dana te uključuju rad i organizaciju od strane lokalne zajednice, s velikim brojem volontera te su minimalno financijski potpomognuti od strane privatnog sektora“ (Baum, Deery i Hanlon, 2009: 6).

Podjela događaja prema prema Getzu prikazana je na sljedećoj slici.



Slika 4: Podjela događaja

Izvor: izrada autorice prema: Getz, 2005.

Prema vrsti, događanja se mogu podijeliti na sportska, zabavna, marketinška događanja, skupove i izložbe, festivale, obiteljska okupljanja te dobrotvorna događanja.

Osnovna podjela menadžmenta događaja prema Catherwoodu i Van Kirku (1992) je na *event* menadžment poslovnih događanja i *event* menadžment privatnih događanja. Pod menadžmentom poslovnih događanja ubrajaju se seminari, konferencije i poslovni sastanci, sajmovi i lansiranje novih proizvoda, sportska događanja, putovanja, ceremonije otvorenja i dodjele nagrada, VIP *eventi* i tematske zabave te poslovne večere.

Jedan od poslovnih događaja koji zauzima sve važnije mjesto u poslovnom svijetu ove regije je Weekend media festival koji se održava svake godine u Rovinju. Ovo je vodeće događanje u regiji koje svake godine okuplja sve veći broj stručnjaka iz industrije medija i

komunikacije. Na festivalu koja traje tri dana, odnosno tijekom vikenda, sudjeluju razne marketinške agencije, predstavnici medija te ostali stručnjaci koji žele čuti novosti iz njihove djelatnosti ili sklopiti nova poslovna poznanstva. Podjednako važan strukovni poslovni događaj za marketinške stručnjake i komunikatore su Dani komunikacija koji se također svake godine održavaju tijekom tri dana u gradu Rovinju.

Pod menadžmentom privatnih događanja Catherwood i Van Kirk (1992) podrazumijevaju organizaciju vjenčanja, rođendana i obljetnica te organizacija obiteljskih događanja.

Još jedna važna vrsta događanja su ona humanitarnog karaktera. Takva događanja najčešće organiziraju razne udruge ili predstavnici javnih organizacija, a cilj im je skupiti određena sredstva u dobrotvorne svrhe. Najčešće je to za dječje bolnice, razne zaklade i ostale ustanove kojima je cilj javno djelovanje u svrhu poboljšanja uvjeta određene skupine ljudi. Takvo događanje može biti organizirano i za pomoć napuštenim ili ugroženim životinjama.

4. NAČELA ORGANIZACIJE JAVNIH DOGAĐANJA

Organizacija događaja odvija se u određenim fazama. U nastavku će se prikazati planiranje događaja, postavljanje događaja, vođenje te nadzor, kontrola i evaluacija događaja.

4.1. Planiranje događaja

Svaki događaj počinje s idejom. „Planiranje i organizacija ključni su elementi koji određuju uspjeh događaja“ (Tabije, 2011: 10). „Prvi korak predstavlja razvoj jednostavne izjave koja ukratko opisuje svrhu ili misiju događaja“ (Van der Wagen i Carlos, 2008: 124). Svrha i misija se definiraju ovisno o interesnim skupinama. Svrha događaja može biti okupljanje poslovnih partnera, predstavljanje novog proizvoda, povećanje prodaje i sl. „Izjava o misiji trebala bi osigurati da planiranje i provedba događanja ne promijene smjer te da se inicijalna namjera i ispuni“ (Van der Wagen i Carlos, 2008: 125).

Sljedeća tablica prikazuje prijedlog događanja u ranoj fazi planiranja:

Tablica 1: Primjer prijedloga događanja u ranoj fazi planiranja

OPIS DOGAĐANJA	ORGANIZACIJA DOGAĐANJA
Naziv događanja Vrsta događanja Lokacija, dio grada i okrug Datum(i) Trajanje / vrijeme Pregled i svrha / koncept Opći i specifični ciljevi	Odgovornost za organizaciju događanja Glavne interesne skupine i agencije Fizički uvjeti: <ul style="list-style-type: none">• Prostor• Smjer puta za ulična događanja• Karta događanja• Razmještaj (na zatvorenom) Publika Učinak: <ul style="list-style-type: none">• Društveni• Okolišni• Ekonomski

Izvor: Van der Wagen i Carlos, 2008: 129.

Na početku je potrebno odrediti svrhu i cilj događanja. Ciljevi događanja mogu biti opći i specifični. Događanje može imati jedan ili više sljedećih ciljeva (Van der Wagen i Carlos, 2008: 125):

- “Poboljšanje stava zajednica prema zdravlju i dobroj formi sudjelovanjem u sportskim aktivnostima;
- Povećanje ponosa građana;
- Usmjeravanje sredstava u lokalno gospodarstvo;
- Prikupljanje sredstava za dobrotvorne svrhe;
- Povećanje broja turista u određenom odredištu;
- Produženje turističke sezone;
- Predstavljanje novog proizvoda;
- Ostvarivanje prihoda prodajom ulaznica;
- Organizacija zabavnih sadržaja;
- Stvaranje vjernosti određenom timu;
- Podizanje ugleda grada ili mjesta;
- Obilježavanje povijesnog događaja;
- Povećanje ugleda organizatora konvencije ili prostora u kojem se održava;
- Održavanje inspirativne ceremonije;
- Pružanje jedinstvenog iskustva;
- Povećanje prodaje proizvoda;
- Održavanje priznanja dobitnicima nagrada (primjerice, turističke nagrade ili nagrade zaposlenicima);
- Dobivanje medijske pozornosti;
- Naglašavanje glavne svrhe konferencije;
- Podizanje svijesti o dobrotvornoj ili političkoj kampanji.”

Dizajn događaja je kreativni dio događaja. Dizajn događaj čini jedinstvenim, a kako bi se kreirao dizajn događaja, potrebno je prikupiti ideje i inspiracije iz različitih izvora. Tu se detaljnije proučavaju elementi kao što su tema događaja, razmještaj, uređenje, dobavljače, tehničke uvjete, zabavu i catering. „Tema bi trebala biti privlačna svim osjetilima: dodiru, mirisu, okusu, vidu i sluhu“ (Goldblatt, 2010: 42).

Događanja uglavnom imaju određeni protokol kojega se treba pridržavati prilikom organizacije i provedbe događaja. To se posebno odnosi na javna događanja. „Protokol odražava međusobno poštovanje i obzir te je posebno važan prilikom susreta uglednika iz različitih zemalja. Također obuhvaća vjerske i kulturalne običaje. Protokolom je obuhvaćen ispravni način oslovljavanja uglednika te način odijevanja za određeno događanje. Njime je određen i raspored sjedenja gostiju na večeri i način isticanja državne zastave“ (Van der Wagen i Carlos, 2008: 141).

Prilikom planiranja preporučljivo je koristiti razna pomagala koja olakšavaju sam proces planiranja, a to mogu biti grafikoni, karte, makete, kontrolne liste i sl.

Kod planiranja događaja potrebno je pažljivo ispitati izvedivost događaja i detaljno analizirati potencijalne rizike. Kako bi saznali da li je planirani događaj izvediv treba odgovoriti na sljedeća pitanja (Van der Wagen i Carlos, 2008: 37):

- “Je li održavanje događaja dobra zamisao?
- Imamo li sve vještine potrebne za planiranje i upravljanjem događaja?
- Ima li događaj podršku zajednice?
- Postoji li u zajednici potrebna infrastruktura?
- Možemo li pronaći prostor po prihvatljivoj cijeni?
- Hoće li događaj privući publiku?
- Hoće li događaj imati podršku u medijima?
- Je li događaj financijski isplativ?
- Jesu li kriteriji za ocjenu uspjeha razumni?”

Kako bi se javnost informirala o događaju, neophodan je marketing kojim će se putem određenih marketinških kanala doći do ciljne skupine za koju se događaj organizira. “Marketing je važan jer pomaže u privlačenju publike, bez koje bi svako događanje propalo“ (Meyer, 2009: 5). „Kod izbora oglašavanja možemo koristiti brošure, plakate, transparente, oglašavanje na internetu, vijesti, radio, televizijske oglase, a važno je da kombinacija teksta i slika pri tome bude što kreativnija“ (Shone, 2007: 80). Marketing ne mora nužno biti plaćeni, već je moguće koristiti i neke od besplatnih alata za promociju. U takve alate se ubrajaju društvene mreže, telefonski pozivi te aktivnosti u području odnosa s javnošću kao najvažniji dio promocije događanja. Provođenje svih marketinških aktivnosti potrebno je na početku

dobro isplanirati, a zatim pratiti svaku aktivnost vezanu uz provođenje marketinškog plana događanja.

Priprema proračuna dio je početne faze planiranja. „Proračun obuhvaća procjenu prihoda i troškova, pomoću kojih se izračunava očekivana neto dobit predloženog događaja“ (Van der Wagen i Carlos, 2008: 93). Troškovi organizacije događaja mogu biti fiksni i varijabilni. U troškove se ubraja najam prostora, catering, uređenje prostora, plaće ljudi koji rade na samoj organizaciji, rasvjetu i ozvučenje, najam benda, DJ-a i sl. Prihod od organizacije događaja može biti od prodaje ulaznica, raznih sponzorstava, prodaje robe i usluga na samom događaju i sl.

Sudionici događaja najčešće plaćaju kotizaciju kao „ulaznicu“ za neki događaj. Organizacija svakog događaja ima određene troškove, a kotizacija se naplaćuje kako bi se pokrili ti troškovi. Kotizacija najčešće uključuje sudjelovanje na događaju, materijale koji sadrže informacije o događaju (katalog, program i sl.), osvježenje u pauzama te obroke. Ukoliko događaj traje više dana, smještaj se najčešće plaća posebno. Prilikom planiranja organizacije, potrebno je napraviti okvirni financijski plan sa svim troškovima te minimalnim brojem kotizacija koje je potrebno prodati kako bi se organizacija događaja isplatila.

4.2. Postavljanje događaja

Postavljanje događaja obuhvaća sve aspekte događaja koji omogućuju održavanje nekog događaja. Prilikom postavljanja događaja najprije treba izabrati mjesto održavanja događaja.

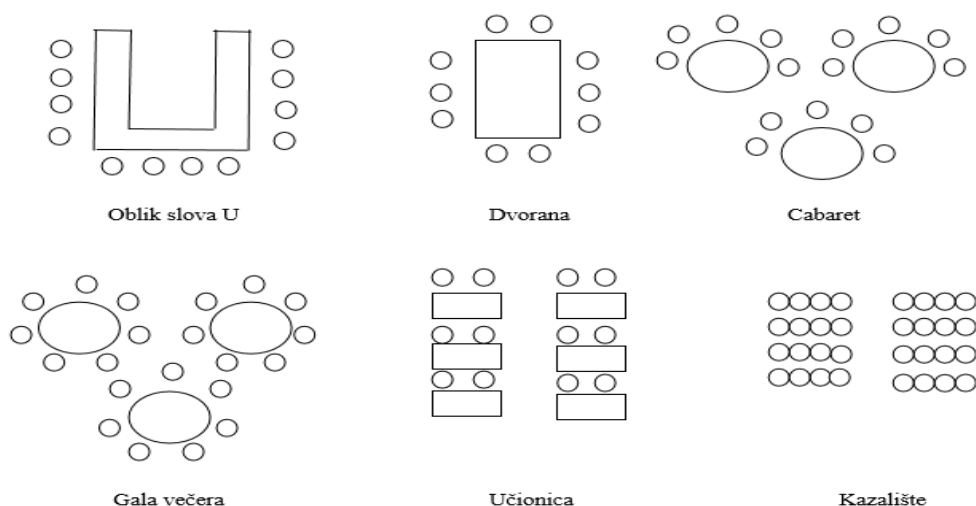
Među najvažnijim pitanjima prilikom odabira prostora događanja su (Van der Wagen i Carlos, 2008: 158):

- “Opseg događanja (uključujući brojnost publike);
- Razmještaj na lokaciji i njezina prikladnost za događanje;
- Pozornica, igralište ili prostor za nastup;
- Prijevoz i parkiranje;

- Blizina smještajnih kapaciteta i drugih potencijalno zanimljivih sadržaja;
- Pitanja nabave dobara i usluga kod dobavljača, poput catering;
- Tehnička podrška;
- Upravljanje prostorom.”

„Prema iskustvu organizacije evenata, prazan prostor je najbolji prostor jer se može pretvoriti u što god klijent poželi. Ukoliko postoji prostor koji je pun stupova, pregrada i dijelova koji se ne mogu micati, to već stvara problem, posebno ukoliko organizator ima zamišljenu ideju i priču *eventa*“ (Monroe, 2005: 92).

Na sljedećoj su slici prikazani mogući rasporedi sjedenja na događaju.



Slika 5: Stolovi i raspored sjedenja na događaju

Izvor: Van der Wagen i Carlos, 2008: 165.

Nakon odabira lokacije, treba razviti temu događaja, a nakon toga sve elemente od osvjetljenja, ozvučenja, uređenja i boje prilagoditi toj temi. Osvjetljenje i zvuk su vrlo važni za stvaranje dobrog ugođaja te ih treba prilagoditi odabranoj temi. Za većinu događanja je potreban moderator koji će voditi program događaja te će paziti da se sve odvija prema predviđenom rasporedu.

Nakon izrađenog plana, potrebno je poslati pozivnice uzvanicima koji će biti pozvani na događaj. "Pozivnice mogu biti formalne, u obliku pisma u adresiranoj kuverti ili pak neformalne poput pozivnica putem elektroničke pošte“ (Shone, 2007: 145). U pozivu je

naveden rok do kojega se primaju prijave. Nakon tog datuma se kreira lista uzvanika prema potvrđenom broju ljudi na temelju kojega se organizira broj stolova i stolica, količina hrane i pića i sl.

Nakon što se nabavi sva potrebna oprema za organizaciju događaja, potrebno je odraditi probni događaj kako bi se vidjelo da li sva tehnika radi te da li će sve funkcionirati kako je zamišljeno. Ovo je prilika da se isprave eventualni nedostaci pa je probni događaj potrebno napraviti na vrijeme, kako bi se stigli napraviti ispravci.

Na samom događaju najčešće se unajmljuju *catering* agencije koje preuzimaju kompletnu odgovornost za hranu i piće uzvanika. Naravno, meni je unaprijed određen i prilagođen temi događaja. Također je potrebno unaprijed utvrditi količinu hrane i pića, ovisno o predviđenom broju uzvanika. Nikako se ne smije dogoditi da nestane hrane ili pića tijekom održavanja događaja jer će to stvoriti negativnu sliku u organizatoru i samom događaju.

Na samo događanje je potrebno pozvati medije koji će pratiti cijeli događaj i o njemu izvijestiti javnost. Ukoliko se radi o lokalnom događaju, pozivaju se novinari iz lokalnih medija. Također je potrebno angažirati fotografa koji će zabilježiti najvažnije trenutke događaja. Sve je češća praksa da uzvanici na događaju dobiju neki poklon koji je vezan uz temu događaja. Također je praksa uzvanicima podijeliti vrećice s promotivnim materijalima sponzora.

Ovo je također dobar trenutak da se podijele promotivni materijali organizatora koji na taj način promovira svoj proizvod ili uslugu. U prostoru gdje se održava događanje, postavljaju se *baneri*, reklamni panoi i slični materijali sponzora i organizatora. Neka događanja tiskaju svoj vlastiti katalog koji se dijeli posjetiteljima, a sadrži sve važne informacije vezane za događaj, program događaja te popis svih sponzora i izlagača, odnosno sudionika događaja.

Na vrijeme je potrebno osigurati smještaj svim sudionicima i uzvanicima koji dolaze iz udaljenijih krajeva. Smještaj može biti osiguran putem sponzora ili se može dogovoriti rezervacija smještaja u blizini po povoljnijim cijenama.

Za organizaciju i provedbu događaja potrebno je osigurati dovoljan broj ljudi koji će raditi na određenim poslovima. Te poslove nerijetko rade volonteri, pogotovo kada je riječ o

događaju humanitarnog karaktera. U organizaciji događaja, volonteri imaju važnu ulogu. Oni svojim uključivanjem preuzimaju dio rada ostalih sudionika čime se povećava kvaliteta samog događaja. Svaki događaj ima značajnu ulogu za lokalnu zajednicu pa je time i uključivanje volontera u organizaciju događaja izuzetno važno. Volonterski rad, osim smanjenja troškova organizacije, pridonosi kvaliteti događaja.

4.3. Vođenje događaja

Vođenje događaja je iznimno težak i zahtjevan posao jer od voditelja zahtjeva praćenje svih detalja kako bi događaj ispunio sva očekivanja. Samo organiziranje događaja može trajati nekoliko mjeseci, ali i nekoliko godina. Važno je da se odredi jedna osoba koja će nadzirati cijeli tim koji radi na organizaciji događaja. Ta osoba se naziva organizator ili menadžer događaja.

Organizator događaja (eng. *event manager*) je osoba koja planira i organizira događaje. Mora biti kreativna osoba koja dobro zna na koji način organizirati događaj, koja je upoznata sa svim tehničkim i logističkim elementima. Taj posao zahtjeva svestranost od osobe koja ga obavlja (eng. *multitasking*). „Ključne kompetencije organizatora događaja su efikasno planiranje i organiziranje događaja, uvođenje novih ideja, efikasno rješavanje problema, sposobnost kompromisa, uspješno pregovaranje s dobavljačima i višestruka koordinacija ljudskim resursima“ (Solaris, 2012). On oko sebe okuplja organizacijski tim koji mu pomaže u organiziranju cjelokupnog događaja. Važno je da organizator događaja razvije dobar odnos s lokalnom zajednicom na čijem području se događaj održava.

Dobar menadžer događaja mora paziti na sljedeće (Livajić, 2009: 12):

- “Dobro postavljanje i razumijevanje klijentovih ciljeva i potreba,
- Pozicija i ugled tvrtke,
- Optimalna iskorištenost proračuna,
- Primjerena kreativna usmjerena na postizanje ciljeva projekta,
- Dobar izbor lokacije,
- Struktura uzvanika,

- Pravodobna informacija o *eventu*,
- Neometano odvijanje *eventa*,
- Pozitivan PR.”

Organizator događaja može biti zaposlenik tvrtke koja organizira događaj, član udruge ili vanjski suradnik u vidu *event* agencije koja se profesionalno bavi organizacijom događaja. U svijetu *event* agencije postoje već dugi niz godina te postoje edukacije koje osposobljavaju *event* menadžere. U Hrvatskoj je situacija još uvijek nedovoljno razvijena. Iako postoje agencije koje se bave organizacijom događaja, one su često dio marketinških agencija. Također, ne postoji edukacija koja osposobljava *event* menadžere, već je to sastavni dio nekih drugih edukacija.

Da bi se događaj završio po planu, potrebno je voditi područja navedena na sljedećoj slici.



Slika 6: Područja vođenja tijekom organizacije događaja

Izvor: izradila autorica prema: Van der Wagen i Carlos, 2008: 218-221.

Vođenje podrazumijeva upravljanje radnim zadacima, upravljanje ljudima, upravljanje vremenom, upravljanje komunikacijom i drugim aktivnostima vezanim za organizaciju događaja.

Izuzetno je važno osigurati mjere zaštite. Svaki događaj javnog karaktera mora biti prijavljen lokalnoj policijskoj postaji koja izdaje dozvolu za održavanje istoga. Ukoliko se radi o koncertu, sportskom događaju i sl., potrebno je osigurati hitnu medicinsku pomoć i redare koji će brinuti o održavanju reda. U prostor je potrebno postaviti dovoljan broj aparata

za gašenje požara. Kako bi se osiguralo nesmetano kretanje ljudi u slučaju nemira, potrebno je označiti evakuacijski put koji će biti vidljiv svim posjetiteljima. Prednost svakog događaja je osiguranje prilaza invalidima.

4.4. Nadzor, kontrola i evaluacija događaja

Kontrolni sustavi nužni su za osiguranje poštivanja procedura i za ostvarenje specifičnih ciljeva. "Sve rutinske procedure i sustavi kontrole moraju biti implementirani prije samog događaja kako ne bi došlo do neočekivanih situacija" (Tabije, 2011: 18). Evaluacija je proces mjerenja uspjeha događaja u odnosu na postavljene ciljeve.

Kontrola se provodi prije samog događaja i nakon njegovog održavanja. Prije događaja se kontroliraju svi elementi koji su neophodni za realizaciju događaja. Preporučljivo je imati listu s popisom svih potrebnih elemenata na temelju koje će se provesti kontrola. Tijekom organizacije događaja, potrebno je provoditi i kontrolu nad ljudima koji rade na poslovima organizacije kako bi svi radni zadaci bili obavljeni na vrijeme.

Evaluacija rezultata događaja radi se nakon što događaj završi. Tada se mjere rezultati koji su ostvareni događajem, odnosno utvrđuje se da li je događaj ispunio ciljeve postavljene na početku, odnosno prilikom planiranja događaja. Jedan od elemenata evaluacije je broj posjetitelja, analiza ispunjenih anketa i sl. Sudionici događaja najčešće dobivaju anonimnu anketu u kojoj daju svoje mišljenje o organizaciji. Neka od pitanja u anketi mogu biti: "Kako ste saznali za događaj?", "Zašto ste odlučili prisustvovati događaju?", "Je li događaj ispunio vaša očekivanja?", "Kako se događaj može poboljšati?". Te informacije u značajnoj mjeri mogu pomoći organizatorima sljedećeg događaja.

Važno je napraviti i financijsku analizu, odnosno utvrditi stvarne troškove koji su nastali tijekom organizacije i za vrijeme događaja te vidjeti konkretne financijske prihode koji su ostvareni nakon što je događaj završen.

Nakon provedenog događaja, trebalo bi napraviti popis dobrih i loših stvari koje su se dogodile, a koje mogu pomoći organizatoru prilikom organizacije sljedećeg istog ili sličnog događaja.

5. ORGANIZACIJA „GODIŠNJE MEĐUNARODNE ENIC I NARIC KONFERENCIJE“

ENIC i NARIC konferencija je godišnja konferencija koju organiziraju ENIC i NARIC uredi. ENIC i NARIC uredi su izvještajni centri o akademskoj pokretljivosti i priznavanju inozemnih visokoškolskih kvalifikacija.

„ENIC mrežu (*European Network of National Information Centres on academic recognition and mobility*) osnovalo je Vijeće Europe i UNESCO u svrhu akademske pokretljivosti i što kvalitetnije provedbe načela Konvencije o priznavanju visokoškolskih kvalifikacija u području Europe (tzv. Lisabonska konvencija). Mrežu čine nacionalni informacijski centri država članica *European Cultural Convention* ili UNESCO Europe Region, a osnivači su im državna tijela“ (Agencija za znanost i visoko obrazovanje).

„NARIC mreža (*National Academic Recognition Information Centres*) osnovana je na inicijativu Europske komisije, u cilju unapređivanje akademskog priznavanja kvalifikacija u zemljama članicama Europske unije, Europske ekonomske zajednice (*European Economic Area*, EEA) i pridruženih članica Centralne i Istočne Europe i Cipra. Cilj Mreže je poticanje akademske mobilnosti (Agencija za znanost i visoko obrazovanje).

„Centri koji su dio ENIC i NARIC mreža važni su sugovornici na europskoj, ali i svjetskoj razini kada je riječ o pitanjima vezanim uz razvoj visokog obrazovanja, zbog čega su i godišnje konferencije mreža, koje okupe predstavnike iz preko 60 zemalja svijeta, uvijek važan i zanimljiv događaj koji plijeni pažnju stručne, ali i šire javnosti“ (Agencija za znanost i visoko obrazovanje).

„Agencijin Nacionalni ENIC/NARIC ured - izvještajni centar o akademskoj pokretljivosti i priznavanju inozemnih visokoškolskih kvalifikacija - dio je Europske mreže nacionalnih izvještajnih centara o akademskoj pokretljivosti i priznavanju unutar koje od svog osnutka 2005. godine aktivno sudjeluje u svim međunarodnim aktivnostima“ (Agencija za znanost i visoko obrazovanje).

ENIC i NARIC konferenciju organiziraju Europska komisija, Vijeće Europe, UNESCO i hrvatski Nacionalni ENIC/NARIC ured. Jubilarna 20. konferencija održana je od

16. do 18. lipnja 2013. godine u hotelu Le Meridien Lav, Split. Na konferenciji je sudjelovalo 110 osoba iz 55 zemalja. Troškove organizacije konferencije pokrili su Europska komisija, Vijeće Europe i UNESCO.

Cilj konferencije bio je okupiti predstavnike ENIC i NARIC ureda, kao i druge stručnjake u području visokog obrazovanja i priznavanja, kako bi se proširila znanja, ažurirali podaci, razmijenile ideje i stajališta te predložili novi načini za poboljšanje priznavanja diploma i razdoblja studiranja u zemljama obje mreže.



Slika 7: Logo ENIC/NARIC konferencije

Izvor: Agencija za znanost i visoko obrazovanje

Sljedeća slika prikazuje gantogram aktivnosti od početka do kraja organizacije konferencije te aktivnosti koje su se provodile nakon održavanja same konferencije.

AKTIVNOST	1.-30.4	1.5	14.5	15.5	16.5	17.5	19.-23.5	26.5	27.-28.5	10.6	11.6	16.-18.6	20.6	21.6-30.10	1.11
Dogovaranje tema i programa konferencije	█														
Slanje poziva i prijavnice svim sudionicima		█													
Rezervacija dvorane za sastanke			█												
Rezervacija hotelskih soba za djelatnice			█												
Rezervacija opreme za održavanje sastanaka			█												
Angažiranje prevoditelja				█											
Angažiranje moderatora				█											
Angažiranje turističkih vodiča					█										
Rezervacija autobusa					█										
Rezervacija restorana						█									
Tiskanje materijala za konferenciju							█								
Angažiranje agencije za izradu poklona za sudionike								█							
Organizacija pulta za prijavu sudionika									█						
Ažuriranje prijavnica										█					
Izrada popisa sudionika										█					
Izrada akreditacija											█				
Organizacija službenog puta djelatnica												█			
ODRŽAVANJE KONFERENCIJE													█		
Izrada i slanje troškovnika konferencije za refundaciju novčanih sredstava													█		
Analiza ishoda konferencije														█	
Izrada i slanje Završnog izvješća svim sudionicima konferencije															█

Slika 8: Gantogram organizacije ENIC/NARIC konferencije,

Izvor: izrada autorice prema podacima Agencije za znanost i visoko obrazovanje

Tijekom pripreme konferencije dogovorena je glavna tema te je razrađen program konferencije.

Kod organizacije konferencije utvrđen je program, objavljen na internetskoj stranici Agencije za znanost i visoko obrazovanje, koji je poslan svim potencijalnim sudionicima kao privitak pozivu. U nastavku će se prikazati program konferencije.

Tablica 2: Program ENIC/NARIC konferencije 2013.

Nedjelja, 16. lipnja 2013.	
08:30 – 18:30	Registracija sudionika (održavanje konferencije / Hotel Le Meridien Lav)
10:00 – 12:30	Jutarnja tura – razgledavanje Splita (Polazna točka- predvorje hotela Le Meridien Lav)
13:00	Ručak (Kavana – Restoran Bajamonti, Trg republike 1, Split)
16:30 – 19:15	<p>Predstavljanje hrvatskog obrazovnog sustava - Medicinski fakultet Sveučilišta u Splitu (Adresa fakulteta: Šoltanska 2 , Split, Zgrada B / Amfiteatar - Polazna točka- predvorje hotela Le Meridien Lav)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 17:00-17:30 - Dobrodošlica u ime ustanove • 17:30-17:45 - Dobrodošlica u ime organizatora • 17:45-18:15 - Hrvatska visokoškolski sustav - Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske • 18:15-18:45 - Hrvatski kvalifikacijski okvir - NKO Expert • 18:45-19:15 – Osiguravanje kvalitete u visokom obrazovanju / priznavanju kvalifikacija u Republici Hrvatskoj - Agencija za znanost i visoko obrazovanje
19:30	Večera (Hotel Park, Hatzeov perivoj 3, Split)
Ponedjeljak, 17. lipnja 2013.	
08:30 – 11:00	Registracija sudionika (održavanje konferencije / Hotel Le Meridien Lav)
09:00 – 10:30	20. godišnji sastanak ENIC i NARIC ureda
10:30 – 11:00	Pauza za kavu
11:00 – 13:00	20. godišnji sastanak ENIC i NARIC ureda
13:00 – 14:30	Ručak - Hotel Le Meridien Lav

14:30 – 16:00	20. godišnji sastanak ENIC i NARIC ureda
16:00 – 16:30	Pauza za kavu
16:30 – 17:30	20. godišnji sastanak ENIC i NARIC ureda
20:00	Svečana večera - Hotel Le Meridien Lav
Utorak, 18. lipnja 2013.	
08:30 – 11:00	Registracija sudionika (održavanje konferencije / Hotel Le Meridien Lav)
09:00 – 10:30	20. godišnji sastanak ENIC i NARIC ureda
10:30 – 11:00	Pauza za kavu
11:00 – 13:00	20. godišnji sastanak ENIC i NARIC ureda
13:00 – 14:30	Ručak - Hotel Le Meridien Lav

Izvor: Podaci Agencije za znanost i visoko obrazovanje

01. svibnja 2013. godine poslani su pozivi i prijavnice svim potencijalnim sudionicima, a koji je prikazan u nastavku.



POZIV

Dear colleagues,

We have the pleasure to invite you to the 20th annual meeting of ENIC and NARIC networks, organized by the European Commission, the Council of Europe, UNESCO and the Croatian Agency for Science and Higher Education, Croatian ENIC/NARIC office.

The 20th annual meeting of ENIC and NARIC networks will take place from Monday, 17th June, to Tuesday, 18th June, 2013.

The venue for the meeting will be:

Le Méridien Lav, Split

Grljevačka 2A

Podstrana, 21312 Split

Croatia

(see its location [here](#)).

In the attachment, you will find the following documents:

- City of Split – general information
- Recommended accommodation in Split, Croatia
- Activity programme
- Visa Regime for entering the Republic of Croatia

We kindly ask you to fill out [online registration form](#), no later than **1st June 2013**.

Please don't hesitate to contact us for any questions you may have.

We look forward to welcoming you all in Split!

Best regards,

Croatian ENIC/NARIC office

Slika 9: Poziv za ENIC/NARIC konferenciju

Izvor: Podaci Agencije za znanost i visoko obrazovanje

Prijave za konferenciju su se primale do 1. lipnja 2013 godine, putem elektroničkog prijavnog obrasca. Sljedeća tablica daje uvid u podatke koji su se tražili prilikom prijave.

Tablica 3: Prijavni obrazac

OSOBNI PODACI	
Prezime:	
Ime:	
Titula:	
Pozicija:	
Organizacija:	
Adresa:	
Telefon:	
Faks:	
E-mail:	
OSOBA U PRATNJI (AKO JE PRIMJENJIVO)	
Prezime:	
Ime:	
PODACI O PUTOVANJU	
Dolazak	
Datum:	
Vrijeme:	
Broj leta/prijevoznik:	
Odlazak	
Datum:	
Vrijeme:	
Broj leta/prijevoznik:	

Izvor: Podaci Agencije za znanost i visoko obrazovanje

Za održavanje konferencije je rezervirana dvorana za sastanke u sklopu Le Meridien Lav hotela. U istom hotelu su rezervirane i sobe za smještaj sudionika. Za održavanje konferencije rezervirana je sva potrebna tehnička oprema (razglas, projektori, mikrofoni, oprema za simultano prevođenje). Angažirani su prevoditelji, moderator i turistički vodič za obilazak grada Splita te turistički autobus. Za svečanu večeru osigurana su mjesta u restoranu prema potvrđenom broju sudionika.

Tiskani su promotivni materijali za konferenciju, a za izradu poklona, koji su se dijelili sudionicima, angažirana je agencija. Sudionici su dobili USB uređaje, platnene torbe, rokovnike i olovke. Za prijavu sudionika konferencije organiziran je pult za prijavu na ulazu u konferencijsku dvoranu.

Tijekom prijava, odrađeno je ažuriranje prijavnica te je nakon isteka roka za prijavu izrađen popis sudionika. Prema tom popisu su izrađene akreditacije. Također je organiziran službeni put djelatnica hrvatskog Nacionalnog ENIC/NARIC ureda.

Tijekom konferencije je bio organiziran doček sudionika i pomoć kod smještaja u hotel, registracija sudionika i dijeljenje materijala i poklona, moderiranje sastanka te koordiniranje obilaska grada i svečane večere.

Nakon završetka konferencije je izrađen troškovnik konferencije koji je poslan Europskoj komisiji, Vijeću Europe i UNESCO-u za refundaciju novčanih sredstava. Analiziran je ishod konferencije te je izrađeno Završno izvješće koje je poslano svim sudionicima konferencije.

Sudionicima konferencije je osigurana pomoć prilikom rezervacije smještaja u Splitu. Također je organizirano razgledavanje povijesnih znamenitosti grada. Tijekom tri dana konferencije, sudionici su razmjenjivali iskustva iz raznih područja obrazovanja. Mogla su se čuti iskustva vrhunskih stručnjaka i raspravljati o aktualnim temama iz područja visokog obrazovanja i priznavanja inozemnih obrazovnih kvalifikacija.

Ova konferencija se održava svake godine u drugoj zemlji u kojoj postoji ENIC i NARIC ured. Konferencija je mjesto susreta djelatnika koji na ovom događaju kreiraju strategiju za daljnji rad i razvoj obrazovnog sustava.

6. ZAKLJUČAK

Ljudi su se oduvijek okupljali iz raznih razloga. Na početku je to bilo vezano uz razne obrede, životne događaje i sl. U posljednje vrijeme se sve češće organiziraju događaji u svrhu razvoja poslovanja, promocije proizvoda ili usluge, humanitarnog cilja i sl. Danas je organizacija postala zasebna djelatnost. Događaji se generalno dijele na privatna i poslovna događanja.

Organizacija događaja se sastoji od određenih faza koje je potrebno provesti kako bi događaj mogao biti održan te kako bi se ispunio njegov cilj. Svaka organizacija pa tako i organizacija događaja kreće od planiranja događaja, nastavlja s postavljanjem događaja i vođenjem, a završava s nadzorom, kontrolom i evaluacijom događaja. Sama organizacija događaja je vrlo dinamičan i dugotrajan proces jer postoji niz faktora koji utječu na organizaciju i niz kriterija koje je potrebno zadovoljiti kako bi događaj bio uspješan i kako bi se ostvario cilj njegove organizacije. Analizom pročitano na temu organizacija događaja dolazi se do zaključaka da glavni resurs u realizaciji događaja nisu ni organizatori, ni izlagači, niti predavači nego posjetitelji, bez čijeg sudjelovanja događaj propada.

Kroz rad je prikazan primjer organizacije Godišnje međunarodne ENIC i NARIC konferencije. U Hrvatskoj je konferencija održana od 16. do 18. lipnja 2013. godine. Bila je to jubilarna, 20. konferencija takvog tipa, a održana je u gradu Splitu. Konferenciju je organizirao Nacionalni ENIC/NARIC ured Agencije za znanost i visoko obrazovanje. Kroz tri dana 110 sudionika iz 55 zemalja imalo je priliku razmijeniti iskustva vezana uz priznavanje kvalifikacija i razvoj visokog obrazovanja.

LITERATURA

- Agencija za znanost i visoko obrazovanje. (2016). Preuzeto sa <https://www.azvo.hr/hr/ured-enic-naric>, pristup ostvaren 30.08.2016.
- Baum, T., Deery, M., Hanlon, C. (2009). *People and Work in Events and Conventions: A Research Perspective*. CABI: Cambridge.
- Catherwood, D., Van Kirk, R. (1992). *The complete guide to special event management*. New York: John Wiley & Sons.
- Getz, D. (2005). *Event management and Event Tourism*, 2nd edition. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Goldblatt, J. (2010). *The international dictionary of event management*. SAD: CSEP.
- Goldblatt, J. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hall, A. (1992). *Policies and strategies of art and leissure event management*. SAD: C.H.I.P.S.
- Hrvatska obrtnička komora (2008). *Vodič za uspješan nastup na sajmovima*, Preuzeto sa <http://www.hok.hr/content/download/6227/44845/file/HOK%20vodic%20za%20web.pdf>, pristup ostvaren 25.08.2016.
- Livajić, A. (2009). *Idealni organizator eventa zna kako uštedjeti novac*. Event menadžment. Zagreb: Lider.
- Matthews, D. (2008). *Special Event Production*. Burlington: Elsevier's science.
- Meyer, R. (2009.) *Event management guidelines*, SAD: Event marketing and management professional. Preuzeto sa http://www.utas.edu.au/__data/assets/pdf_file/0006/203397/Event-Guidelines-V0.pdf, pristup ostvaren 26.08.2016.
- Monroe, J. (2005). *Art of the event complete guide to designing and decorating special events*. SAD: TZV.
- Petrović, T. (2015). *Marketinško upravljanje manifestacijama*. (Završni rad). Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagreb, Republika Hrvatska. Preuzeto sa <https://repozitorij.efzg.unizg.hr/islandora/object/efzg%3A328/datastream/PDF/view>, pristup ostvaren 25.08.2016.

- Shone, A. (2007). *Successful event management: a practical handbook*. SAD: CENGAGE.
- Solaris, J. (2012). *Event manager theme*. Event manager blog. Preuzeto sa <http://www.eventmanagerblog.com/top-5-qualities/>, pristup ostvaren 29.08.2016.
- Tabije, J. (2011). *Steps for planning an event*. Economic Times (14), Indija.
- Van Der Wagen, I., Carlos, B.R. (2008). *Event management – upravljanje događajima za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*. Zagreb: Mate.

POPIS SLIKA

Slika 1: Funkcije i proces menadžmenta događaja.....	4
Slika 2: Vrste događanja prema veličini.....	6
Slika 3: Podjela sajmova	8
Slika 4: Podjela događaja	9
Slika 5: Stolovi i raspored sjedenja na događaju.....	15
Slika 6: Područja vođenja tijekom organizacije događaja.....	18
Slika 7: Logo ENIC/NARIC konferencije.....	22
Slika 8: Gantogram organizacije ENIC/NARIC konferencije,	23
Slika 9: Poziv za ENIC/NARIC konferenciju	26

POPIS TABLICA

Tablica 1: Primjer prijedloga događanja u ranoj fazi planiranja	11
Tablica 2: Program ENIC/NARIC konferencije 2013.	24
Tablica 3: Prijavni obrazac	27