

1. Королев, Н.Н. Профессиональная компетентность арт-менеджера / Н.Н. Королев // Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности: сб. ст. педагогов каф. менеджмента СКС БГУКИ / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств; под ред. С.Б. Мойсейчук, А.И. Степанцова. – Минск, 2011. – с. 47–56.
2. Сергеева, М.Б. Система оценки качества непрерывного экономического образования / М.Г. Сергеева, Н.Н. Беденко. – Курск, 2012. – 221 с.
3. Event-маркетинг // Рекламное агентство «Престиж» [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : <http://ра-престиж.рф/services/event-marketing.html>. – Дата доступа : 10.03.2016.

Бабинич Е.Д., студ. 411 гр.

Научный руководитель – Макарова Е.А.

КОМПЕТЕНТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ СОВРЕМЕННОГО EVENT-МЕНЕДЖЕРА

С того времени, как человечество начало проводить различные церемонии и мероприятия, стало понятно, что распорядителем и координатором подобных действий должен выступать специально подготовленный профессионал, то есть организатор события. В основном, в роли такого организатора событий выступали жрецы, шаманы и предводители общины. Поэтому event-индустрию можно считать одной из древнейших в мире, хотя статус самостоятельного сектора индустрии досуга, составляющей экономики развлечения и коммерческой сферы

общественной жизнедеятельности, она получила сравнительно недавно. Как сфера профессиональной деятельности организация мероприятий становится площадкой для карьерного роста многих профессий и специальностей.

Трудно не согласиться с мнением экспертов в области event-индустрии, что уже в третьем тысячелетии создание событий приобретают еще более высокий уровень и появляется отдельная профессия, которая будет подчиняться определенным требованиям, законам и критериям [1]. Здесь речь идет о новой и успешно набирающей популярность профессии «event-менеджера». За рубежом, эта профессия уже стала на твердый путь, где развивается как самостоятельная индустрия.

В целом же, в структуре современной event-индустрии выявляются следующие виды профессиональной деятельности арт-менеджера: организационно-досуговая деятельность по осуществлению информационно-коммуникативных, рекреационно-оздоровительных, художественно-творческих и празднично-зрелищных мероприятий; сценарно-проектная деятельность. Вследствие чего отсутствуют необходимые образовательные программы, а профессии «event-менеджер» обучаются непосредственно в специализированных агентствах в процессе работы, что зачастую влечёт за собой некачественный продукт, выпускаемый на рынок event-услуг и даже негативное восприятие событийных мероприятий. Представляется, что эти обстоятельства определенным образом тормозят развитие event-индустрии в Беларуси.

Основываясь на практических наблюдениях, а так же анализе публикаций по данной проблематике, можно сделать вывод, что event-маркетинг в Беларуси находится на стадии своего становления. Представляется, что более эффективное внедрение технологий event-менеджмента в социально-культурную практику требует создания

специальных образовательных программ по специальности «event-менеджмент» как направления профессиональной деятельности в структуре маркетинговых коммуникаций.

Event-индустрия появилась в нашей стране сравнительно недавно, не более 20 лет назад. За это время рынок event-услуг начал бурно развиваться, а профессия event-менеджера чрезвычайно востребована. Event-менеджером называют специалиста, который занимается организацией различного рода событий. Это могут быть корпоративы, частные праздники, деловые мероприятия, специальные акции и другое. На белорусском рынке существует множество специализированных агентств, где работают event-менеджеры.

Характерными качествами для менеджера является ответственность, организаторские творческие способности. Event-менеджер всегда креативен, находчив, умеет принимать быстрые и правильные решения, предусмотрительным, с легкостью находит общий язык с разными людьми. Он готов работать, когда другие отдыхают. Что очень важно, event-менеджер разрабатывает концепцию будущего праздника с учетом пожеланий заказчика, ведет переговоры с арендаторами помещений, подбирает артистов. Что же касается учебных заведений, которые готовят специалистов в данной сфере, то в мире пока таких не существует, но уже есть множество действующих различных event-школ, курсов, тренингов. Отметим, что в Беларуси на сегодняшний день, очень мало форм и технологий подобного рода обучения [4].

Event-менеджеры могут работать в агентствах и компаниях, специализирующихся на организации и проведении торжественных мероприятий, отделах корпоративной культуры различных компаний, развлекательных комплексах, службе по анимации в различных домах отдыха, детских лагерях. Для того, чтобы стать профессионалом в event-

индустрии, менеджер должен обладать следующими профессиональными навыками: знание специфики проведения различного рода мероприятий, наличие базы необходимых контактов (артисты, рестораны, аренда помещений, атрибутика и т.д.), умение правильно и выгодно планировать бюджет, фундаментальное знание психологии.

По мнению Е.А. Макаровой, event-мероприятия могут осуществляться в форме праздников, концертов, презентаций, выставок, ток-шоу, экскурсий, спортивных и досуговых мероприятий, симпозиумов, конференций, семинаров и т.д. [2]. Характерной чертой event-менеджмента является включение действий и мер, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием, также event-менеджмент решает задачи рекламирования организаций и предприятий, стимулирует их развитие, повышение корпоративной культуры. То есть event-менеджмент – это своеобразная программа управления проектом [2]. Эксперт в области event-менеджмента М. Сондер, считает, что «у развлекательных мероприятий глобальные возможности при действенном стратегическом планировании и управлении творческим процессом event-мероприятия» [4].

Обобщая материалы публикаций и мнения известных авторов по вопросам event-индустрии, можно утверждать, что в должностные обязанности event-менеджера входят следующие задачи:

– планирование, согласование, проведение и контроль мероприятий (PR-мероприятий, конференций, пресс-конференций, благотворительных акций, нестандартных мероприятий);

– управление взаимоотношениями с PR-агентствами и оценка эффективности сотрудничества;

- разработка и реализация концепций, идей, механизмов и сценариев мероприятий, соответствующих поставленным целям, посредством тесного сотрудничества с PR-агентствами;
- оценка эффективности мероприятий, поиск путей их совершенствования;
- ведение спонсорских проектов: разработка стратегии, постановка коммуникационных целей (включая позиционирование бренда, уровень его узнаваемости), размещение промоматериалов;
- построение отношений с другими отделениями компании: участие в профессиональных клубах, общих встречах, церемониях и т.д.;
- мониторинг происходящих в event-индустрии изменений (в деятельности ведущих event-агентств), отраслевых трендов и инноваций [2, 3, 4].

-
1. Гуманитарные технологии [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : <http://www.proforientator.ru>. – Дата доступа : 12.03.2016.
 2. Макарова, Е.А. Теория и технологии арт-менеджмента: научно-методическое пособие / Е.А. Макарова, – Минск. – 2013. – 129 с.
 3. Макарова, Е.А. Event-менеджмент как специальность переподготовки в системе дополнительного образования / Е.А. Макарова, А.А. Кушнеревич // Культура Беларуси: рэаліі сучаснасці: матэр. між навукова-практыч. канферэнцыі (12–13 чэрвеня 2012 г.). – Мінск : Інстытут культуры Беларусі. – с. 274–281.
 4. Сондер, М. Event- менеджмент. Организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы/ М. Сондер. – М. : Изд. Росинтер – 2007. – 340 с.
 5. Event-индустрия в России [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : <http://www.adme.ru>. – Дата доступа : 12.03.2016.

6. Event-менеджер [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : <http://shkolazhizni.ru>. – Дата доступа : 12.03.2016.

Балаш-Ялейнікава Г.А., студ. 114 гр.

Навуковы кіраўнік – Гулак А.А.

ПАРАЎНАЛЬНЫЯ АСПЕКТЫ СЕМАНТЫКІ СЛАВЯНСКАГА ВЯЛЕСА І ГЕРМАНСКАГА КРАМПУСА

Вобраз славянскага бога *Вялеса* глыбока даследаваны сучаснымі навукоўцамі: В. Івановым, У. Тапаровым, С. Санько, Э. Зайкоўскім. Ёсць арыгінальныя канцэпцыі даследчыка літоўскай міфалогіі Н. Велюса і інш. Вобраз персанажа германскага фальклору *Крампуса* мае лакальную распаўсюджанасць і характэрны пераважна для альпійскага рэгіёну, у сувязі з чым даследванню яго паходжання і семантыкі не так шмат. Падчас даследавання выкарыстаны шэраг апісанняў лакальных традыцый, звязаных з *Крампусам*, зробленых заходнімі даследчыкамі: Брусам Морысам, Клементам А. Майлсам, Грэхенам Гацке, Томам Зэлерам.

Паводле Н. Велюса, блізкія да бога *Вялеса* (*Велеса*, *Воласа*) літоўскі фальклорны *Вяльняс*, латышскі *Велс*, прускі апякун памерлых і жрацоў *Патале*, кельцкі бог багацця і жывёлы *Езус*, ці *Велаун*, індыйскі вярхоўны бог, захавальнік справядлівасці і пакаральнік вінаватых *Варуна*, дэман *Ўрытра* і *Вала* і інш. [1, с. 99]. Варта таксама адзначыць хрысціянскіх святых, якія часткова перанялі функцыі *Вялеса*: св. Улас (Аўлас), Мікалай Мірлікійскі, Сцяпан, св. Мікола [1, с. 100], св. Савва (у сербаў) [3, с. 211]. Але пасля прыняцця хрысціянства і замены *Вялеса* св. Уласіем у сваёй