

MANAGEMENTUL EVENIMENTELOR CU IMPACT SOCIAL

EVENT MANAGEMENT WITH SOCIAL IMPACT

magistru în drept

ION
MACOVEI

magister în law

Motto: „Evenimentul trebuie să fie lung cât este necesar și scurt pe cât se poate !”
(Allen 2000).

Motto: „The event should be as long as necessary and as short as possible!”
(Allen 2000).

Rezumat: Managementul evenimentului (event management) este tocmai acest proces care începe cu conceptualizarea și se termină cu evaluarea impactului acestuia. Ca și orice altă formă de management, și managementul evenimentului înglobează definirea, direcția, evaluarea, achiziția, alocarea, controlul și analiza timpului, finanțelor, a oamenilor, produselor, serviciilor și a altor resurse necesare pentru îndeplinirea obiectivelor. Tocmai datorită faptului că managementul evenimentului are în vedere toate activitățile pe care le presupune organizarea unui eveniment, acesta a fost considerat mai degrabă o artă, decât o știință. Evenimentele sociale poartă denumiri specifice deoarece se deosebesc între ele prin scopul cu care se organizează: celebrarea unei persoane, a unui fapt de mare însemnătate, durată, ținuta invitaților, meniu, activități: dans, discursuri, interacțiune socială.

Cuvinte-cheie: eveniment, impact social, interacțiune socială, scopuri caritabile, maraton.

Un eveniment poate fi descris ca o adunare publică, în scop de festivitate, de educație, de marketing, de reuniune și alte scopuri. Evenimentele au debutat cu apariția grupurilor de oameni, cunoscut fiind faptul

Summary: Event management is precisely this process that begins with conceptualization and ends with the evaluation of its impact. Like any other form of management, event management encompasses the definition, direction, evaluation, procurement, allocation, control, and analysis of time, finances, people, products, services, and other resources required to accomplish objectives. Precisely due to the fact that event management considers all the activities involved in organizing an event, it was considered an art rather than a science. Social events have specific names because they differ from each other in the purpose for which they are organized: celebration of a person, a fact of great significance, duration, dress of the guests, menu, activities: dance, speeches, social interaction.

Key words: event, social impact, social interaction, charitable purposes, marathon.

An event can be described as a public gathering for the purpose of festivity, education, marketing, meeting and other purposes. The events began with the appearance of groups of people, it is known that they performed certain specific rit-

că aceștia desfășurau anumite ritualuri specifice legate de diverse activități de interacțiune, cooperare și colaborare (târguri, conferințe, expoziții etc.), având și diferite scopuri (economice, sociale, politice, culturale). [2, p.21]

Evenimentele s-au structurat în timp constituindu-și forme specifice de manifestare, ce pot fi clasificate în funcție de dimensiunea acestora, tipul și contextul în care au loc. Evenimentele pot fi:

- 1) **Sociale/ evenimente pe ciclul de viață al individului.** Evenimente ca aniversare, zi de naștere, ziua absolvirii, petrecerea burlacilor, logodna, nunta, zi de pensionare etc.
- 2) **Evenimente educaționale și de carieră.** Evenimente de genul târg educațional, târg de cariere, reuniuni tematice de lucru, seminare, dezbateri, concursuri, competiții etc.
- 3) **Evenimente sportive.** Evenimente de genul Jocuri Olimpice, Cupe Mondiale, întreceri de maraton, turnee de tenis etc.
- 4) **Evenimente de divertisment.** Evenimente de genul concertelor muzicale, festivaluri, parade de modă, decernări de premii, spectacole de bijuterii, culinare etc.
- 5) **Evenimente politice.** Evenimente de genul mitinguri electorale, marșuri, turnee electorale etc.
- 6) **Evenimente corporative.** Evenimente de genul reuniuni,

uals related to various activities of interaction, cooperation and collaboration (fairs, conferences, exhibitions, etc.), having different purposes (economic, social, political, cultural). [2, p.21]

The events have been structured over time, constituting specific forms of manifestation, which can be classified according to their size, type and context in which they take place. Events can be:

- 1) **Social/ life events of the individual.** Events such as anniversary, birthday, graduation day, bachelor party, engagement, wedding, retirement day, etc.
- 2) **Educational and career events.** Events such as educational fair, career fair, thematic working meetings, seminars, debates, contests, competitions, etc.
- 3) **Sports events.** Events such as Olympic Games, World Cups, marathon competitions, tennis tournaments, etc.
- 4) **Entertainment events.** Events such as music concerts, festivals, fashion shows, awards ceremonies, jewelry shows, culinary shows, etc.
- 5) **Political events.** Events such as electoral rallies, marches, electoral tournaments, etc.
- 6) **Business events.** Events such as meetings, conferences, exhibitions, stimulation/ reward actions, product launches, caravans, meetings with consumers, etc.
- 7) **Religious events.** Events such

conferințe, expoziții, acțiuni de stimulare/ recompensare, lansări de produse, caravane, întâlniri cu consumatorii etc.

7) Evenimente religioase. Evenimente de genul festivaluri religioase, acțiuni religioase, reuniuni religioase etc.

8) Acțiuni de caritate și colectare de fonduri. Evenimente de genul maratoane, acțiuni de caritate, târguri de caritate etc. [1]

Scopuri și obiective. Orice eveniment, indiferent de mărimea lui, de locul unde are loc sau de bugetul de care dispune este organizat cu un obiectiv anume. Obiectivul evenimentului trebuie stabilit încă de la început pentru că, în funcție de acesta, se va realiza întreaga organizare a evenimentului. Cel mai eficient mod de a defini un obiectiv este prin susținerea unei sesiuni inițiale de planificare cu personalul și clientul în care să fie discutate ce obiective pot fi îndeplinite în funcție de timpul pentru organizare, de buget sau de personalul implicat în organizare. De asemenea, odată stabilit obiectivul este important să nu îl uităm și să îl avem în vedere pe toată perioada planificării. De exemplu, dacă obiectivul nostru este să strângem bani pentru copiii dintr-un orfelinat, atunci trebuie să avem mare grijă cum cheltuim banii pentru organizare și să nu investim în ceva lipsit de importanță. Shannon Kilkenny (2011) distinge între scopurile și obiectivele ale unui eveniment. Scopurile se referă la

as religious festivals, religious actions, religious meetings, etc.

8) Charity actions and fundraising. Events such as marathons, charity events, charity fairs, etc. [1]

Purposes and objectives. Any event, regardless of its size, location or budget, is organized for a specific purpose. The objective of the event must be set from the beginning because, depending on it, the entire organization of the event will be carried out. The most effective way to define an objective is to hold an initial planning session with the staff and client to discuss what objectives can be achieved depending on the time for the organization, the budget, or the staff involved in the organization. Also, once the objective is set, it is important not to forget it and keep it in mind throughout the planning period. For example, if our objective is to raise money for children in an orphanage, then we need to be very careful about how we spend our money on organizing and not investing in something unimportant. Shannon Kilkenny (2011) distinguishes between the purposes and objectives of an event. The purposes refer to the general intention of an event (for example, a charity gala has the general purpose of raising funds), and the objectives are measurable targets (in a fundraising event the organizers set out to collect the amount x). In the case of certain events, purposes

intenția generală a unui eveniment (de exemplu, o gală de caritate are ca scop general colectare de fonduri), iar obiectivele sunt ținte măsurabile (în cadrul unui eveniment de colectare de fonduri organizatorii și-au propus să colecteze suma x). În cazul anumitor evenimente, scopurile și obiectivele se pot întrepătrunde. De asemenea, un eveniment poate avea un scop general și mai multe obiective: târgul internațional de carte Gaudeamus are ca scop general promovarea culturii, dar ca obiective concrete își propune atragerea de cât mai mulți vizitatori și vânzarea unui număr cât mai mare de cărți. Pentru exemplificare câteva dintre posibilele scopuri și obiective ale unui eveniment sunt:

- Colectarea de fonduri
- Schimb de idei
- Atragerea de noi membri într-o comunitate
- Învățare
- Comunicare interpersonală
- Promovarea unei afaceri
- Prezentarea unui produs
- Creșterea productivității
- Creșterea moralului
- Luarea unor decizii
- Recrearea sau distracția
- Creșterea vizibilității
- Atragerea de noi sponsori
- Creșterea gradului de încredere în organizație, etc.

Dintre acestea, cele mai des organizate sunt evenimentele ce își propun să crească vizibilitatea unui produs, serviciu sau loc, alte obiective fiind:

- creșterea vizibilității serviciilor

and objectives may intertwine. Also, an event can have a general purpose and several objectives: the international book fair Gaudeamus has as general purpose, the promotion of culture, but as concrete objectives it aims to attract as many visitors and sell as many books as possible. For example, some of the possible purposes and objectives of an event are:

- Collection of funds
- Exchange of ideas
- Attracting new members to a community
- Learning
- Interpersonal communication
- Promoting a business
- Presentation of a product
- Productivity increase
- Morale boosting
- Decision making
- Recreation or entertainment
- Visibility increase
- Attraction of new sponsors
- Increasing the confidence in the organization, etc.

Of these, the most often organized are the events that aim to increase the visibility of a product, service or place, other objectives being:

- increasing the visibility of a company's services - these are highlighted at events designed specifically to promote the availability of such services to the general public;
- presentation or construction of a favorable image of a product, place, service, organization;
- the author to increase the sales and profitability of a product or a

unei companii – acestea sunt scoase în evidență la evenimente gândite special pentru a promova către publicul larg disponibilitatea unor astfel de servicii;

- prezentarea sau construirea unei imagini favorabilă a unui produs, loc, serviciu, organizație;
- autorul la creșterea vânzărilor și a profitabilității unui produs sau a unei companii;
- oferirea de beneficii altor organizații și indivizi, care pot profita de pe urma activităților pe care le presupune evenimentul. De exemplu, guvernul poate organiza un târg de produse tradiționale sau o expoziție de cultură națională, pe propria cheltuială pentru ca diferite grupuri sau indivizi (producători, meșteșugari, artiști, etc.) să poată beneficia de pe urma acestor evenimente;
- oferirea beneficiilor comunității, fie că acestea sunt sociale sau financiare. De exemplu, autoritățile locale pot organiza activități într-o comunitate din care populația să poată beneficia financiar și să poată câștiga și din îmbunătățirile care se fac în cadrul comunității datorită organizării respectivului eveniment.

Obiectivele unui eveniment pot fi mai ușor cuantificabile (ca vânzarea de bilete și colectarea de bani) sau mai greu cuantificabile (la prezentarea unui produs este mai greu să ne dăm seama pe loc de impactul pe care acesta l-a avut). Pentru a fi cuantificabile/ măsurabile, obiectivele trebuie să fie for-

company;

- providing benefits to other organizations and individuals, who can benefit from the activities that the event entails. For example, the government can organize a fair of traditional products or an exhibition of national culture, at its own expense so that different groups or individuals (producers, craftsmen, artists, etc.) can benefit from these events;
- providing community benefits, whether social or financial. For example, local authorities can organize activities in a community from which the population can benefit financially and can also benefit from the improvements that are made within the community due to the organization of that event.

The objectives of an event can be more easily quantified (such as ticket sales and fundraising) or more difficult to quantify (when presenting a product it is more difficult to realize immediately the impact it has had). In order to be quantifiable/ measurable, objectives must be SMART (S-specific, M-measurable, A-appropriate, R-realizable, T- in a time interval).

Major events have the potential to have positive effects on the people and communities that interact with them. They have the power to mobilize large numbers of people and create meaningful impacts on their lives in a number of different ways.

Event management. A quality

multe SMART (S-specific, M-măsurabil, A-adekvat, R-realizabil, T-într-un interval de timp).

Evenimentele sociale au potențialul de a avea efecte pozitive asupra oamenilor și comunităților care participă la ele. Acestea au puterea de a mobiliza un număr mare de oameni și de a crea un impact semnificativ asupra vieții lor în moduri diferite.

Managementul evenimentului.

Un eveniment de calitate își atinge obiectivele doar în urma unui proces îndelungat de pregătire. Fiecare etapă trebuie analizată, fiecare detaliu gândit în avans. Astfel, managementul evenimentului cuprinde o serie de componente indispensabile, care constituie premisa succesului unui eveniment și de la implementarea cărora depinde finalitatea evenimentului în întregime:

- Propuneri și licitații
- Managementul financiar
- Marketingul, publicitatea și protocolul
- Producția
- Managementul amplasamentului
- Managementul riscului
- Sponsorizările
- Elementele juridice
- Gestionarea (eventualelor) probleme de mediu. [3]

Numărul de persoane implicate în organizarea unui eveniment depinde de mărimea și amploarea evenimentului. Procesul de planificare a resurselor umane implicate într-un eveniment este redat schematic în Figura 1.

event achieves its objectives only after a long process of preparation. Every step must be analyzed, every detail thought out in advance. Thus, the management of the event includes a series of indispensable components, which constitute the premise of the success of an event and on the implementation of which depends on the finality of the whole event:

- Proposals and tenders
- Financial management
- Marketing, advertising and protocol
- Production
- Location management
- Risk management
- Sponsorships
- Legal elements
- Management of (possible) environmental issues. [3]

The number of people involved in organizing an event depends on the size and magnitude of the event. The human resources planning process involved in an event is shown schematically in Figure 1.

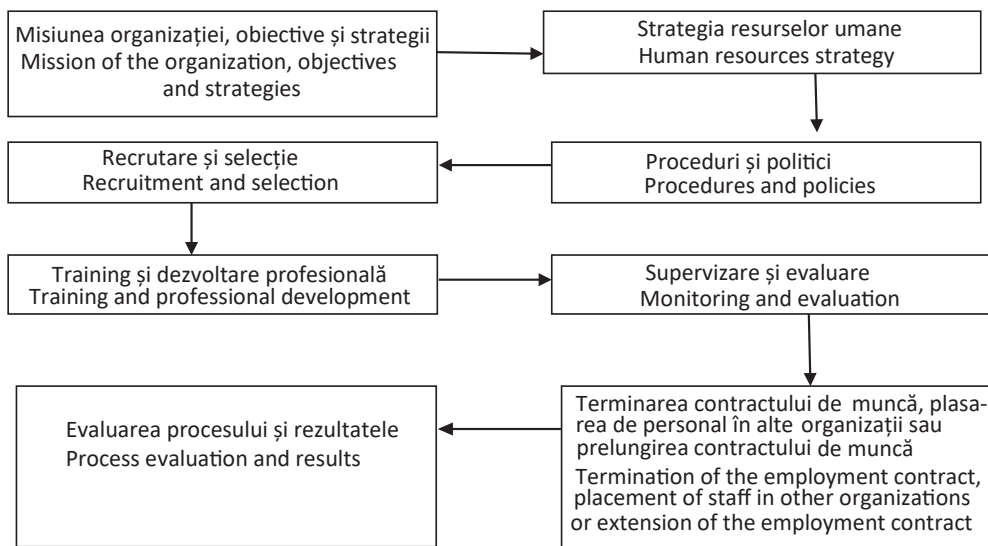


Figura 1. Procesul de planificare a resurselor umane pentru evenimente Sursa: [4, p.53]

Figure 1. The human resources planning process for events
Source: [4, p.53]

Stakeholderii evenimentului.

Rolurile celor care sunt implicați în realizarea unui eveniment diferă, precum diferă și interesele lor și contribuția în organizarea și realizarea evenimentului. În funcție de aceste criterii, persoanele implicate în eveniment pot fi clasificate:

- 1) comitetul de organizare a evenimentului** – este responsabil pentru definirea scopurilor și obiectivelor evenimentului; realizează activitatea de marketing, angajează personalul, monitorizează procesele operaționale și fluxurile financiare (alocate și/ sau încasate);
- 2) personalul implicat în realizarea evenimentului** – persoane care asigură implementarea tehnică a obiectivelor stabilite (putem evidenția aici personalul

of those involved in conducting an event differ, as do their interests and contribution in organizing and conducting the event. According to these criteria, the people involved in the event can be classified:

1) the organizing committee of the event – is responsible for defining the purposes and objectives of the event; performs marketing activity, hires staff, monitors operational processes and financial flows (allocated and/ or collected);

2) the staff involved in carrying out the event – persons who ensure the technical implementation of the established objectives (we can highlight here the staff employed for a fee, but also the volunteers, whose contribution can be significant in carrying out an event);

angajat contra plată, dar și voluntarii, aportul cărora poate fi unul semnificativ în realizarea unui eveniment);

3) furnizorii – persoane sau companii care aprovizionează evenimentul cu diferite produse și/sau servicii;

4) beneficiarii direcți și indirect ai evenimentului – acele persoane sau organizații, asupra cărora evenimentul organizat are anumite efecte benefice (materiale – bani, produse, servicii, precum și nemateriale – informare, îmbunătățirea reputației, crearea parteneriatelor, etc.);

5) sponsorii – persoane fizice sau juridice care alocă mijloace financiare/ materiale pentru acordarea suportului în desfășurarea evenimentului;

6) alți stakeholderi – ce pot fi, de exemplu, autoritățile centrale și locale, diferite instituții de stat și private, ONG-uri, etc. [5]

Gestiunea financiară a evenimentului. Încă de la începutul procesului de planificare, trebuie stabilit dacă evenimentul respectiv este organizat pentru un profit imediat (un târg de produse), pentru un profit pe termen lung (lansarea unui produs) sau evenimentul este non-profit. Scopurile financiare sunt în directă legătură cu amortizarea investiției și, în funcție de ele, planificăm bugetul evenimentului, alegem locul de desfășurare, numărul de invitați, stabilim prețul de participare, etc.

Un exemplu relevant de organizare a unui eveniment cu impact so-

3) suppliers – persons or companies supplying the event with various products and/ or services;

4) direct and indirect beneficiaries of the event – those persons or organizations, on whom the organized event has certain beneficial effects (materials - money, products, services, as well as immaterial - information, improving the reputation, creating partnerships, etc.);

5) sponsors – natural or legal persons who allocate financial/ material means to provide support in carrying out the event;

6) other stakeholders – which can be, for example, central and local authorities, various state and private institutions, NGOs, etc. [5]

Financial management of the event. From the very beginning of the planning process, it must be determined whether the event is organized for immediate profit (a product fair), for long-term profit (product launch), or if the event is non-profit. The financial purposes are directly related to the amortization of the investment and, depending on them, we plan the event budget, choose the venue, the number of guests, set the participation price, etc.

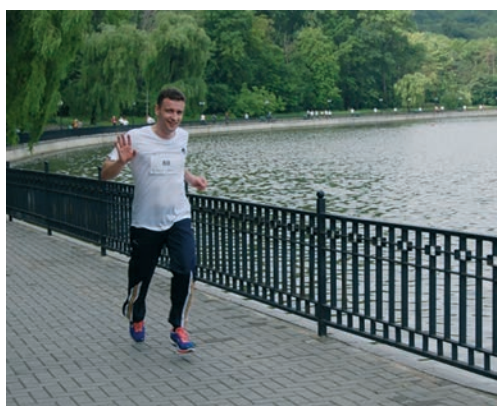
A relevant example of organizing an event with a social impact was the organization of the Solidarity Marathon – 3 editions, a traditional event in terms of involvement of the Academy of Public Administration in solving the social issues facing society. The purpose of organizing this marathon was to accumulate funds

cial a fost organizarea Maratonului Solidarității – 3 ediții, o manifestare tradițională în aspectul implicării Academiei de Administrare Publică în soluționarea problemelor de ordin social cu care se confruntă societatea.

Scopul organizării acestui maraton l-a constituit acumularea de fonduri pentru copiii care suferă de boli hematologice, internați la Institutul Oncologic din mun. Chișinău. De aici și sloganul maratonului - „**Viața din dragoste răsare**”. A fost o noutate nu numai la nivel de Academie, ci și la nivel de țară, fapt scos în evidență că o idee nobilă ne poate uni, ne poate face mai buni.

for children suffering from hematological diseases, hospitalized at the Oncological Institute in Chisinau. Hence the slogan of the marathon - **“Life of love rises”**. It was a novelty not only at the Academy level, but also at the country level, a fact that highlighted that a noble idea can unite us, can make us better.

Conclusions. Empathy and help



Ediția 1- Maratonul Solidarității
1st edition - Solidarity Marathon



Ediția 2 – Maratonul Solidarității
2nd edition - Solidarity Marathon



Ediția 3 – Maratonul Solidarității Sursa: [6]
3rd edition - Solidarity Marathon Source: [6]

Concluzii. Empatie și ajutor altor oameni – baza naturii umane. Făcând bine te simți minunat, atât persoana care face asta, precum și cei care primesc ajutor. Și chiar cel mai mic gest e capabil să-i arate persoanei că este prețuită. Răspândind bunătatea al 3-lea an la rând, Maratonul solidarității a adus zâmbet nu doar copiilor de la institutul oncologic din Chișinău, dar și persoanelor care au fost activ implicate, și anume profesori și colaboratori ai instituției noastre, precum și foști absolvenți ai Academiei, dar și rudele, cunoscuții, și copiii acestora. Astfel, organizarea reușită a evenimentelor poate produce un impact social semnificativ, pe măsura așteptării beneficiarilor, atât datorită unui management eficient, cât și datorită unor parteneriate constructive dintre toți stakeholderii implicați.

for other people - the basis of human nature. By doing good you feel great, both the person who does this and those who receive help. And even the smallest gesture is able to show the person that she is valued. Spreading kindness of the 3-year in a row, the Solidarity Marathon brought a smile not only to the children from the oncology institute in Chisinau, but also to the people who were actively involved, namely professors and collaborators of our institution, as well as former graduates of the Academy, but also their relatives, acquaintances, and children. Thus, the successful organization of events can produce a significant social impact, as expected by the beneficiaries, both due to efficient management and due to constructive partnerships between all stakeholders involved.

BIBLIOGRAFIA:

1. Ivancov Alexandra, Suport de Curs - Managementul Evenimentelor. <https://qdoc.tips/managementulevenimentelor-suport-curs-pdf-free.html>
2. Moise Daniel, Marketingul și managementul evenimentelor. București: Editura ASE, 2014, 150 p.
3. Protocol și Organizare de Evenimente, Scopuri și obiective în marketing, Curs. Universitatea Ecologică din București, 2018.
4. Tahir R.J., Razaq R., Walters P. Events management: An Integrated and Practical Approach, Sage Publications, 2009, 256 p.
5. Van der Wagen L. Event management. Pearson Higher Education, 2010, 545 p.
6. Academia de Administrare Publică, www.aap.gov.md

BIBLIOGRAPHY:

1. Ivancov Alexandra, Course Support - Events Management. <https://qdoc.tips/managementulevenimentelor-suport-curs-pdf-free.html>.
2. Moise Daniel, Events marketing and management, Bucharest: ASE Publishing, 2014, 150 p.
3. Protocol and Organization of Events, Aims and objectives in marketing, Course. Ecological University of Bucharest, 2018.
4. Tahir R.J., Razaq R., Walters P. Events management: An Integrated and Practical Approach, Sage Publications, 2009, 256 p.
5. Van der Wagen L. Event management. Pearson Higher Education, 2010, 545 p.
6. Academy of Public Administration, www.aap.gov.md