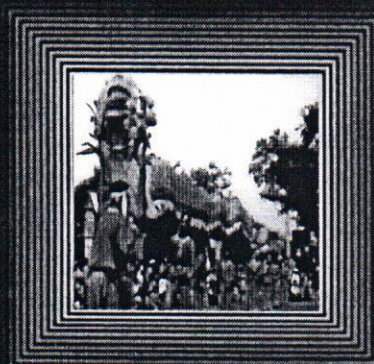


Codruța Adina BĂLTESCU

Nicoleta Andreea NEACȘU

TURISMUL DE EVENIMENTE

Management și marketing



EDITURA
UNIVERSITĂȚII
TRANSILVANIA DIN BRAȘOV

Codruța Adina BĂLTESCU

Nicoleta Andreea NEACȘU

TURISMUL DE EVENIMENTE

Management și marketing

 EDITURA
UNIVERSITĂȚII
TRANSILVANIA DIN BRAȘOV

2012

© 2012 EDITURA UNIVERSITĂȚII TRANSILVANIA DIN BRAȘOV

Adresa: 500091 Brașov,
B-dul Iuliu Maniu 41A
Tel: 0268 – 476050
Fax: 0268 476051
E-mail : editura@unitbv.ro



Tipărit la:
Tipografia Universității Transilvania din Brașov
B-dul Iuliu Maniu 41A
Tel: 0268 – 476050

Toate drepturile rezervate

Editură acreditată de CNCSIS
Adresa nr.1615 din 29 mai 2002

Referenți științifici: Conf. univ. dr. Anca MADAR
Conf. univ. dr. Nicolae Ion MARINESCU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

Neacșu, Nicoleta-Andreea

Turismul de evenimente : management și marketing / Nicoleta-Andreea
Neacșu, Codruța Adina Băltescu. - Brașov : Editura Universității
"Transilvania", 2012

Bibliogr.

ISBN 978-606-19-0136-4

I. Băltescu, Codruța Adina

338.48

659.4

CUPRINS

CAPITOLUL 1. CONȚINUTUL TURISMULUI DE EVENIMENTE (C.A. BĂLTESCU).....	5
1.1. Ce este turismul de evenimente?.....	5
1.2. Tipuri de evenimente.....	10
1.3. Caracteristicile evenimentelor.....	15
1.4. Turismul de evenimente – componentă a industriei turismului.....	17
1.5. Oportunități profesionale în turismul de evenimente.....	20
CAPITOLUL 2. MARKETINGUL TURISMULUI DE EVENIMENTE (C.A. BĂLTESCU).....	23
2.1. Necesitatea aplicării marketingului în cadrul turismului de evenimente.....	23
2.2. Procesul luării deciziei de participare la eveniment.....	24
2.3. Satisfacția participării la eveniment și percepția calității.....	25
2.4. Planificarea strategică de marketing în turismul de evenimente.....	26
2.4.1. Conceptul de planificare strategică de marketing.....	26
2.4.2. Segmentarea și țintirea pieței turismului de evenimente.....	28
2.4.3. Poziționarea evenimentelor.....	30
2.4.4. Stabilirea obiectivelor de marketing ale evenimentelor.....	30
2.4.5. Mixul de marketing în turismul de evenimente.....	31
2.4.6. Destinațiile turistice, branduri, organizații de marketing ale destinațiilor (DMO).....	37
2.4.7. Marketingul relațional în turismul de evenimente.....	42
CAPITOLUL 3. CEREREA PENTRU TURISMUL DE EVENIMENTE (C.A. BĂLTESCU).....	44
3.1. Clienții turismului de evenimente.....	44
3.2. Consumatorii turismului de evenimente.....	49
3.3. Determinanți și motivatori ai cererii pentru turismul de evenimente.....	53
CAPITOLUL 4. OFERTA PENTRU TURISMUL DE EVENIMENTE. PRODUCĂTORI ȘI INTERMEDIARI (C.A. BĂLTESCU).....	56
4.1. Structuri naționale, asociații și organisme profesionale.....	56
4.2. Organizații comerciale și firme cu rol de sprijin implicate în turismul de evenimente.....	58

TURISMUL DE EVENIMENTE - MANAGEMENT ȘI MARKETING

4.2.1. Ofertanți pe piața turismului de evenimente.....	59
4.2.1.1. Unități care găzduiesc evenimente.....	59
4.2.1.2. Firme de transport turistic.....	60
4.2.1.3. Unități de cazare.....	60
4.2.1.4. Firme care prestează serviciile auxiliare.....	61
4.2.2. Intermediari și agenții specializate în organizarea de evenimente.....	61
4.2.2.1. Organizatori de conferințe.....	61
4.2.2.2. Companii de management ale destinațiilor (DMC).....	62
4.2.2.3. Agenții de intermediere a locațiilor.....	73
4.2.2.4. Companii care asigură producția evenimentelor.....	73
4.2.2.5. Agenții specializate în turismul stimulat.....	73
4.2.2.6. Organizatori de expoziții.....	74
4.3. Selecția intermediarilor și a agențiilor specializate în organizarea de evenimente.....	75
CAPITOLUL 5. PLANIFICAREA DEZVOLTĂRII TURISMULUI DE EVENIMENTE (C.A. BĂLTESCU).....	77
5.1. Coordonatele dezvoltării destinațiilor turistice axate pe organizarea turismului de evenimente.....	77
5.2. Procesul de planificare strategică a dezvoltării turismului de evenimente.....	78
5.2.1. Analiza stării de fapt.....	79
5.2.2. Fixarea obiectivelor pentru dezvoltarea turismului de evenimente..	81
5.2.3. Crearea structurilor organizatorice pentru dezvoltarea turismului de evenimente.....	83
5.2.4. Conturarea strategiei pentru dezvoltarea turismului de evenimente.	84
5.2.5. Implementarea strategiei pentru dezvoltarea turismului de evenimente.....	85
5.2.6. Evaluarea strategiei pentru dezvoltarea turismului de evenimente...	87
CAPITOLUL 6. COMUNICAREA DE MARKETING ÎN TURISMUL DE EVENIMENTE (C.A. BĂLTESCU).....	88
6.1. Conținutul comunicării de marketing în turismul de evenimente.....	88
6.2. Metode de stabilire a bugetului comunicării de marketing.....	89
6.2.1. Stabilirea plafonului bugetar pe care organizatorii și-l permit.....	90
6.2.2. Stabilirea bugetului pe baza unui procent din volumul estimat de vânzări.....	90
6.2.3. Metoda parității competiționale.....	90
6.2.4. Stabilirea bugetului în funcție de obiectivele evenimentului.....	91
6.3. Componentele comunicării de marketing în turismul de evenimente....	92
6.3.1. Publicitatea.....	92
6.3.2. Relațiile publice.....	93
6.3.3. Promovarea vânzărilor.....	94
6.3.4. Marketingul direct.....	94

6.3.5. Website-ul evenimentului.....	95
6.3.6. Mediile sociale.....	96
CAPITOLUL 7. PLANIFICAREA EVENIMENTELOR	
(C.A. BĂLTESCU).....	97
7.1. Elaborarea conceptului.....	97
7.2. Stabilirea obiectivelor.....	99
7.3. Importanța educației.....	100
7.4. Analiza nevoilor.....	101
7.5. Formularea obiectivelor SMART.....	101
7.6. Alegerea locației.....	103
7.7. Solicitarea propunerilor.....	104
7.8. Constrângerile bugetare.....	104
7.9. Controlul costurilor.....	106
7.10. Controlul asupra evenimentului.....	106
7.11. Planificarea evenimentului în baza unui scenariu.....	108
CAPITOLUL 8. PRODUCȚIA UNUI EVENIMENT	
(C.A. BĂLTESCU).....	110
8.1. Tipul programului.....	110
8.2. Cuprinsul programului.....	111
8.3. Orarul evenimentului.....	114
8.4. Funcțiile pauzelor și meselor.....	116
8.5. Aranjamente legate de moderatori.....	117
8.6. Echipamentul audio-video.....	119
8.7. Managementul moderatorilor pe perioada desfășurării evenimentului..	119
8.8. Activitățile de agrement.....	121
8.9. Alte activități incluse în producția evenimentului.....	121
CAPITOLUL 9. MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚILOR DE	
ALIMENTAȚIE.....	125
9.1. Coordonate generale ale managementului activităților de alimentație	
(C.A. BĂLTESCU).....	125
9.1.1. Planificarea activităților de alimentație.....	125
9.1.2. Tipuri de mese servite.....	127
9.1.3. Generalități privind meniurile.....	128
9.1.4. Regizarea serviciilor de alimentație.....	130
9.1.5. Tipuri de servire (cu excepția sistemelor aplicate la banchet).....	130
9.1.6. Comercializarea băuturilor.....	132
9.1.7. Aspecte psihologice ale activităților de alimentație.....	133
9.2. Organizarea banchetului și recepțiilor (N.A. NEACȘU).....	133
9.2.1. Criterii de asociere a preparatelor culinare.....	134
9.2.2. Întocmirea listelor de preparate.....	136
9.2.3. Reguli pentru alcătuirea meniurilor.....	140
9.2.4. Servirea clienților.....	143
9.2.5. Aranjarea și decorarea meselor.....	147

CAPITOLUL 10. DETERMINAREA COSTURILOR TOTALE ȘI EVALUAREA EVENIMENTULUI (C.A. BĂLTESCU).....	148
10.1. Determinarea costurilor totale ale evenimentului.....	148
10.2. Evaluarea evenimentului.....	152
BIBLIOGRAFIE.....	154
ANEXA. NEGOCIIND CU HOTELURILE. IDEI ȘI SFATURI PENTRU ORGANIZATORII DE EVENIMENTE.....	158

TURISMUL DE EVENIMENTE - MANAGEMENT ȘI MARKETING

- Oferte speciale pentru VIP-uri (ar putea include transferuri gratuite la aeroport; vin / fructe în camere);
- Oferte speciale pentru ședințele de comitet organizate înainte de întâlnirea principală a asociației;
- Camere gratuite sau cu reducere pentru inspecția locului;
- Tarife speciale pentru acțiunile promoționale organizate de sponsori în timpul evenimentului principal;
- Zonă privată de check-in;
- Utilizarea exclusivă a unuiu dintre barurile hotelului de către participanții la eveniment;
- Utilizarea biroului managerului, inclusiv echipamentul, cum ar fi fotocopiatoarele;
- Facilități gratuite de depozitare pentru livrările în avans;
- Serviciul gratuit de transport bagaje;
- Utilizarea facilităților hotelului sau a celor din apropiere pentru petrecerea timpului liber sau practicarea sportului;
- Check-out târziu sau check-in timpuriu (pentru delegați care sosesc sau pleacă cu avionul);
- Anunțuri gratuite (are hotelul un sistem electronic, iar dacă da, poate fi folosit fără taxă?);
- Servirea continuă de cafea;
- Produse de cofetărie-patiserie oferite gratuit la cafea;
- Taxe pentru parcare mașinilor;
- Condiții de plată mai lejere;
- Utilizarea gratuită a rețelei locale WiFi;
- Utilizarea gratuită a Centrului de Afaceri;
- Utilizarea gratuită a Salonul Executiv;
- Securitate îmbunătățită;
- Organizarea unui birou oficial de întâmpinare a delegaților;
- Fixarea gratuită a bannerelor asociației în hotel;
- Utilizarea gratuită a rețelei TV a hotelului pentru a comunica cu camerele delegaților.