

# Pasākuma, nodarbības plānošana

Inese Roze  
11.07.2011.

Sigulda



IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

# Pasākuma mērogs

- **Vietējās nozīmes pasākumi;**
- **Reģionālie pasākumi;**
- **Latvijas mēroga projekti;**
- **Starptautiski pasākumi.**



# Pasākumu veidi

- **Kultūras;**
- **Sporta;**
- **Atpūtas un izklaides;**
- **Politiskie;**
- **Privātie;**
- **Sociālie;**
- **Darījumu, pārdošanas;**
- **Korporatīvie;**
- **Militārie;**
- **Tūrisma;**
- **Reliģiskie u.c.**



# Pasākums, notikums...

- Pasākums ir kaut kas ikdienai neraksturīgs, to rīko, lai cilvēku grupa svinētu, izklaidētos, izglītotos vai izaicinātu savu pieredzi. (*J.Allen*)



# Pasākuma ideja

- **Nepieciešamība;**
- **Tradīcijas;**
- **Pasūtījums;**
- **Īstā vieta un īstais laiks;**
- **Atbilstība organizācijas misijai;**
- **Originalitāte.**

# Pasākuma iespējamības izpēte un ietekmējošo faktoru analīze

- Politiskā vide – politiskā situācija, valsts atbalsts starptautiskai sadarbībai;
- Tiesiskā vide – likumdošanas prasības;
- Ekonomiskā vide – ekonomiskā situācija, izmaksu apjoms un finansu avotu pieejamība;
- Kultūras vide – kultūras un tradīciju specifika, ieradumi, reliģija, valoda.

# Kādi ir mūsu ieguvumi no šī pasākuma?

- Jaunas zināšanas pieredze;
- Jaunu ideju ģenerācijas iespēja, stimuls turpmākam radošam procesam;
- Partnerattiecību, kopēju projektu veidošana;
- Organizācijas reputācijas celšana;
- Iespēja nostiprināt pozīciju vietējā tirgū;
- Jaunu mērķgrupu piesaiste;
- Atbalstītāju un sponsoru interese;
- Stereotipu mazināšana;
- Ģeogrāfiskās norises vietas popularizēšana u.c.



# leinteresēto un iesaistīto pušu analīze:

1. **Primārie ieinteresētie / iesaistītie:**
  - **Pasākuma finansētāji;**
  - **Sponsori.**
2. **Sekundārie ieinteresētie / iesaistītie:**
  - **Masu mediji;**
  - **Apkārējie iedzīvotāji;**
  - **Vides aizsardzības organizācijas;**
  - **Apkārējo kafejnīcu un veikalu īpašnieki;**
  - **Ģimenes;**
  - **Sabiedriskā transporta organizētāji u.c.**





# Pasākuma norises vietas izvēle

- **Vai vietas / telpas ir laba pieejamība?**
- **Vai tā pieejama cilvēkiem ar īpašām vajadzībām?**
- **Vai apmeklētāji to var sasaistīt ar citām izklaides iespējām?**
- **Vai iespējams nodrošināt pasākuma tehniskās vajadzības?**
- **Vai ir nepieciešamās iespējas apmeklētāju ērtību nodrošināšanai?**
- **Kāda ir telpas / vietas reputācija?**
- **Vai telpa ir pieejama vēlamajā laikā?**
- **Kāda ir cena un ko tā ietver?**

# Darbu saraksts

- **Jāuzskaita visi pasākuma noorganizēšanai veicamie uzdevumi;**
- **Jāveic uzdevumu sadalīšana apakšuzdevumos;**
- **Jākontrolē vai netiek zaudēta loģika un savstarpējās sakarības;**
- **Jāsadala uzdevumi pasākuma organizatoru starpā.**

# Pasākuma norises laika izvēle

- **Dienas izvēle** – notikumi, svētku dienas, mēneša ritms, skolēnu brīvdienas, nedēļas dienas piemērotība.
- **Sākuma laiks** – tradīcijas un dzīves ritms, pasākuma veids, mērķauditorija, pasākuma norises ilgums, beigu laiks.

# Kas vēl svarīgi pasākuma apmeklētājiem?

- Laba redzamība un dzirdamība;
- Skaidra informācija;
- Pasākuma kvalitāte;
- Ērtības;
- Drošība;
- Patīkama atmosfēra;
- Izmaksu sabalansētība;
- Organizatoru godīga un pretimnākoša attieksme.



# Kādēļ cilvēki apmeklē pasākumus?

- Lai gūtu bagātinošu personīgo pieredzi;
- Lai izklaidētos;
- Lai izglītos;
- Lai satiktos;
- Lai redzētu, klausītos “dzīvus” stāstus, priekšnesumus;
- Lai piedalīties.



# Kas ir svarīgi pasākuma dalībniekiem?

- Skaidri dalības nosacījumi;
- Informācija par vietas un pasākuma specifiku un publiku;
- Atbilstošs vietas iekārtojums un tehniskais nodrošinājums;
- Laipna sagaidīšana un attieksme;
- Aktuāla informācija par izmaiņām.



# Komandas izveide

- **Atbilstoša kompetence;**
- **Savstarpēja saskaņa;**
- **Laiks un spējas ieguldīt enerģiju darbā;**
- **Atalgojuma nosacījumi;**
- **Gatavība pieņemt pasākuma norises reālos nosacījumus.**

# Programmas izveide

- **Vai programma ir sabalansēta?**
- **Kas ir pasākuma galvenais pievilcšanas spēks?**
- **Vai pasākums ir tradicionāls?**
- **Vai kvalitāte ir pietiekami augsta?**
- **Vai potenciālā auditorija novērtēs?**



# Pasākuma budžets

- **Bezmaksas publicitātes iespēju izmantošana;**
- **Bartera līgumi;**
- **Brīvprātīgo piesaistīšana;**
- **Sponsorēšanas aktivizēšana.**



# Ko cilvēki nevēlas?

- **Uzklausīt pamācības;**
- **Klausīties garas runas;**
- **Justies neveikli un muļķīgi;**
- **Klausīties citu telefonu zvanos;**
- **Justies traucēti citu fotografēšanu un filmēšanu dēļ.**

# Kas jādara pēc pasākuma?

- Jāsakārto norises vieta;
- Novērtēt pasākuma norisi;
- Izanalizēt pasākuma publicitāti;
- Novērtēt komandas darbu;
- Sazināties ar pasākuma dalībniekiem, izteikt pateicību;
- Sagatavot atskaites un publicitātes materiālu;
- Nosūtīt pateicības vēstules atbalstītājiem;
- Uzrakstīt atsauksmes pasākumu menedžmentā iesaistītajiem brīvprātīgajiem.



# Tipiskas pasākumu organizēšanas kļūdas

- Neatbilstoša mērķauditorija;
- Neveiksmīgi sastādīta programma;
- Neatbilstošas telpas;
- Neveiksmīgi izvēlēta telpa vai vieta;
- Nepietiekami resursi;
- Neveiksmīgi izvēlēta komanda;
- Tehnisko iespēju pārvērtēšana;
- Haotisms;
- Par vēlu piesaistīti papildspēki u.c.



# Veiksmīga pasākuma pazīmes

- Skaidras pasākuma pamatvērtības;
- Mērķi, virzība;
- Saprotams, ka tas veidots īpaši apmeklētājiem;
- Tas atšķiras no citiem pasākumiem;
- Tas ir iedvesmojošs;
- Labi noorganizēts;
- Spēj būt interesants visos līmeņos.

