

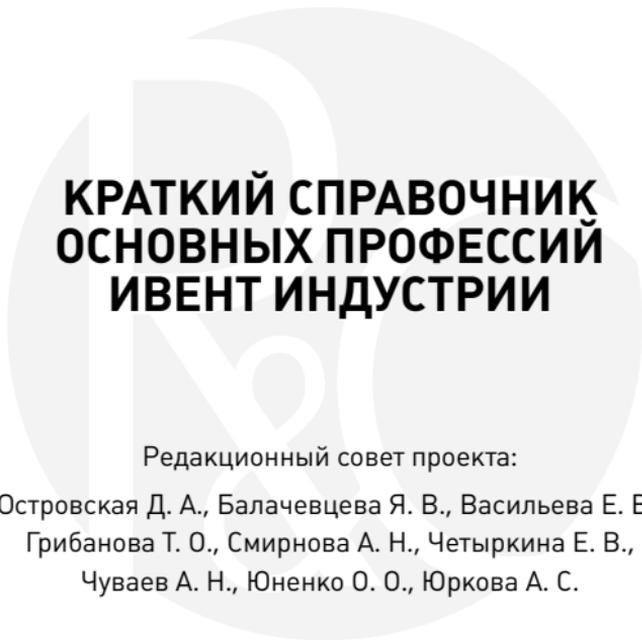
КРАТКИЙ СПРАВОЧНИК ОСНОВНЫХ ПРОФЕССИЙ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

MARKET RESEARCH
COMPANY



БИБЛИОТЕКА
ВЫСТАВОЧНОГО
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ЦЕНТРА

БИБЛИОТЕКА
ВЫСТАВОЧНОГО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА



КРАТКИЙ СПРАВОЧНИК ОСНОВНЫХ ПРОФЕССИЙ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

Редакционный совет проекта:

Островская Д. А., Балачевцева Я. В., Васильева Е. В.,
Грибанова Т. О., Смирнова А. Н., Четыркина Е. В.,
Чуваев А. Н., Юненко О. О., Юркова А. С.

MARKET RESEARCH
COMPANY

Санкт-Петербург

2020

ББК 65.29

К 78



БИБЛИОТЕКА
ВЫСТАВОЧНОГО
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ЦЕНТРА

Краткий справочник основных профессий ивент индустрии

Редакционный совет проекта: Островская Д. А., Балачевцева Я. В., Васильева Е. В., Грибанова Т. О., Смирнова А. Н., Четыркина Е. В., Чуваев А. Н., Юненко О. О., Юркова А. С.

Редактор Збаровский К. В., художник-дизайнер Кадырова Т. А., корректор Миронова Т. В. – СПб. 2020. 116 с. Тираж 300 экз. Заказ № 420. Отпечатано в типографии ООО «ИПК «НП-Принт». 190020, Санкт-Петербург, наб. Обводного канала, дом 199-201.

ISBN 978-5-6043956-2-2

«Краткий справочник основных профессий ивент индустрии» – это третье издание в рамках проекта «БИБЛИОТЕКА ВНИЦ». Словарь содержит общепринятые способы описания профессий (единый квалификационный справочник, должностные инструкции, профессиональный стандарт), перечень основных профессий ивент индустрии, компетенций, необходимых для специалистов этой отрасли, а также подробное описание должностей для разных сегментов событийной индустрии (цели, требования к образованию и обучению, опыту практической работы, функционал).

Настоящее издание рассчитано на представителей служб персонала компаний ивент индустрии в качестве руководства для описания должностей, а также для руководителей компаний при формировании проектных групп. При составлении словаря были использованы наработки ведущих международных и российских отраслевых организаций и экспертов в области ивент индустрии.

© ООО «ВНИЦ Р-н-С»

КРАТКИЙ СПРАВОЧНИК ОСНОВНЫХ ПРОФЕССИЙ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

Проект реализован при участии

НАОМ НАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ
ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ

Рекомендовано

НАЦИОНАЛЬНЫМ КОНГРЕСС-БЮРО



Национальное
конгресс-бюро



MARKET RESEARCH
COMPANY

Содержание

I. Введение	07
II. Основные понятия.....	11
2.1. Единый квалификационный справочник.....	12
2.2. Должностная инструкция.....	13
2.3. Профессиональный стандарт.....	14
2.4. Рамка квалификаций.....	19
III. Виды деятельности	24
3.1. Выставочная отрасль.....	25
3.2. Индустрия встреч.....	41
3.3. Отрасль специальных мероприятий.....	58
3.4. Деловой туризм и MICE-туризм.....	61
IV. Требования к компетенциям специалистов ивент индустрии.....	77
4.1. Общепрофессиональные и персональные компетенции.....	78
4.2. Hard skills и soft skills (жесткие и гибкие навыки).....	84
4.3. Компетенции будущего.....	88
V. Основные профессии ивент индустрии.....	95
Библиографический список.....	111

MARKET RESEARCH
COMPANY



I
ВВЕДЕНИЕ

MARKET RESEARCH
COMPANY

Краткий справочник основных профессий ивент индустрии является первой попыткой объединить и систематизировать все существующие наработки по описанию основных профессий ивент индустрии.

В соответствии с классификацией Выставочного научно-исследовательского центра R&C¹, ивент индустрия состоит из выставочной отрасли, индустрии встреч (под встречей понимается деловое мероприятие любого уровня – от собрания, семинара или конференции до международного форума) и отрасли специальных мероприятий (досуговые, культурные и прочие). Ивент индустрия объединяет различные по направлению деятельности предприятия, интегрируя инструменты и технологии проектирования и менеджмента из разных областей экономики для организации и проведения мероприятий.

В этой связи специалиста для событийной индустрии можно подготовить только в рамках эффективной системы, построенной на основе синергетического подхода, объединяющего практику и теорию. В настоящее время в России предпринимаются попытки создания такой системы подготовки специалистов ивент индустрии, но надо отметить отсутствие достаточного количества необходимых образовательных и профессиональных стандартов этого вида деятельности. Как показывает международный опыт, именно профессиональные стандарты, на базе которых формируются рамка квалификаций и образовательные стандарты, помогают гармонизировать взаимоотношения системы образования и рынка труда.

¹ Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Индустрия встреч, Библиотека Выставочного научно-исследовательского центра R&C, 2018 год, [4].

В настоящий момент в России есть несколько более или менее удачных способов систематизированного описания профессий, включающих перечень выполняемых функций и необходимых навыков и знаний: единый квалификационный справочник, должностная инструкция, профессиональный стандарт, рамка квалификаций.

Вы можете направить свои предложения, комментарии в Выставочный научно-исследовательский центр R&C по электронной почте на адрес: info@rnc-consult.ru с пометкой «Справочник профессий».



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

MARKET RESEARCH
COMPANY

2.1. Единый квалификационный справочник

Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС) и Единый тарифно-квалификационный справочник (ЕТКС) на сегодняшний день являются изданиями, содержащими основную систему описания профессий в Российской Федерации, утверждаются на федеральном уровне. ЕКС включает квалификационные характеристики должностей руководителей, специалистов и служащих, перечисляет основные обязанности и требования, предъявляемые к уровню знаний и квалификации. ЕТКС описывает профессии рабочих с разделением на разряды и категории квалификации, а также называет обязанности и требования, предъявляемые к уровню знаний и квалификации. Основными задачами ЕКС и ЕТКС являются:

- рациональная организация труда, рациональное распределение кадров по категориям персонала, уровню квалификации, степени механизации и условиям труда;
- обеспечение базы для рациональной организации заработной платы рабочих и служащих (в частности, тарификация работ);
- обеспечение критериев для оценки навыков и присвоения тарифных разрядов;
- обеспечение базы для оценки условий труда;
- в отдельных случаях – обоснование для начисления льготных и досрочных пенсий.

К сожалению, ЕКС не охватывает весь спектр профессий (в частности, новые). Обновление ЕКС и ЕТКС на протяжении многих лет не затронуло сферу индустрии деловых встреч. Описание требуемых профессиональных навыков представлено бессистемно и не всегда может быть использовано как для практических целей предприятий, так и для подготовки кадров системой образования, особенно в области событийной индустрии.

2.2. Должностная инструкция

Должностная инструкция – это внутренний организационно-распорядительный документ, содержащий конкретный перечень обязанностей по должностям предприятия с учетом особенностей производства, труда и управления. Этот документ определяет, в том числе, права и меры ответственности, а также квалификационные требования, предъявляемые к занимаемой должности.

Должностная инструкция выполняет следующие задачи:

- установление квалификационных требований, предъявляемых к определенной должности, выполняемой работе (образование, опыт работы, наличие специальной подготовки и т. п.);
- определение должностных обязанностей работника (их круг, объем и т. п.);
- установление зон ответственности работника.

Таким образом, главное предназначение должностной инструкции – определение круга обязанностей работника, его прав, ответственности, а также требований к квалификации, необходимой для исполнения обязанностей по должности.

Требования к квалификации в основном описывают знания, умения и навыки, но не учитывают личностные качества, необходимые для успешного выполнения работы. Однако в большинстве профессий индустрии встреч именно личностные качества играют ведущую роль в достижении профессионального успеха.

Формально должностная инструкция не является обязательным кадровым документом в связи с тем, что Трудовой кодекс РФ не содержит нормы о необходимом наличии у работодателя должностных инструкций. И на практике должностная инструкция не всегда является рабочим документом. Иногда составляется самим работником (субъективизм), утверждается на уровне непосредственного руководителя и используется в качестве формально существующего документа, который не применяется.

Поэтому на основании должностных инструкций не всегда возможно построить эффективную систему оценки и развития квалификаций даже в рамках одного предприятия.

2.3. Профессиональный стандарт

В соответствии со ст. 195.1. Трудового кодекса РФ [1] под квалификацией работника понимается уровень знаний, умений, профессиональных навыков и опыта работы, а профессиональный стандарт рассматривается как характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения конкретной трудовой функции.

Характеристики квалификации, которые содержатся в профессиональных стандартах, могут применяться ра-

ботодателями в качестве основы для определения требований к квалификации работников с учетом особенностей выполняемых ими трудовых функций, обусловленных используемыми технологиями и принятой организацией производства и труда (ст. 195.3 Трудового кодекса РФ).

Профессиональный стандарт (далее – профстандарт) дает более подробное, по сравнению с остальными способами, описание профессий: виды деятельности, знания и умения, трудовые функции, конкретные действия, условия труда, виды оборудования и инструменты, используемые на производстве.

Основными преимуществами профстандарта для организаций являются:

- возможность создания системы квалификаций;
- наличие нормативной базы для рациональной организации труда, создания локальных нормативных актов работодателя, определяющих обязанности и требования к квалификации;
- возможность объективной оценки персонала при планировании и подборе;
- возможность использования профстандарта для организации системы непрерывного обучения и профессионального развития работников, развития и планирования кадрового резерва;
- возможность учесть специфику предприятия.

В конечном итоге использование профстандарта повышает эффективность работы с персоналом и позволяет сократить непроизводительные затраты.

Для образовательных учреждений профстандарты являются основой для создания образовательных стандартов и программ, отвечающих требованиям рынка.

В России разработка профстандартов координируется предпринимателями в лице профессиональных сообществ (отраслевые ассоциации и объединения работодателей), а также Министерством труда и социальной защиты РФ.

Однако не для всех новых направлений деятельности разрабатываются стандарты, т. к. в России не сложилось еще понимание, насколько современному рынку страны нужны новые профессии.

Поэтому профессиональные стандарты для индустрии деловых встреч в нашей стране еще только разрабатываются. В ЕКС профессиональная деятельность ивент менеджера, менеджера по деловому туризму и т. д. не отражена. Следовательно, компании сами присваивают работникам квалификационные уровни: специалист, ведущий специалист, начальник отдела. В трудовой книжке работника, занятого на такой должности, обычно делается запись «Менеджер» или «Специалист по направлению...».

В настоящее время в области «Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.)» утверждены профессиональные стандарты по следующим видам профессиональной деятельности (таблица 1) [10].

Таблица 1.

Код ПС ²	Наименование стандарта	Нормативный правовой акт, утвердивший стандарт
33.007	Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц	Зарегистрировано в Минюсте России 26 мая 2015 г. № 37395
33.008	Руководитель предприятия питания	Зарегистрировано в Минюсте России 02 июня 2015 г. № 37510
33.010	Кондитер	Зарегистрировано в Минюсте России 21 сентября 2015 г. № 38940
33.011	Повар	Зарегистрировано в Минюсте России 29 сентября 2015 г. № 39023
33.012	Специалист по подбору персонала (рекрутер)	Зарегистрировано в Минюсте России 09 ноября 2015 г. № 39628
33.013	Официант / бармен	Зарегистрировано в Минюсте России 25 декабря 2015 г. № 40269
33.014	Пекарь	Зарегистрировано в Минюсте России 25 декабря 2015 г. № 40270
33.019	Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок	Зарегистрировано в Минюсте России 22 ноября 2016 г. № 44399
33.020	Специалист по профессиональной уборке	Зарегистрировано в Минюсте России 27 сентября 2016 г. № 43836
33.021	Горничная	Зарегистрировано в Минюсте России 22 сентября 2017 г. № 48308
33.022	Работник по приему и размещению гостей	Зарегистрировано в Минюсте России 22 сентября 2017 г. № 48310

² ПС – профессиональный стандарт

Непосредственно к ивент индустрии можно отнести профессиональный стандарт 33.019 «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»³, разработанный Советом по профессиональным квалификациям торговой, внешнеторговой и по отдельным видам предпринимательской и экономической деятельности на базе Торгово-промышленной палаты Российской Федерации (далее – ТПП РФ). Остальные профстандарты относятся к смежным отраслям. В работе находятся следующие проекты профессиональных стандартов в области отдельных направлений индустрии деловых встреч:

1. Проект профстандарта «Специалист по организации конгрессных мероприятий», разработанный Советом по профессиональным квалификациям торговой, внешнеторговой и по отдельным видам предпринимательской и экономической деятельности ТПП РФ (на этапе принятия)⁴.
2. Проект профстандарта «Специалист по организации деятельности в индустрии деловых встреч», разработанный в рамках программы Европейской Комиссии Erasmus+.

³ Профстандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок» можно найти на сайте ТПП РФ: <http://spk.tpprf.ru/deyatelnost/professionalnye-standarty-zakreplennye-za-spk-tpprf/>

⁴ Проект профстандарта «Специалист по организации конгрессных мероприятий» можно найти на сайте ТПП РФ: <http://spk.tpprf.ru/deyatelnost/professionalnye-standarty-zakreplennye-za-spk-tpprf/>

2.4. Рамка квалификаций

Временные методические рекомендации по разработке отраслевой рамки квалификаций на основе Национальной рамки квалификаций РФ (утверждены Минздравсоцразвития РФ 22.12.2011 г.) [2] дают следующие определения:

Национальная рамка квалификаций РФ (НРК) – основа национальной системы квалификаций РФ, представляет собой обобщенное описание квалификационных уровней и основных путей их достижения на территории России.

Отраслевая рамка квалификаций (ОРК) – составная часть национальной системы квалификаций РФ, представляет собой:

- обобщенное описание по установленным показателям квалификационных уровней в рамках отрасли, признаваемое ведущими в данной отрасли организациями;
- иерархически упорядоченную по квалификационным уровням классификацию видов трудовой деятельности, сформированную по показателям НРК и другим значимым для отрасли показателям.

Квалификационный уровень – структурная единица (ступень) НРК, характеризующаяся совокупностью требований к компетенциям, характеру умений и знаний, предъявляемых к работнику и дифференцируемых по параметрам сложности деятельности, а также ответственности и широты полномочий, требующихся в ней.

Дескриптор – обобщенное описание совокупности требований к компетенциям, характеру умений и знаний работника соответствующего квалификационного уровня НРК, дифференцируемым по параметрам сложности деятельности, ответственности и широты полномочий, требующихся в ней.

Отраслевая рамка разрабатывается с учетом семи принципов. Это – отражение приоритетов отрасли и учет бизнес-интересов компаний; преемственность и непрерывность развития уровней от низшего к высшему; прозрачность описания уровней для всех пользователей; соответствие иерархии уровней структуре разделения труда и системы образования России; описание уровней через показатели профдеятельности; описание видов трудовой деятельности, а не работников, их выполняющих, и качества осуществления ими должностных обязанностей.

Количество уровней может достигать до девяти. При необходимости внутри них могут выделяться подуровни, отражающие специфику отраслевых квалификационных требований.

Отраслевые рамки образуют представленные в форме таблицы характеристики (дескрипторы) уровней и подуровней, раскрываемые через основные показатели профдеятельности. К ним относятся широта полномочий и ответственность, сложность и наукоемкость деятельности.

В разделе 3.4. Деловой туризм и MICE-туризм представлена Отраслевая рамка квалификаций для туристического сектора экономики России, и в том числе делового туризма [5], разработанная в ходе реализации проекта EurDiQ⁵.



⁵ Международный проект EurDiQ (Европейское измерение квалификаций туристического сектора) стартовал в 2015 году в рамках программы Европейской Комиссии Erasmus+.



III
ВИДЫ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

MARKET RESEARCH
COMPANY

3.1. Выставочная отрасль

Определение отрасли

Выставочная отрасль / индустрия – это совокупность предприятий, занятых организацией выставочно-ярмарочных мероприятий (включая деловые и околорыночные программы), компаний, специализирующихся на оказании сопутствующих услуг, а также профильных общественных организаций, занятых регулированием коммуникации между участниками отрасли [4].

Деятельность по организации торгово-промышленных выставок описывает утвержденный 22 ноября 2016 года профстандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок» [10], разработанный Российским союзом выставок и ярмарок (далее – РСВЯ), при участии ТПП РФ, а также представителей работодателей, органов государственной власти, образовательных, научных и экспертных организаций. Основная цель данного вида деятельности – обеспечение эффективных информационно-коммуникационных взаимодействий субъектов экономики, служащих реализации социокультурных, экономических и коммерческих интересов их организаторов и участников и выполняющих роль маркетингового инструмента развития рыночной экономики страны.

Основные профессии отрасли

В таблице 2 (стр. 26–27) на основании утвержденного профстандарта представлены описания основных профессий выставочной индустрии.

Описание функций

Далее приведены основные трудовые функции, необходимые для профессиональной деятельности специалиста выставочной индустрии, в соответствии с утвержденным профстандартом.

1. Операционная деятельность по организации торгово-промышленных выставок

1.1. Ведение и поддержание в актуальном состоянии базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок:

- поиск контактных данных потенциальных участников торгово-промышленных выставок;
- внесение контактных данных потенциальных участников торгово-промышленных выставок в клиентскую базу;
- обновление информации в клиентской базе данных о ходе работы с конкретным участником торгово-промышленных выставок;
- выборка по базе данных потенциальных участников для привлечения их к торгово-промышленным выставкам.

Таблица 2.

Уровень квалификации	Возможные наименования должностей, профессий	Описание должности	Требования к образованию и обучению	Требования к опыту практической работы
5–6	Специалист по выставкам. Специалист по выставочной деятельности. Специалист по организации выставок.	Операционная деятельность по организации торгово-промышленных выставок.	Высшее образование – бакалавриат или среднее профессиональное образование – программы подготовки специалистов среднего звена.	При высшем образовании без предъявления требований к опыту практической работы, при среднем профессиональном образовании – не менее года в сфере организации торгово-промышленных выставок, конференций и других событий, маркетинга, продаж.
6	Руководитель отдела выставок. Директор выставок. Руководитель выставочных проектов. Менеджер выставочных проектов. Менеджер выставок.	Управление проектом торгово-промышленной выставки.	Высшее образование – бакалавриат или высшее образование (непрофильное) – бакалавриат и дополнительное проф. образование – программы проф. переподготовки в сфере выставочного менеджмента, конгрессного менеджмента, событийного менеджмента, управления проектами.	Не менее трех лет в сфере организации торгово-промышленных выставок или управления проектами. Рекомендуется наличие портфолио эффективных реализованных проектов торгово-промышленных выставок.
6	Руководитель отдела маркетинга / рекламы / связей с общественностью. Менеджер по маркетингу / рекламе / связям с общественностью. Менеджер по участию в выставках. Специалист по маркетингу / рекламе / связям с общественностью.	Управление процессом подготовки к участию в торгово-промышленной выставке организации-экспонента.	Высшее образование – бакалавриат или высшее образование (непрофильное) – бакалавриат и дополнительное проф. образование – программы проф. переподготовки в сфере выставочного менеджмента, событийного менеджмента, событийного маркетинга.	Не менее трех лет в сфере событийного менеджмента, выставочного менеджмента, событийного маркетинга. Рекомендуется наличие портфолио эффективных реализованных проектов торгово-промышленных выставок.
7	Директор (генеральный директор, управляющий) предприятия. Исполнительный директор. Заместитель директора по коммерческим вопросам. Коммерческий директор. Заместитель директора по связям с общественностью / Директор по связям с общественностью.	Стратегическое управление выставочной деятельностью организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок.	Высшее образование – магистратура или специалитет.	Не менее трех лет на должностях высшего руководства в организациях – профессиональных организаторах торгово-промышленных выставок или не менее пяти лет в сфере управления проектами торгово-промышленных выставок. Рекомендуется наличие портфолио эффективных реализованных проектов торгово-промышленных выставок.

1.2. Привлечение участников торгово-промышленных выставок:

- осуществление переговоров об участии в мероприятии;
- составление информационных писем и приглашений для различных групп потенциальных участников;
- проведение презентаций торгово-промышленной выставки для потенциальных ее участников;
- предоставление (потенциальным) участникам пакета информации о выставке в соответствии с их интересами и запросами;
- оформление и сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника выставки.

1.3. Подготовка маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках:

- информирование руководства об участии в мероприятии ключевых фигур и организаций отраслей торгово-промышленной выставки для использования этих сведений при реализации маркетингового плана;
- уведомление руководства о соглашениях с участниками выставки об их участии в общих маркетинговых мероприятиях для своевременного включения в маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки;
- подготовка пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в интернете и деловых СМИ;

- предоставление актуальных данных о ходе реализации проекта торгово-промышленной выставки для включения в маркетинговые материалы.

1.4. Ведение документооборота торгово-промышленной выставки:

- подготовка форм заявочной документации до начала работы над проектом;
- оформление необходимых документов от каждого заявившегося участника;
- при необходимости внесение изменений в оформленные заявочные документы по просьбе участника выставки и по согласованию с ним;
- оформление документов на оплату заказанных услуг участником выставки, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией.

1.5. Подготовка отчетов о реализации различных этапов организации торгово-промышленной выставки:

- периодические отчеты для руководства о подготовке выставки для принятия решений в сфере оптимизации управления проектом;
- подготовка итогового отчета после проведения торгово-промышленной выставки.

1.6. Обеспечение проведения торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соорганизаторами, партнерами, спонсорами:

- контроль выполнения застройки выставочных стендов во время монтажа в соответствии с утвержденным планом экспозиции;
- организация исполнения обустройства выставочных стендов в соответствии с договорами;
- организация допуска и работы на выставочной площадке организаций, отвечающих за застройку и оформление экспозиции, поставщиков оборудования, в том числе для обеспечения индивидуальной застройки экспонентов, в ходе монтажа и демонтажа;
- обеспечение работы залов и площадок для проведения деловых и дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденными графиками и требованиями;
- контроль выполнения программы дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденным графиком;
- решение оперативных вопросов, возникающих в ходе проведения торгово-промышленной выставки;
- контроль выполнения условий договоров с подрядчиками.

1.7. Контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставке:

- обеспечение своевременного оформления и предоставления участникам документов на оплату;

- контроль оплаты в соответствии с условиями договора;
- согласование с руководством возможностей изменения условий оплаты по просьбе участника;
- предоставление скидок и специальных условий в соответствии с политикой конкретной выставки и организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок в целом.

1.8. Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия:

- изучение информационных материалов по эффективному участию в выставке или подготовка таких материалов;
- подготовка комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для предоставления участникам по запросу;
- проведение консультаций по запросу участников;
- при наличии возможности в организации – профессиональном организаторе торгово-промышленных выставок – формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в выставке для размещения на сайте мероприятия или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-промышленной выставки.

1.9. Обеспечение соответствия торгово-промышленной выставки требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения:

- информирование участников о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения при участии в конкретной торгово-промышленной выставке;
- контроль соблюдения требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения участниками, партнерами, спонсорами, посетителями, подрядчиками выставки в ходе ее проведения;
- инструктирование дополнительного персонала о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения;
- сопровождение контролирующих органов во время их визита на выставочную площадку для проверки выполнения требований нормативных правовых актов в целях своевременного предоставления необходимой информации и организации устранения выявленных нарушений.

2. Управление проектом торгово-промышленной выставки

2.1. Маркетинговый анализ, направленный на выявление возможностей эффективного развития проекта торгово-промышленной выставки:

- мониторинг отраслей экономики, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок, для актуализации их концепции;
- периодический анализ конкурентных проектов;
- анализ отчетов, предоставляемых специалистами по организации торгово-промышленных выставок.

2.2. Разработка концепции и бизнес-плана (развернутого и экспресс-варианта) организации проекта торгово-промышленной выставки:

- разработка или актуализация концепции проекта выставки;
- обоснование выбора места проведения мероприятия с учетом особенностей его концепции;
- разработка плана экспозиции, списка потенциальных партнеров и спонсоров, тематик и форматов деловых и дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденной концепцией торгово-промышленной выставки;
- разработка бизнес-плана проекта торгово-промышленной выставки;
- разработка концепций и бизнес-планов ключевых деловых мероприятий выставки.

2.3. Управление фазой реализации жизненного цикла проекта торгово-промышленной выставки:

- разработка календарного плана реализации проекта;
- формирование команды проекта и распределение задач и работ среди специалистов – участников выставки;
- разработка системы мотивации для участников команды проекта;
- согласование с руководством организации системы мотивации для участников команды;
- разработка бюджета проекта и контроль его выполнения;

- контроль выполнения плана реализации торгово-промышленной выставки;
- управление отклонениями, возникающими в ходе выполнения плана.

2.4. Обеспечение соответствия маркетингового плана мероприятия концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки:

- формирование рекомендаций для работников / подразделений организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственных за маркетинг, по разработке бренд-кодов и стратегии продвижения;
- координация взаимодействия структурных подразделений организации по вопросам разработки и реализации мероприятий маркетингового плана;
- контроль соответствия реализуемого плана мероприятий по продвижению миссии и целям торгово-промышленной выставки, а также соглашениям, достигнутым с партнерами, спонсорами, участниками отдельных категорий;
- заключение соглашений о сотрудничестве в сфере продвижения торгово-промышленной выставки со средствами массовой информации (совместно с работниками / подразделениями организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок, ответственными за маркетинг);
- разработка планов работ и организация их исполнения в сфере администрирования, обновления контента и продвижения сайта выставки.

2.5. Организация совместной работы с партнерами торгово-промышленной выставки всех уровней, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми организациями:

- заключение соглашений о сотрудничестве в сфере продвижения выставки с ключевыми партнерами: национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями;
- ведение переговоров с потенциальными спонсорами торгово-промышленной выставки;
- контроль соблюдения согласованных условий сотрудничества со спонсорами в ходе подготовки и проведения выставки;
- постановка задач перед участниками команды проекта по выполнению соглашений с партнерами и спонсорами.

2.6. Заключение договоров на выполнение работ с подрядчиками торгово-промышленной выставки и договоров на продажу выставочных площадей с агентскими организациями:

- формирование критериев отбора подрядных организаций с целью обеспечения полного комплекса услуг и возможностей для участников;
- заключение договоров с подрядными организациями;

- формирование критериев отбора агентских организаций;
- заключение договоров с агентскими организациями на привлечение участников и осуществление продаж выставочных площадей;
- контроль выполнения работ, предоставления услуг в соответствии с условиями заключенных договоров и соглашений;
- принятие решений о замене подрядных или агентских организаций в случае нарушения условий подписанных договоров и соглашений.

2.7. Подготовка работы офиса организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок во время проведения мероприятия:

- распределение задач и обязанностей по работе офиса организатора на выставочной площадке среди участников команды;
- формирование списка резюме кандидатов в состав дополнительного персонала офиса организатора на выставочной площадке;
- отбор дополнительного персонала в соответствии с критериями, определяемыми требованиями конкретного мероприятия для работы в офисе организатора на выставочной площадке;
- обучение дополнительного персонала офиса организатора;
- ежедневный контроль выполнения функций офиса организатора, реализации задач и обязанностей каждым его работником;

- координация работы офиса организатора на выставочной площадке, в том числе решение текущих вопросов с партнерами, спонсорами, подрядчиками, руководством, решение вопросов, связанных с изменением программы.

2.8. Анализ и интерпретация результатов проведения торгово-промышленной выставки для повышения эффективности будущих проектов:

- распределение функций сбора данных для промежуточных и итоговых отчетов об организации выставки среди участников ее команды;
- подготовка сводного аналитического отчета с включением промежуточных и итоговых отчетов участников команды, а также собственных данных;
- выявление полезных рекомендаций руководителям других проектов компании – профессионального организатора торгово-промышленных выставок для повышения общей эффективности организации;
- представление промежуточных и итоговых результатов проекта руководству организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок.

3. Управление процессом подготовки к участию в торгово-промышленной выставке организации-экспонента

3.1. Разработка, обоснование и согласование с руководством стратегии и программы участия организации-экспонента в торгово-промышленных выставках:

- разработка стратегии участия организации-экспонента в выставках в соответствии с общей стратегией развития организации-экспонента;

- разработка программы участия организации-экспонента в выставках, направленной на достижение целей стратегии участия в торгово-промышленных выставках;
- согласование разработанной стратегии и программы участия с руководством организации-экспонента;
- распределение задач среди ответственных работников для обеспечения выполнения разработанных стратегии и программы.

3.2. Организация эффективной подготовки к участию в торгово-промышленной выставке:

- обеспечение своевременного оформления документации по участию организации-экспонента в мероприятии;
- контроль оплаты участия организации-экспонента в торгово-промышленных выставках;
- выбор оптимальной формы участия в соответствии с поставленными целями и задачами участия;
- разработка проекта экспозиции;
- распределение обязанностей работников выставочного стенда;
- разработка программы участия в конкретной выставке;
- организация приглашения целевых посетителей выставочного стенда организации-экспонента;
- формирование программы переговоров на выставочном стенде организации-экспонента;
- подготовка информационных, рекламных, сувенирных материалов для посетителей выставочного стенда

организации-экспонента и представителей средств массовой информации;

- подготовка работников организации-экспонента к работе на выставочном стенде;
- обеспечение выполнения логистических процессов по доставке оборудования и экспонатов на выставочную площадку, организации трансфера и проживания работников, работающих на выставке;
- взаимодействие с организаторами.

3.3. Управление бизнес-процессом участия в торгово-промышленной выставке:

- обеспечение выполнения работ по застройке, установке оборудования и оформлению экспозиции во время монтажа;
- инструктирование работников выставочного стенда организации об индивидуальных графиках, программе и режиме работы выставочного стенда организации;
- ежедневный контроль работы выставочного стенда организации на протяжении всего мероприятия;
- контроль проведения встреч ключевых посетителей с руководством организации на выставочном стенде или в рамках программы выставки;
- контроль участия представителей организации в запланированных мероприятиях;
- контроль эффективности достижения целей и задач участия в выставке;
- обеспечение решения административных вопросов с офисом организатора;

- обеспечение выполнения работ при демонтаже экспозиции и вывозе оборудования во время демонтажа выставки;
- организация работы с посетителями выставочного стенда организации после завершения мероприятия на основе договоренностей, достигнутых с ними во время выставки.

3.4. Комплексная оценка эффективности участия в торгово-промышленной выставке:

- сбор отчетов о выполненной работе и результатах от работников выставочного стенда организации;
- анализ полученных данных, а также собственной информации о ходе и результатах участия в мероприятии;
- оценка достижения поставленных целей и задач;
- определение возможностей повышения эффективности;
- представление отчета об эффективности участия в выставке руководству организации;
- внедрение утвержденных руководством предложений по повышению эффективности участия в выставках.

4. Стратегическое управление выставочной деятельностью организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок

- ##### 4.1. Управление реализацией стратегии развития организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок.

- ##### 4.2. Утверждение стратегических и годовых планов развития организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок, управление их реализацией.
- ##### 4.3. Представление интересов организации – профессионального организатора торгово-промышленных выставок в органах государственного управления, отраслевых союзах и ассоциациях.

3.2. Индустрия встреч

Определение отрасли

Индустрия встреч – это отрасль экономики, связанная с организацией и проведением деловых мероприятий не выставочного формата (деловых мероприятий, не имеющих экспозиционного пространства, либо с экспозиционным пространством, играющим вспомогательную роль) [4].

К деловым мероприятиям относятся конгрессные мероприятия, под которыми понимают организованные встречи представителей стран, отраслей, профессий или учреждений, организаций для обмена знаниями и опытом, поиска необходимых решений, проводимые самостоятельно или сопровождаемые выставочно-ярмарочным мероприятием [4]. Традиционная структура таких встреч: участники (делегаты) и спикеры, выступающие по основным темам. Форматы мероприятий в рамках сегмента могут варьироваться в зависимости от конкретных задач: конгрессы, съезды, форумы, саммиты, конференции, круглые столы и т. п.

В рамках работы Совета по профессиональным квалификациям (СПК) при ТПП РФ подготовлен проект профстандарта «Специалист по организации конгрессных мероприятий», который сейчас находится в процессе принятия.

Участники рабочей группы – Выставочный научно-исследовательский центр R&C, Санкт-Петербургский государственный экономический университет и Ассоциация «Национальное конгресс-бюро» направили предложения к последней редакции. Далее в разделе представлены выдержки из данного проекта [6].

Основной целью деятельности по организации конгрессных мероприятий является создание благоприятных условий для персонализированного обмена информацией, деловых и научных контактов с целью установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и потребителями товаров и услуг. Под конгрессными мероприятиями понимаются деловые собрания, представляющие собой организованные встречи представителей стран, отраслей, профессий или учреждений, организаций для обмена знаниями и опытом, поиска необходимых решений, проводимые самостоятельно или сопровождаемые выставочно-ярмарочными мероприятиями.

Основные профессии отрасли

В таблице 3 (стр. 44–45) представлены описания основных профессий конгрессной деятельности.

Описание функций

Далее приведены основные трудовые функции, необходимые для профессиональной деятельности специалиста по организации конгрессов.

1. Операционная деятельность по подготовке и проведению конгрессных мероприятий.

1.1. Ведение и поддержание актуальности базы данных участников:

- поиск контактных данных о новых потенциальных организаторах или инициаторах и участниках;
- внесение контактных данных о новых потенциальных организаторах или инициаторах и участниках в клиентскую базу;
- обновление клиентской базы данных в ходе работы с конкретным участником;
- осуществление работы по привлечению потенциальных участников соответственно базе данных;
- работа с обращениями.

1.2. Привлечение участников конгрессных мероприятий:

- осуществление переговоров об участии в конгрессном мероприятии;
- написание информационных писем и приглашений для различных групп потенциальных участников;
- проведение презентаций для потенциальных участников;
- предоставление (потенциальным) участникам пакета информации о конгрессном мероприятии в соответствии с их интересами и запросами;
- оформление необходимой заявочной документации для регистрации предприятия в качестве участника конгрессного мероприятия;
- проведение работ по созданию фирменного стиля, разработка логотипа;
- сбор необходимой заявочной документации для регистрации предприятия в качестве участника конгрессного мероприятия.

Таблица 3.

Уровень квалификации	Возможные наименования должностей, профессий	Описание должности	Требования к образованию и обучению	Требования к опыту практической работы
5-6	Специалист по конгрессам. Специалист по конгрессной деятельности. Специалист по организации конгрессов.	Операционная деятельность по подготовке и проведению конгрессных мероприятий.	Высшее образование – бакалавриат или среднее профессиональное образование – к среднему профессиональному образованию по программам подготовки специалистов среднего звена.	Рекомендуется наличие дополнительного профессионального образования – программ повышения квалификации, для непрофильного образования – программ профессиональной переподготовки в сфере выставочного менеджмента, конгрессного менеджмента, событийного менеджмента, управления проектами.
6	Руководитель отдела конгрессов. Директор конгрессов. Руководитель конгрессных проектов. Менеджер конгрессных проектов. Менеджер конгрессов.	Управление проектом «Конгрессное мероприятие».	Высшее образование – специалитет, магистратура.	Не менее трех лет в сфере организации конгрессных мероприятий или управления проектами. Рекомендуется наличие портфолио реализованных проектов конгрессных мероприятий в российских или зарубежных компаниях.
6	Руководитель отдела маркетинга. Руководитель отдела рекламы. Руководитель отдела по связям с общественностью. Менеджер по маркетингу. Менеджер по рекламе. Менеджер по связям с общественностью. Менеджер по участию в выставках и конгрессах. Специалист по маркетингу. Специалист по рекламе. Специалист по связям с общественностью.	Управление процессом подготовки к участию в конгрессном мероприятии.	Высшее образование – бакалавриат или высшее образование (непрофильное) – бакалавриат и дополнительное профессиональное образование – программы профессиональной переподготовки в сфере выставочного менеджмента, событийного менеджмента, событийного маркетинга.	Не менее трех лет в сфере событийного менеджмента, выставочного менеджмента, событийного маркетинга. Рекомендуется наличие портфолио реализованных проектов конгрессных мероприятий в российских или зарубежных компаниях.
7	Директор (генеральный директор, управляющий) предприятия. Исполнительный директор. Заместитель директора по коммерческим вопросам или коммерческий директор. Заместитель директора по связям с общественностью / Директор по связям с общественностью.	Стратегическое управление деятельностью организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий	Высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации. Высшее образование – специалитет, магистратура.	Опыт работы не менее года на должностях высшего руководства в организациях – профессиональных организаторах конгрессных мероприятий или не менее трех лет в сфере управления проектами конгрессных мероприятий. Рекомендуется наличие портфолио реализованных проектов конгрессных мероприятий.

1.3. Участие в подготовке маркетинговых материалов о конгрессных мероприятиях:

- информирование руководства об участии в событии ключевых фигур и предприятий профильных отраслей в целях возможности использования этой информации для реализации маркетингового плана конгрессного мероприятия;
- информирование руководства о соглашениях с участниками конгрессного мероприятия касательно их участия в общих маркетинговых мероприятиях для своевременного включения в маркетинговые материалы;
- подготовка пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в различных каналах распространения информации (СМИ, Интернет, социальные сети);
- предоставление данных о реализации проекта для включения в маркетинговые материалы.

1.4. Ведение документооборота конгрессных мероприятий:

- подготовка полного пакета форм заявочной документации до начала работы над проектом;
- оформление необходимых документов от каждого заявившегося участника;
- при необходимости – внесение изменений в оформленные заявочные документы по просьбе и по согласованию с участником встречи;
- оформление документов на оплату заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания услуг в соответствии с заявочной документацией;

1.5. Подготовка отчетов о ходе реализации различных этапов организации конгрессных мероприятий:

- периодические промежуточные отчеты руководству для принятия решений в сфере оптимизации управления проектом конгрессное мероприятие;
- подготовка итогового отчета.

1.6. Обеспечение проведения конгрессных мероприятий:

- контроль выполнения услуг в соответствии с утвержденным планом деловой программы;
- организация исполнения обустройства выставочных стендов в рамках делового мероприятия в соответствии с договорами на участие;
- организация допуска и работы на площадке организаций, отвечающих за застройку и оформление выставочной экспозиции, организуемой в рамках программы мероприятия, поставщиков оборудования (мебель, аудиовизуальное оборудование, оборудование для синхронного перевода и др.) для работы конгрессного мероприятия и выставочной экспозиции;
- обеспечение работы залов и площадок в соответствии с утвержденными графиками и требованиями;
- контроль выполнения программы дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденным графиком;
- решение оперативных вопросов, возникающих в ходе проведения конгрессного мероприятия;
- контроль выполнения условий договоров с подрядчиками конгрессного мероприятия.

1.7. Контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в конгрессных мероприятиях:

- обеспечение своевременного оформления и предоставления участникам документов на оплату их участия;
- контроль осуществления оплаты в соответствии с условиями договора об участии в конгрессном мероприятии;
- согласование с руководством возможностей изменения условий оплаты по просьбе участника конгрессного мероприятия;
- предоставление скидок и специальных условий в соответствии с политикой конкретного конгрессного мероприятия и организации – профессионального организатора конгрессного мероприятия в целом.

1.8. Консультирование участников конгрессного мероприятия:

- изучение информационных материалов по участию в событии или подготовка таких материалов;
- подготовка комплекта информационных материалов для предоставления участникам конгрессного мероприятия по запросу;
- проведение консультаций по запросу участников конгрессного мероприятия;
- при наличии такой возможности в организации – профессиональном организаторе конгрессного мероприятия – формирование комплекта информационных материалов для размещения на сайте для быстрого доступа участников конгрессного мероприятия;

1.9. Обеспечение соответствия конгрессных мероприятий требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения:

- информирование участников о необходимости соблюдения требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения при организации своего участия в конкретном конгрессном мероприятии;
- контроль соблюдения требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения участниками, партнерами, спонсорами, посетителями, подрядчиками мероприятия в ходе его проведения;
- инструктирование дополнительного персонала о необходимости соблюдения требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения;
- сопровождение контролирующих органов во время их визита на деловую, выставочную площадку для контроля выполнения требований нормативных правовых актов в целях своевременного предоставления необходимой информации и организации устранения выявленных нарушений;
- организация оказания первой медицинской помощи участникам и посетителям мероприятия;
- организация и контроль проведения целевого инструктажа по охране труда участников, партнеров, спонсоров, подрядчиков, задействованных в обеспечении и проведении мероприятия;

- проверка наличия и соответствия разрешительной документации на право выполнения работ подрядчиками при обеспечении и проведении мероприятия;
- организация охраны конгрессного мероприятия, досмотра посетителей.

2. Управление проектом «Конгрессное мероприятие»

2.1. Определение потребностей в конгрессных мероприятиях:

- осуществление мониторинга отраслей экономики, связанных с тематикой конгрессных мероприятий, для актуализации концепции конгрессных мероприятий;
- проведение периодического анализа конкурентных проектов;
- анализ отчетов, предоставляемых специалистами.

2.2. Разработка концепции проекта конгрессного мероприятия:

- определение целей и задач;
- уточнение потребностей и особенностей целевой аудитории;
- формулирование ожидаемых результатов;
- определение вида и формата проекта в соответствии с потребностями и особенностями целевой аудитории;
- формулирование критериев отбора ключевых экспертов;

- разработка не менее двух альтернативных сценариев (программ) проведения мероприятия;
- оформление дизайн-проекта.

2.3. Формирование технического задания (ТЗ) на проект конгрессного мероприятия:

- выбор оптимального сценария с учетом имеющихся ресурсов и возможностей для его реализации;
- формирование плана реализации;
- определение перечня и требований к качеству необходимых ресурсов;
- составление проекта бюджета с обоснованием;
- оформление технического задания.

2.4. Организация материально-технического обеспечения конгрессных мероприятий:

- определение критериев отбора площадки, оборудования, субподрядчиков на основании ТЗ;
- сбор, систематизация и анализ информации о площадках, оборудовании, субподрядчиках на основании установленных критериев;
- формирование проекта перечня материально-технического обеспечения и сметы мероприятия;
- согласование проектно-сметной документации в установленном порядке;
- формирование заявки на материально-техническое обеспечение для передачи в службы закупок;
- разработка плана рационального размещения и использования материально-технического обеспечения в ходе мероприятия;

- оценка закупленного оборудования и материалов по качеству и количеству на основании установленных критериев;
- в случае несоответствия – принятие корректирующих мер.

2.5. Организация подбора и подготовки персонала для проведения конгрессных мероприятий:

- определение количественных и качественных критериев отбора персонала на основании ТЗ;
- сбор, систематизация и анализ информации о необходимом персонале на основании установленных критериев;
- подготовка информации, необходимой для оформления договорных отношений с персоналом для направления в соответствующие службы;
- оценка соответствия умений и компетенций отобранного персонала установленным критериям;
- определение потребности в проведении дополнительного обучения персонала на основании проведенной оценки;
- определение методов, форм и провайдеров дополнительного обучения;
- организация дополнительного обучения персонала в соответствии с выбранными формами и методами;
- оценка качества и результатов проведенного обучения.

2.6. Организация деятельности персонала конгрессного мероприятия:

- разработать инструкции для персонала на основании ТЗ;
- осуществить расстановку персонала по рабочим местам и обеспечение рабочего места необходимыми ресурсами, материалами и оборудованием;
- провести инструктаж персонала о порядке действий в ходе мероприятия, внешнем виде, требованиях к качеству деятельности, критериях оценки, порядку взаимодействия;
- контролировать деятельность персонала в процессе подготовки и проведения мероприятия.

2.7. Проведение конгрессных мероприятий:

- разработка плана-графика с учетом конкретных условий и особенностей проведения, включая схему взаимодействия различных служб, персонала и каналов передачи информации, мер безопасности и порядка действий (нештатные, незапланированные ситуации и т. п.);
- инструктирование представителей субподрядчиков и персонала о порядке проведения мероприятия, порядке и схемах взаимодействия, порядке действий при возникновении штатных ситуаций;
- обеспечение своевременного и корректного обмена информацией между субъектами взаимодействия;
- контроль соблюдения плана-графика;
- контроль действий персонала на предмет обеспечения качества;

- принятие оперативных корректирующих мер;
- подготовка отчета по результатам;
- оценка результатов проведения с точки зрения соответствия установленным требованиям;
- разработка предложений по совершенствованию деятельности.

2.8. Оценка эффективности проведения конгрессного мероприятия:

- распределение функций сбора данных для промежуточных и итоговых отчетов среди участников команды;
- подготовка сводного аналитического отчета с учетом промежуточных и итоговых отчетов участников команды, а также собственных данных;
- выявление рекомендаций, которые могут быть полезны для руководителей проектов других конгрессных мероприятий организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий для повышения общей эффективности деятельности организации;
- представление промежуточных и итоговых результатов реализации проекта руководству компании – профессионального организатора конгрессных мероприятий.

3. Управление процессом подготовки к участию в конгрессном мероприятии

3.1. Обеспечение подготовки к участию в конгрессном мероприятии:

- сопровождение своевременного оформления документации;
- контроль оплаты;
- выбор формы участия в соответствии с поставленными целями и задачами;
- разработка проекта участия в деловой программе;
- распределение обязанностей сотрудников;
- разработка программы участия в конкретном мероприятии;
- организация приглашения целевых посетителей;
- формирование программы переговоров;
- подготовка информационных, рекламных, сувенирных материалов для посетителей и представителей средств массовой информации;
- подготовка сотрудников организации к работе на мероприятии;
- обеспечение выполнения логистических процессов по доставке оборудования на площадки, организации трансфера и проживания сотрудников;
- взаимодействие с организаторами;
- контроль эффективности достижения целей и задач.

3.2. Оценка эффективности участия в конгрессном мероприятии:

- анализ полученных данных, а также собственной информации о ходе и результатах участия в мероприятии;
- оценка достижения поставленных целей и задач;
- определение возможностей повышения эффективности;
- внедрение утвержденных руководством предложений по повышению эффективности участия в мероприятии.

4. Стратегическое управление деятельностью организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий

4.1. Управление реализацией стратегии развития организации – профессионального организатора конгрессного мероприятия:

- распределение задач среди ответственных сотрудников организации – профессионального организатора конгрессного мероприятия в сфере мониторинга и анализа развития отраслевых рынков и рынка конгрессных услуг;
- проведение стратегических сессий по разработке и актуализации стратегии развития организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий;
- определение ключевых приоритетов в стратегии развития организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий;

- управление реализацией стратегических приоритетов через программы развития различных сфер деятельности организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий;
- определение ключевых рисков в стратегии развития организации – профессионального организатора конгрессного мероприятия;
- периодическая оценка результатов реализации утвержденных приоритетов и их актуализация в соответствии с изменением ситуации на отраслевых рынках и рынке конгрессных услуг.

4.2. Утверждение стратегических и годовых планов развития организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий:

- координация работы сотрудников по разработке системы планов в сфере реализации стратегических целей развития;
- контроль показателей выполнения утвержденных планов;
- утверждение источников, объемов и сроков финансирования работ по реализации системы планов развития;
- распределение задач среди ответственных сотрудников по сбору данных о достижении целевых показателей утвержденных планов и изменении условий реализации планов;
- принятие управленческих решений о внесении изменений в планы и их реализацию.

4.3. Представление интересов организации – профессионального организатора конгрессных мероприятий в органах государственного управления, отраслевых объединениях, ассоциациях и союзах, перед партнерами, поставщиками, заказчиками:

- определение приоритетов в участии в профессиональных и отраслевых ассоциациях и союзах предприятий, рабочих группах и комитетах при органах государственного управления;
- постановка целей и задач по участию в работе указанных структур;
- обеспечение представительства организации в плановых встречах и мероприятиях указанных структур;
- определение объемов и источников финансирования участия в проектах и мероприятиях указанных структур;
- оценка эффективности участия в работе указанных структур.

3.3. Отрасль специальных мероприятий

Определение отрасли

Специальные события – это мероприятия, проводимые компанией с целью привлечения внимания общественности к самой компании, ее деятельности и продуктам. Основная задача специальных мероприятий – привлечь внимание целевой аудитории к компании, ее деятельности, товарам или услугам, которые она реализует. Примером специальных мероприятий может являться фестиваль,

карнавал, праздник, массовые мероприятия, городские события, спонсорские или благотворительные мероприятия, тематические мероприятия, конкурс, рекламные туры (goad show) или любое другое оригинальное событие [4]. В настоящее время отдельного проекта профстандарта по данному виду деятельности нет.

Основные профессии отрасли и описание функций

По аналогии с предыдущими профессиональными стандартами можно выделить следующие основные функции для описания должностей, связанных с организацией специальных мероприятий⁶:

1. Проектирование продукта:

- анализ потребности в продукте целевых групп;
- оценка имеющихся ресурсов;
- оценка экономической эффективности реализации продукта;
- предложения требуемого продукта.

Возможные наименования должностей, профессий:

- маркетолог-аналитик;
- директор по маркетингу;
- архитектор встреч;
- креативный директор;
- арт-директор.

⁶ По материалам, предоставленным Национальной Ассоциацией Организаторов Мероприятий (НАОМ) [7] и Выставочным научно-исследовательским центром R&C [6].

2. Управление проектом по подготовке и проведению специальных мероприятий для различных целевых групп:

- формирование технического задания на мероприятие;
- планирование мероприятия (организационный план, план продвижения, план продаж, план проведения, общий бюджет проекта): разработка и контроль выполнения планов и графиков работ;
- организация подбора и подготовки персонала для проведения мероприятий, мотивация персонала;
- организация деятельности персонала мероприятия;
- материально-техническое обеспечение мероприятия, в том числе подбор и взаимодействие с поставщиками и подрядчиками;
- проведение мероприятий (организация и координация всех этапов проекта, отчетность по проекту).

Возможные наименования должностей, профессий:

- менеджер проекта;
- менеджер по организации мероприятия
- руководитель проекта;
- руководитель группы менеджеров по реализации проектов;
- исполнительный продюсер.

3. Стратегическое управление деятельностью организации – профессионального организатора специальных мероприятий:

- разработка и реализация стратегии развития организации;

- проведение всестороннего анализа и оценки финансовой привлекательности рыночных сегментов и отраслей;
- выстраивание взаимовыгодных отношений с новыми клиентами;
- развитие ресурсной и продуктовой базы организации (включая бизнес-процессы) с целью расширения и диверсификации клиентского портфеля;
- формирование стратегического видения и подходов с целью расширения сферы интересов бизнеса.

Возможные наименования должностей, профессий:

- генеральный директор / исполнительный директор;
- директор по развитию бизнеса.

3.4. Деловой туризм и MICE-туризм

Определение отрасли

Ивент индустрия тесно связана со сферой делового туризма и MICE-туризма⁷, выступая «генератором» притока бизнес-туристов. Деловой туризм или бизнес-туризм (англ. business tourism) – отдельная сфера туристической индустрии, направленная на организацию поездок в различные города и страны с деловыми целями и тесно взаимосвязанная с индустрией встреч. Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма относятся поездки для участия в съез-

⁷ MICE (от англ. Meetings, Incentives, Conferences, Events) – область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных событий и посещением деловых мероприятий..

дах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Бизнес-туризм связан с людьми, которые должны путешествовать по работе [4].

В ходе реализации международного проекта EurDiQ (Европейское измерение квалификаций туристического сектора), стартовавшего в 2015 году в рамках программы Европейской Комиссии Erasmus+, в том числе для гармонизации профессиональных стандартов туристического сектора экономики ЕС, России и Киргизии, был разработан проект профстандарта «Специалист по организации деятельности в индустрии деловых встреч» [5]. Согласно проекту профстандарта основная цель деятельности – организация делового сотрудничества на местном, региональном, национальном и международном уровнях с целью социально-экономического и культурного развития территории государства. К данному виду деятельности относятся профессии архитектор деловых встреч, руководитель проекта и руководитель конгрессно-выставочного бюро⁸.

Основные профессии отрасли

В таблице 4 представлено описание основных профессий индустрии деловых встреч.

Таблица 4.

Уровень квалификации	Возможные наименования должностей, профессий	Основная цель профессиональной деятельности	Требования к образованию и обучению	Требования к опыту практической работы
7	Архитектор деловых встреч.	Организация делового сотрудничества на местном, региональном, национальном, международном уровнях с целью социально-экономического и культурного развития территории государства.	Высшее профессиональное образование – магистерские программы подготовки специалистов. Дополнительные профессиональные программы повышения квалификации в сфере организации деятельности индустрии деловых встреч.	Дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации и опыт работы в сфере индустрии деловых встреч не менее трех лет на должности специалиста.
7	Руководитель проектов.			Дополнительные профессиональные программы – опыт работы не менее трех лет в сфере индустрии деловых встреч.
7	Руководитель конгрессного бюро.			Дополнительные профессиональные программы – опыт работы не менее трех лет в сфере индустрии деловых встреч.

Описание функций

Далее приведены основные трудовые функции, необходимые для профессиональной деятельности специалиста по организации деловых встреч, описанные в профессиональном стандарте EurDiQ.

1. Проектирование актуального MICE-продукта

⁸ На практике деятельность по продвижению и развитию территорий в целом, а также профессия «руководитель конгрессного бюро» только частично относятся к организации деловых мероприятий, чаще – к самостоятельному блоку маркетинга территорий (Прим. ред.).

1.1. Определение потребностей в продуктах индустрии деловых встреч:

- анализ потребности целевых групп;
- анализ имеющихся ресурсов и возможностей формирования и реализации актуального продукта индустрии деловых встреч;
- оценка экономической эффективности реализации актуального продукта индустрии деловых встреч;
- формирование предложения по актуальному продукту индустрии деловых встреч с обоснованием.

1.2. Разработка проекта мероприятия индустрии деловых встреч:

- определение целей и задач конкретного мероприятия;
- уточнение потребностей и особенностей целевой аудитории;
- формулировка ожидаемых результатов мероприятия;
- определение вида и формата мероприятия в соответствии с потребностями и особенностями целевой аудитории;
- формулировка критериев отбора ключевых экспертов мероприятия;
- разработка не менее двух альтернативных сценариев (программ) проведения мероприятия;
- оформление дизайн-проекта.

2. Организация деловых мероприятий и событий для различных целевых групп

2.1. Формирование технического задания на мероприятие индустрии деловых встреч:

- выбор оптимального сценария с учетом имеющихся ресурсов и возможностей для его реализации;
- формирование плана реализации;
- определение перечня и требований к качеству ресурсов, необходимых для проведения мероприятия;
- составление проекта бюджета с обоснованием;
- оформление ТЗ на проведение мероприятия индустрии деловых встреч.

2.2. Организация материально-технического обеспечения мероприятий индустрии деловых встреч:

- определение критериев для отбора площадки, оборудования, субподрядчиков встреч на основании ТЗ;
- сбор, систематизация и анализ информации о площадках, оборудовании, субподрядчиках на основании установленных критериев;
- формирование проекта перечня материально-технического обеспечения мероприятия и его сметы;
- согласование проектно-сметной документации в установленном порядке;
- формирование заявки на материально-техническое обеспечение мероприятия для передачи в службы закупок;
- разработка плана рационального размещения и использования материально-технического обеспечения в ходе мероприятия;

- оценка закупленного оборудования и материалов по качеству и количеству на основании установленных критериев;
- принятие корректирующих мер в случае несоответствия.

2.3. Организация подбора и подготовки персонала для проведения мероприятий индустрии деловых встреч:

- определение количественных и качественных критериев отбора персонала, необходимого для проведения мероприятий на основании ТЗ;
- сбор, систематизация и анализ информации о персонале, необходимом для проведения мероприятия на основании установленных критериев;
- подготовка информации, необходимой для оформления договорных отношений с персоналом для направления в соответствующую службу;
- оценка соответствия умений и компетенций персонала, отобранного для проведения конкретного мероприятия, установленным критериям;
- определение потребности в проведении дополнительного обучения персонала на основании проведенной оценки;
- определение методов, форм и провайдеров дополнительного обучения;
- организация дополнительного обучения персонала в соответствии с выбранными формами и методами;
- оценка качества и результатов проведенного обучения.

2.4. Организация деятельности персонала на мероприятиях индустрии деловых встреч:

- разработка инструкций для персонала, занятого на мероприятии, на основании ТЗ;
- подготовка расстановки персонала по рабочим местам и обеспечение рабочих мест необходимыми ресурсами, материалами и оборудованием;
- проведение инструктажа персонала по порядку действий в ходе проведения мероприятия, внешнему виду, требованиям к качеству деятельности, критериям оценки, правилам взаимодействия;
- контроль деятельности персонала в процессе подготовки и проведения мероприятия.

2.5. Проведение мероприятий индустрии деловых встреч:

- разработка плана-графика с учетом конкретных условий и особенностей проведения, включая схему взаимодействия различных служб, персонала и каналов передачи информации, мер безопасности и порядка действий (нештатные, незапланированные ситуации и т. п.);
- инструктаж представителей субподрядчиков и персонала о порядке проведения мероприятия, порядке и схемах взаимодействия, порядке действий при возникновении штатных ситуаций;
- обеспечение своевременного и корректного обмена информацией между субъектами взаимодействия;
- координация действий;
- контроль соблюдения плана-графика проведения мероприятия;

- контроль действий персонала на предмет обеспечения качества;
- принятие оперативных корректирующих мер в случае отклонений;
- подготовка отчета по результатам проведения мероприятия;
- оценка результатов проведения с точки зрения соответствия установленным требованиям;
- разработка предложений по совершенствованию деятельности.

3. Продвижение услуг MICE-туризма

3.1. Определение перспективных направлений развития индустрии деловых встреч:

- организация сбора информации, значимой для определения перспективных и приоритетных направлений развития;
- анализ и оценка факторов внутренней среды и внешнего окружения, влияющих на развитие дестинации в области индустрии деловых встреч;
- на основании проведенного анализа формулировка стратегических направлений и приоритетов деятельности организации с учетом возможных рисков;
- оценка наличия ресурсов и возможных источников получения дополнительных ресурсов для реализации перспективных и приоритетных направлений деятельности.

3.2. Формирование стратегии продвижения услуг предприятия индустрии деловых встреч:

- формулировка видения, миссии и стратегических задач организаций индустрии деловых встреч с учетом альтернативных сценариев и рисков;
- разработка стратегии продвижения услуг;
- определение ключевых показателей эффективности продвижения услуг на основе установленных критериев оценки;
- распределение зон ответственности и взаимодействия в рамках реализации стратегии продвижения услуг;
- определение мер и методов мониторинга и оценки реализации стратегии продвижения услуг.

3.3. Привлечение инвестиций в развитие услуг предприятия индустрии деловых встреч:

- определение потребности в привлечении инвестиций;
- организация сбора информации о возможных дополнительных источниках инвестиций;
- разработка порядка деятельности по привлечению дополнительных финансовых средств;
- оценка эффективности использования дополнительных финансовых средств для реализации стратегии продвижения услуг;
- принятие корректирующих мер в случае выявления неэффективного использования дополнительных финансовых средств.

3.4. Организация мероприятий по продвижению услуг индустрии деловых встреч:

- определение целевой аудитории;
- определение ожидаемых результатов и формата мероприятия;
- организация проведения мероприятий по продвижению услуг;
- сбор и анализ обратной связи по результатам проведения мероприятия;
- оценка эффективности мероприятия;
- разработка перспективных мероприятий с учетом оценки эффективности и анализа результатов.

3.5. Организация инновационного развития площадки:

- организация маркетинговых исследований инноваций в области оснащения и услуг, предлагаемых площадками для мероприятий индустрии деловых встреч;
- определение перспективных направлений развития в области индустрии деловых встреч;
- оценка и анализ потенциальной экономической эффективности от внедрения инноваций;
- формирование плана инновационного развития площадки с учетом перспективных направлений;
- ресурсное обеспечение реализации плана инновационного развития площадки;
- контроль сроков реализации плана инновационного развития и эффективности использования ресурсов.

Отраслевая рамка квалификаций для делового туризма

В ходе реализации проекта EurDiQ⁹ также была разработана Отраслевая рамка квалификаций для туристического сектора экономики России, и в том числе делового туризма [5].

Отраслевая рамка квалификаций для туристического сектора экономики представляет собой средство описания и структурной классификации квалификаций в туристической отрасли, включая деловой туризм. Рамка описывает компетенции, которыми должны обладать соответствующие категории специалистов, занятые в ключевых областях туристической деятельности, и иллюстрирует возможности последовательного приращения знаний, умений и социальных компетенций от уровня к уровню по мере усложнения решаемых задач. Эти описания названы дескрипторами и отражают совокупность знаний, умений, социальных компетенций соответствующего квалификационного уровня.

Основной набор квалификаций для обозначенных направлений в туристическом секторе экономики включает:

- 1) предоставление услуг по размещению и обслуживанию туристов для удовлетворения их потребностей в проживании во время поездок посредством предоставления жилого помещения во временное пользование и создания благоприятных условий проживания;
- 2) обеспечение должного качества услуг питания и удовлетворение потребностей туристов в питании;

⁹ Международный проект EurDiQ (Европейское измерение квалификаций туристического сектора) стартовал в 2015 году в рамках программы Европейской Комиссии Erasmus+.

- 3) организацию туристических мероприятий и розничных туристских услуг посредством формирования их предложений, реализации продаж и оказания посреднических услуг;
- 4) обеспечение услуг по сопровождению туристов, организации мероприятий в области отдыха и развлечений, а также удовлетворение иных потребностей путешествующих;
- 5) организация MICE- (деловых) мероприятий;
- 6) обеспечение развития и продвижения локальных туристических дестинаций.

В каждой подрамке есть дескрипторы компетенций, которые характерны и для других квалификаций в данной области деятельности. При этом квалификации определенного уровня должны быть сопоставимы с отраслевой рамкой в части результатов обучения, возможностей продвижения к другому уровню и объему содержания.

В этом аспекте при проектировании квалификационной рамки важно разрабатывать уровни самих квалификаций и наполнять их содержанием, а не описывать специалистов, имеющих ту или иную квалификацию, поскольку они могут обладать компетенциями, свойственными нескольким квалификациям в рамках различных уровней квалификационных рамок.

Профессиональные компетенции специалистов в области делового туризма (пп. 5–6) описываются через конкретные компетенции в ключевых направлениях деятельности в данной отрасли, а именно через знания, умения и отношения, которыми должен обладать работник 7-го уровня квалификации (таблица 5 (стр. 74–75)).



MARKET RESEARCH
COMPANY

Таблица 5.

Квалификационный уровень	Знания: понимание	Умения: способность	Социальная компетенция: готовность
<p>Уровень 7 (для специалистов в области делового туризма)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Принципы, современные подходы и методы развития локальных туристских дестинаций. • Закономерности развития отраслей экономики и бизнеса, связанных с тематикой организуемых МИСЕ-мероприятий, на национальном и международном уровнях. • Развитие технологий и инноваций в отраслях экономики и бизнеса, связанных с тематикой организуемых МИСЕ-мероприятий, на национальном и международном уровнях. • Методы анализа маркетинговой информации. • Принципы рыночной конкуренции и конкурентоспособности. • Методы управления проектами. • МИСЕ-менеджмент. 	<ul style="list-style-type: none"> • Разрабатывать инновационные модели продвижения локальных туристических дестинаций. • Анализировать и систематизировать большие объемы маркетинговой информации. • Разрабатывать стратегические проекты развития локальных туристических дестинаций. • Выявлять значимые события в развитии различных отраслей экономики, значимые для развития МИСЕ-деятельности. • Применять полученную маркетинговую информацию для принятия управленческих решений. • Принимать управленческие решения в сфере развития проектов МИСЕ-мероприятий. • Формировать, поддерживать и развивать сеть контактов с ключевыми игроками и экспертами отраслей экономики, связанными с МИСЕ-мероприятиями. 	<ul style="list-style-type: none"> • Формировать и управлять проектной командой большой численности, выполняющей различные профессиональные задачи. • Формировать и развивать долгосрочные отношения с окружающим сообществом в целях повышения качества услуг, предоставляемых потребителям. • Брать на себя ответственность в процессе решения непредвиденных и нестандартных профессиональных задач, в т. ч. при руководстве деятельностью подчиненных сотрудников. • Внедрять принципы обеспечения качества предлагаемых туристических мероприятий и услуг, а также культуры сотрудничества и честной конкуренции на рынке туристических агентств. • Принимать на себя ответственность за принятые решения и предпринятые действия при возникновении сложных ситуаций в процессе выполнения профессиональных задач.
<p>Дескрипторы уровня 7 (для всех специалистов седьмого уровня)</p>	<p>Обладает комплексными, глубокими профессиональными знаниями в области туризма. Обладает широкими знаниями в смежных направлениях экономической деятельности.</p>	<p>Владеет профессиональными умениями для решения задач, в том числе стратегических. Предлагает альтернативные решения на основе неполной информации, разрабатывает новые идеи, методики, модели для внедрения инноваций в развитие туристического сектора экономики. Оценивает результаты деятельности.</p>	<p>Ответственно руководит группой или организацией при решении комплексных задач, представляет результаты работы, готов способствовать развитию вверенных в подчинение трудовых ресурсов. Готов определять цели для новых практико-ориентированных и теоретических задач, оценивая их потенциальные общественные, экономические и культурные влияния.</p>

IV ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНЦИЯМ СПЕЦИАЛИСТОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

MARKET RESEARCH
COMPANY

4.1. Общепрофессиональные и персональные компетенции

Общепрофессиональные и персональные компетенции являются универсальными и важны для специалистов самых разных отраслей. Овладение ими позволяет работнику повысить эффективность профессиональной деятельности в своей отрасли, а также дает возможность переходить между отраслями, сохраняя свою востребованность. Ниже приведен список некоторых компетенций, которые были отмечены работодателями как наиболее важные для работников ивент индустрии¹⁰.

Общепрофессиональные компетенции:

- системность мышления (умение определять сложные системы и работать с ними, в том числе системная инженерия);
- способность к межотраслевой коммуникации (понимание технологий, процессов и рыночной ситуации в разных смежных и несмежных отраслях);
- владение компьютерной и оргтехникой, новейшими технологиями в сфере обработки информации;
- умение работать с запросами потребителя, клиентоориентированность;
- знание основ межкультурных коммуникаций (понимание национального и культурного контекста стран-партнеров, понимание специфики работы в отраслях в других странах);
- владение иностранными языками;

- знание психологии и этики общения;
- отличное владение литературной, деловой устной и письменной речью на родном языке;
- умение управлять временем;
- лидерские навыки, управление командой.

Персональные компетенции:

- целеустремленность;
- умение работать в команде;
- умение работать в условиях неопределенности (умение быстро принимать решения, реагировать на изменение условий работы, умение распределять ресурсы и управлять своим временем);
- инициативность;
- способность к художественному творчеству, наличие развитого эстетического вкуса.

В таблице 6¹¹ (стр. 80–83) представлены общепрофессиональные и персональные компетенции по профессиям ивент индустрии. Компетенции, которыми обязательно должен обладать специалист определенной профессии, обозначены «+». Компетенции, которыми должен обладать специалист определенной профессии, но которые зависят от конкретных задач и сферы деятельности компании, обозначены «+/-». Например, знание иностранного языка для специалистов компаний, организующих мероприятия только для граждан РФ, не является обязательным требованием.

¹⁰ По результатам исследований Выставочного научно-исследовательского центра R&C.

¹¹ По результатам исследований Выставочного научно-исследовательского центра R&C.

Таблица 6.

Надпрофессиональные компетенции профессии

ивент индустрии (продолжение на стр. 82–83)

	Общепрофессиональные										Персональные				
	Системность мышления	Способность к междисциплинарной коммуникации	Владение компьютерной и оргтехникой, новейшими технологиями в сфере обработки информации	Умение работать с запросами потребителей, клиентоориентированность	Знание основ межкультурных коммуникаций	Владение иностранными языками	Знание психологии и этики общения	Отличное владение литературной и деловой устной и письменной речью на родном языке	Умение управлять временем	Лидерские навыки, управление командой	Целеустремленность	Умение работать в команде	Умение работать в условиях неопределенности	Инициативность	Способность к художественному творчеству, наличие развитого эстетического вкуса
Менеджмент мероприятий															
Руководитель проекта	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
Менеджер проекта	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
Администратор, координатор (зоны ответственности)			+	+/-	+	+/-	+	+	+		+	+	+		
Ассистент			+			+/-	+/-	+/-	+		+				
Офис-менеджер			+	+		+/-	+	+	+		+	+			
Супервайзер				+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+		
Трафик-менеджер			+				+		+		+				
Маркетинг (создание продукта)															
Маркетолог-аналитик	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
Контент-менеджер программы (программный менеджер, менеджер по разработке программы)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		
Редактор	+	+	+	+		+/-	+	+	+	+	+		+	+	
Спикер						+/-	+	+	+						
Модератор		+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+		
Арт-директор		+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Креатор / Криэйтор		+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Сценарист		+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Продвижение															
PR-специалист / Менеджер по продвижению / Маркетолог	+	+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Контент-менеджер		+	+	+	+	+/-	+	+	+					+	
SMM-специалист		+	+	+	+	+/-	+	+	+					+	
Копирайтер		+	+	+	+	+/-	+	+	+					+	
Продажи															
Менеджер по продажам	+	+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Менеджер по продажам выставочной площади	+	+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Менеджер по продажам конференций	+	+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Менеджер по продажам рекламных площадей	+	+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Менеджер по работе с клиентами	+	+	+	+	+	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	
Специалист по связям с государственными и общественными организациями	+	+	+	+	+/-	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	

Таблица 6.

Надпрофессиональные компетенции профессий

ивент индустрии

	Общепрофессиональные							Персональные						
	Системность мышления	Способность к междисциплинарной коммуникации	Владение компьютерной и оргтехнологией, новейшими технологиями в сфере образования	Умение работать с запросами потребителя, клиентоориентированность	Знание основ межкультурных коммуникаций	Владение иностранными языками	Знание психологии и этики общения	Отличное владение литературной и деловой устной и письменной речью на родном языке	Умение управлять временем	Лидерские навыки, управление командой	Целеустремленность	Умение работать в команде	Умение работать в условиях неопределенности	Инициативность
Материально-техническое обеспечение														
Менеджер по работе с площадками	+		+				+		+		+			
Технический менеджер / Технический директор	+		+				+		+		+		+	
Сервисное обеспечение и услуги														
Дизайнер выставочных экспозиций			+	+					+		+	+		+
Специалист по производству	+								+	+	+	+	+	
Монтажник											+			
Рабочий производства											+			
Технический специалист			+								+			
Инженер по обслуживанию оборудования звукоусиления			+								+			
Инженер по обслуживанию оборудования синхронного перевода			+								+			
Инженер по обслуживанию демонстрационного оборудования			+								+			
Видеоинженер			+								+			
3D-дизайнер			+								+			+
Диджей			+								+	+		+
Продюсер (видеопроизводство)	+	+	+				+		+	+	+	+	+	+
Виджей (специалист по визуальному сопровождению мероприятия)			+						+		+	+		+
Аниматор				+	+	+/-	+		+	+	+	+		
Выпускающий режиссер, координатор							+		+		+	+		
Графический дизайнер / Дизайнер			+								+			+
Декоратор			+								+			+
Звукорежиссер			+								+	+		+
Игротехник							+				+	+		
Игромеханик							+				+			+
Костюмер											+			+
Регистратор			+				+				+			
Реквизитор											+			
Хелпер											+			
Хостес				+			+/-	+		+	+	+		
Художник по свету			+								+			+

4.2. Hard skills и soft skills (жесткие и гибкие навыки)

Для практических целей организаций можно использовать еще один способ классификации требуемых компетенций работников: разделение компетенций на hard skills и soft skills. Это может быть полезным для создания систем отбора, развития и обучения персонала, подготовки резерва и т. д.

Под **hard skills** (англ. жесткие навыки) понимают профессиональные навыки, которым можно научить и которые можно измерить. Для обучения hard skills необходимо усвоить знания и инструкции, качество обучения можно проверить, например, с помощью теста. Примеры hard skills: набор текста на компьютере, знание иностранного языка, использование компьютерных программ, вождение автомобиля, чтение, математика.

Soft skills (англ. гибкие или мягкие навыки) – это комплекс неспециализированных, важных для карьеры над-профессиональных навыков, которые отвечают за успешное участие в рабочем процессе, высокую производительность и являются сквозными.

Гибкие навыки, в отличие от профессиональных навыков в традиционном понимании (или hard skills в контексте данного раздела), не зависят от специфики конкретной работы. Они тесно связаны с личностными качествами и установками (ответственность, дисциплина, самоменеджмент), а также с социальными навыками (коммуникация, в частности, слушание; работа в команде, эмоциональный интеллект) и менеджерскими способностями (управление временем, лидерство, решение проблем, критическое мышление).

Навыки данного класса сложно отслеживать, измерять в связи со значительной гуманитарной составляющей, не поддающейся простым четким определениям и метрикам.

Как правило, требования к hard skills остаются неизменными вне зависимости от компании, людей и корпоративной культуры. Soft skills, наоборот, изменчивы и ситуативны. Например, знание бухгалтерского учета или английского языка относится к профессиональным навыкам (hard skills). Коммуникативные навыки относятся к универсальным компетенциям (soft skills): правила построения эффективной речи будут зависеть от аудитории, речевой ситуации и т. д.

Овладеть hard skills можно в различных учебных заведениях, для них выделяются определенные уровни сложности, по которым можно постепенно подниматься. Для hard skills существуют подтверждающие сертификаты и дипломы о том, что сотрудник имеет необходимые профессиональные навыки.

Для освоения soft skills не существует инструкций: человек или обладает каким-либо качеством от рождения (например, дружелюбность, спокойный характер), или приобретает его с опытом, путем проб и ошибок (например, умение работать в команде, лидерские качества). Soft skills осваиваются гораздо медленнее. Soft skills не имеют сертификации и доказать их наличие гораздо труднее.

Есть группы профессий, для которых hard skills являются более важными, нежели soft skills. Например, программисты, бухгалтеры, проектировщики и т. п. В общем случае нет жесткой необходимости требовать наличия у таких специалистов сильно развитых навыков подобного рода.

Однако есть профессии, в которых невозможно достичь успеха без наличия высокоразвитых личностных компетен-

ций или soft skills. И именно в ивент индустрии таких профессий большинство.

Примеры **soft skills** для ивент индустрии¹²:

- Умение работать в команде является обязательной, универсальной и, можно сказать, профессиональной, а никак не дополнительной компетенцией практически для всех профессий отрасли.
- Коммуникабельность. Даже на рядовой позиции нужно уметь быстро и эффективно связаться с ключевыми сторонами проекта, чтобы обсудить все вопросы. Нет времени сидеть и ждать, пока ответят.
- Адаптивность. Эффективная проектная работа предполагает умение каждого участника ловить изменения на лету и мгновенно перестраиваться.
- Умение генерировать новые идеи, предлагать нестандартные решения, создавать интересные клиенту формы необходимы специалистам маркетинга и продвижения, большинству профессий сервиса и услуг, другим специалистам, которые имеют отношение к созданию контента, оформлению проекта, созданию его эмоциональной среды.

Для профессий блока менеджмента проектов необходимыми навыками будут:

- Убедительность. Проект живет в ограниченном временном промежутке. Важна каждая минута. Чтобы не терять время, нужно четко и убедительно доносить мысль.

¹² По результатам исследований Выставочного научно-исследовательского центра R&C.

- Мышление 360°. Понимать, к чему приведет каждый шаг и в какую картину соберутся последствия. Только так можно предложить заказчику правильный вариант и найти верное решение.
- Ответственность. Любой член проектной команды отвечает за проект или его часть, должен все контролировать в своей зоне, иначе вся команда «вывалится» из плана.
- Лидерство, управление временем, решение проблем, критическое мышление являются для руководителя проекта не менее важными, чем знание экономики и основ менеджмента.

Для эффективных продаж, работы модераторов, специалистов по PR необходимы такие социальные компетенции, как умение говорить красиво и грамотно, выступать публично, умение слушать, расположить к себе собеседника, уверенность в себе и др. Эти компетенции являются столь же значимыми для достижения успеха, как и знания маркетинга, экономики, менеджмента проектов и т. д.

Таким образом, целесообразно при составлении перечня обязательных навыков для той или иной должности в ивент сфере обязательно включать soft skills, важные для успешного выполнения работы.

Также при составлении программ обучения и развития сотрудников организаций ивент индустрии стоит уделять серьезное внимание специализированным тренингам по развитию перечисленных выше компетенций.

4.3. Компетенции будущего¹³

Зарубежные эксперты называют шесть ключевых драйверов, дающих ускорение темпу изменений, происходящих в мире в настоящее время [9].

Увеличение продолжительности жизни

Увеличение продолжительности жизни и, как следствие, увеличение продолжительности рабочей деятельности, ведут к необходимости постоянного обучения (непрерывное обучение в течение всей жизни или lifelong learning (LLL), а также к готовности полностью сменить профессию / карьеру, получить новую специальность.

Персонализация услуг

Индивидуальный подход к клиентам ведет к необходимости отслеживать и обрабатывать большой объем информации, что требует изменения методик сбора и анализа этих массивов данных (Big Data).

Новые технологии

Развивающиеся новые технологии (социальные сети, совместное пользование информационными ресурсами) приводят к необходимости менять устоявшиеся организационные структуры компаний.

Smart Machines

Все большее внедрение интеллектуальных возможностей компьютеров в деятельность компаний приводит к тому, что от человека требуется работать на более высоком уровне. Изменения в технологии изменяют деятельность среднего звена компании.

Новые мультимедиа

Новые мультимедийные коммуникации, в том числе видео, требуют совершенствования контента, так как у пользователей сокращается промежуток концентрации внимания при получении информации.

Интернет

Подключение к глобальной сети дает возможность в любое время связываться друг с другом, мгновенно обмениваться актуальной информацией.

На основании анализа данных факторов можно выделить группу компетенций, которые выходят на первый план и становятся крайне необходимыми. Особенно такие компетенции важны для специалистов инвент отрасли.

¹³ По материалам семинара «Компетенции завтрашнего дня для специалистов конгрессно-выставочной отрасли и преимущества профессиональных организаторов», организатор – СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро» 29.10.2019 года.

Семь основных компетенций будущего для специалистов конгрессной и выставочной индустрии [8]

1. Создание смысла

Создание смысла, осмысление, которое подразумевает:

- перенос акцента с планирования на действия (способность действовать в неопределенной ситуации);
- помощь в получении необходимой информации, принятии решения и, в дальнейшем, достижении успеха;
- обладание эмоциональным интеллектом, самосознанием, способностью справляться с когнитивными сложностями.

Для достижения успеха необходимо создавать смысл во всех своих действиях, постоянно создавать изменения / улучшения во всем – событии, городе, стране и т. д.

Успешные лидеры должны уметь вовлечь других в создание смыслов, создание изменений и улучшений.

2. Креативное мышление, творческое решение проблем

Сложные проблемы требуют умения использовать независимое мышление и креативность в рабочем процессе, и нацеленность на результат:

- воспринимать проблему как вызов;
- анализировать ситуацию;
- определить слабые места и противоречия;
- использовать творческие методы для их решения;
- найти оптимальное решение.

3. Взаимодействие и сотрудничество (коллаборация)

Сложные и многоплановые задачи не могут быть успешно решены в одиночку:

- сотрудничество – совместная работа для решения проблемы или достижения цели, обмен знаниями и опытом, которые требуются при работе над проектом;
- партнерство – объединение ресурсов и внесение своего вклада в общее дело;
- кооперативная конкуренция – необходимо одновременно сотрудничать и соревноваться, чтобы постоянно улучшать услуги, продукты, компанию и т. д.

4. Когнитивный менеджмент

Использование принципов когнитивного менеджмента характерно для общества знаний и требует:

- получение обратной связи от всех сотрудников из разных структурных уровней компании;
- мотивацию сотрудников к получению больших знаний и пониманию поставленных задач, мотивирует к достижению глобальной цели компании;
- оценку качества командной работы;
- инвестирование в сотрудников.

5. Прототипирование

Разработка прототипов, включающая сосредоточение на людях и их скрытых потребностях, требует:

- выделение текущей проблемы и выработку различных способов ее решения;

- выбор самой выигрышной идеи, при этом очень важно удачное название продукта, проекта, компании в целом;
- создание прототипа нового продукта / сервиса;
- тестирование и получение обратной связи от пользователей для улучшения продукта.

6. Кросс-культурные компетенции

Работа в ивент индустрии требует умения ориентироваться и функционировать в мультикультурной среде и разных рынках. Важно помнить следующие правила общения:

- золотое правило: относитесь к людям так, как вы сами хотели бы, чтобы относились к вам;
- платиновое правило: относитесь к людям так, как они хотели бы, чтобы относились к ним.

Это подразумевает глубокое понимание других культур, но без него невозможно построить успешный бизнес на глобальном уровне.

7. Трансдисциплинарность, метапредметность

Трансдисциплинарность объединяет социальные науки, естественно-научные дисциплины, гуманитарные науки, неакадемические знания, помещает междисциплинарные отношения в глобальную систему, стирая строгие границы между дисциплинами:

- основывается на исследованиях;
- в широком смысле означает единство знания вне конкретных дисциплин;
- сочетает в себе теорию и практику.

- контроль показателей выполнения утвержденных планов;
- утверждение источников, объемов и сроков финансирования работ по реализации системы планов развития;
- распределение задач среди ответственных сотрудников по сбору данных о достижении целевых показателей утвержденных планов и изменении условий реализации планов;
- принятие управленческих решений о внесении изменений в планы и их реализацию.



MARKET RESEARCH
COMPANY

V **ОСНОВНЫЕ ПРОФЕССИИ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ**

MARKET RESEARCH
COMPANY

В настоящем разделе в алфавитном порядке представлены краткие описания основных профессий ивент индустрии.

3D-дизайнер (3D-Designer) – специалист, отвечающий за визуализацию пространства. С помощью графических редакторов создает 3D-модели выставочного пространства или пространства события на основании документации, планов, эскизов и чертежей [7].

PR-специалист / Менеджер по продвижению / Маркетолог (Brand Manager)

1. Специалист, в зону ответственности которого входят разработка / реализация мероприятий, направленных на повышение эффективности проведения мероприятия, а также увеличение числа участников и посетителей, создание и поддержку имиджа мероприятия и торговой марки предприятия в целом [6].

2. Специалист, который разрабатывает / реализует комплекс мероприятий по формированию бренда, репутации предприятия, создания брендированных материалов (от визиток до конвертов, шаблонов презентаций и сувенирной продукции). Отвечает за так называемый комплекс 4P, формируя единое восприятие клиентом продукта (сайт, презентация, напечатанные каталоги) и его стоимости [7].

SMM-специалист (SMM-Specialist) – специалист по работе в SMM, маркетинг в социальных сетях (англ. Social Media Marketing, SMM). Отвечает за разработку стратегии и ее реализацию через проведение комплекса мероприятий для продвижения компании, привлечение клиентов и решение других бизнес-задач через социальные платформы [7].

Администратор, координатор, менеджер проекта (зоны ответственности) (Administrator) – специалист проектной

группы, который несет ответственность за определенную зону мероприятия (например, welcome зона, регистрация, координация кейтеринга, администратор реквизита и т. д.) или блок задач в рамках мероприятия [7].

Аниматор (Animator) – специалист, работающий с эмоциями аудитории в рамках реализуемой концепции мероприятия. Задача аниматора – создание и поддержание атмосферы мероприятия, постоянный подогрев интереса к происходящему действию. В рамках комплексных проектов аниматор может отвечать за одну из зон мероприятия, например, проведение тематических активностей, мастер-классов. Детский аниматор дополнительно должен обладать компетенциями педагога / воспитателя, создавать и реализовывать развлекательные / обучающие программы для детей [7].

Арт-директор (Art-Director) – специалист площадки (ресторана, клуба, арт-пространства), отвечающий за создание и воплощение творческой части мероприятия и осуществляющий руководство творческой группой, выступающей перед аудиторией: артистами, ведущими, аниматорами. Также специалист компании, отвечающий за качество создания креативного продукта в части визуализации [7].

Ассистент (Assistant) – работник / сотрудник, осуществляющий помощь специалисту (менеджеру, руководителю проекта) в выполнении рутинных и / или технических обязанностей [7].

Видеоинженер (Video Engineer) – специалист, отвечающий за исправную работу техники и программного обеспечения для обработки / выдачи видеоконтента, за сведение на сервере / компьютере и выдачу видеоконтента на экраны в рамках мероприятия [7].

Виджей / Специалист по визуальному сопровождению мероприятия (VJ / Video Jockey) – специалист, который обеспечивает визуальное сопровождение мероприятия. В режиме реального времени подбирает и воспроизводит визуальные эффекты при помощи специального оборудования и на основе различных готовых визуальных образов и видеофрагментов, под исполняемую музыку. Отвечает за воспроизведение видеороликов, заставок и прочих визуальных продуктов на экран в соответствии со сценарием мероприятия [7].

Выпускающий режиссер / Координатор (Back Stage Director) – сотрудник РПГ (режиссерско-постановочной группы), который работает за сценой, руководит выходом участников программы на сцену в соответствии с порядком, определенным режиссером, оперативно извещает режиссера о возникающих сдвигах программы (заменах, опережении, задержках) [7].

Графический дизайнер / Дизайнер (Graphic Designer / Designer) – специалист, работающий с визуальными образами мероприятия. Под руководством арт / креативного директора создает графические макеты на основе генерального имиджа мероприятия: пакет участника, приглашения и другие материалы. Готовит макеты в производство [7].

Декоратор (Decorator) – специалист, обеспечивающий художественное оформление и украшение пространства в соответствии с генеральной концепцией мероприятия. Использует в работе архитектурные, графические средства, живопись, освещение и постановочную технику. Осуществляет авторский надзор на этапе реализации проекта [7].

Диджей (DJ / Disc Jockey) – специалист, обеспечивающий музыкальное сопровождение мероприятия. Осуществляет задачу по публичному воспроизведению ауди-

одорожек собственного сочинения и музыкальных треков популярных исполнителей, как в оригинальном звучании, так и в собственной обработке [7].

Дизайнер выставочных экспозиций – специалист, в зону ответственности которого входят работы по дизайн-проектированию оригинальных (нестандартных) выставочных экспозиций, включенных в план работы предприятия, на высоком профессиональном уровне с целью достижения плановых показателей предприятия и получения максимальной прибыли [6].

Звукорежиссер (Sound Producer) – специалист, осуществляющий звуковое сопровождение мероприятия. В соответствии с концепцией создает определенную атмосферу на площадке с помощью звука, дополняет идею мероприятия. Звукорежиссер осуществляет контроль за качественными аспектами звука и своевременное воспроизведение треков согласно режиссерскому сценарию [7].

Игромеханик (Game Mechanic) – разработчик игровых форматов корпоративных мероприятий (квест, тимбилдинговая игра, игра с элементами тренинга и т. п.) [7].

Игротехник (Game Coordinator) – специалист в рамках корпоративной игры или квеста, который отвечает за прохождение определенного процесса / задания либо передвигается с группой и / или помогает при прохождении квеста [7].

Инженер (Технический специалист) – обеспечивает бесперебойную работу соответствующего оборудования [6].

Инженер по обслуживанию оборудования звукоусиления – осуществляет подготовку, контроль и устранение неполадок работы оборудования звукоусиления во время проведения деловых мероприятий.

Инженер по обслуживанию оборудования синхронного перевода – осуществляет подготовку, контроль и устранение неполадок работы оборудования синхронного перевода.

Контент-менеджер (Content Manager) – специалист, отвечающий за наполнение сайта, блога и страниц социальных сетей реализуемого проекта или предприятия в целом контентом (текстовой, графической и другими видами информации, полезной и удобной для восприятия выбранной целевой группой). Совместно с PR-специалистом создает контент-стратегии для SMM-проектов [7].

Контент-менеджер программы (программный менеджер, менеджер по разработке программы конференции) – специалист, в зону ответственности которого входят анализ тенденций развития отраслевых рынков по отраслевой тематике; разработка концепции деловой программы по выставочно-конгрессным мероприятиям (далее – ВКМ); разработка темы для программ конференций по ВКМ, тестирование их на целевых аудиториях; работа со спикерами и модераторами [6].

Координатор – см. Администратор, менеджер проекта.

Копирайтер (Copywriter) – специалист, в зону ответственности которого входит написание текстов для мероприятия, сайта, презентации и пр. [7].

Костюмер (Costumer) – специалист, ответственный за изготовление, поддержание в надлежащем состоянии и хранение костюмов, используемых во время мероприятий, репетиций, съемок и пр. Подбирает костюмы и создает образы для актеров, аниматоров и других сотрудников творческой группы [7].

Креатор / Криэйтор (Creator) – специалист, в зону ответственности которого входит создание и описание креа-

тивной идеи / концепции мероприятия на основе задания (брифа) заказчика мероприятия. Организует «мозговые штурмы» команды проекта, курирует работу копирайтеров при создании наполнения мероприятия и дизайнера на этапе разработки key visual [7].

Маркетолог-аналитик – специалист, отвечающий за информационно-аналитическое обеспечение системы маркетингового позиционирования продуктов предприятия с целью максимизации сбыта продуктов и удовлетворения нужд и потребностей целевых рынков: аналитика и маркетинговые исследования; формирование маркетинговой составляющей продукта [6].

Менеджер по продажам – специалист, осуществляющий продажи продукции и услуг предприятия, обеспечивающий выполнения плановых показателей по объемам продаж [6].

1. **Менеджер по продажам выставочной площади** – осуществляет продажи стендов и сопутствующих продуктов и услуг, ознакомление экспонентов с правилами и условиями участия, принимает участие в подготовке информации для рекламных проспектов [3].

2. **Менеджер по продажам конференций** – осуществляет продажу конференций ассоциациям, выставочным организациям и другим корпоративным заказчикам [3].

3. **Менеджер по продажам рекламных площадей** – осуществляет продажу спонсорских программ, рекламных площадей, баннеров, статей и т. д. [3].

4. **Менеджер по работе с клиентами** (Account Manager, Client Manager) – специалист, отвечающий за коммуникацию с уже существующими клиентами и обеспечивающий высокий уровень клиентского сервиса. К задачам этого специалиста относятся: общая коммуникация с клиентом

в рамках реализуемых проектов, финансовое ведение сделок (организация финансового документооборота: договор, счет, пакет закрывающих документов), развитие клиента (понимание задач клиента и оперативное предложение ему продуктов компании, которые могут помочь клиенту в достижении его бизнес-целей; формирование спроса клиента на услуги компании). Следит за выполнением всех необходимых задач, контролирует работы проектной группы во время подготовки тендерного предложения, находит к каждому клиенту индивидуальный подход, поддерживает лояльное отношение клиента к компании, предлагает новые услуги и продукты. Проводит регулярный всесторонний анализ деятельности клиента с целью выявления актуальных потребностей. Участвует в развитии ассортимента продуктов и услуг предприятия для более эффективного решения целей и задач клиента [7].

Менеджер по работе с площадками (Venue Manager) – специалист, в зону ответственности которого входит выбор площадок для проведения мероприятий, согласование их с руководителем проекта, заключение договора на аренду площадки и сопутствующие услуги, контроль в рамках зоны ответственности; коммуникация между клиентом и подрядчиком (как на этапе тендера, так и на этапе реализации проекта) [6].

Менеджер проекта – см. Администратор, координатор.

Модератор (Moderator) – специалист или отраслевой эксперт, который организует профессиональное общение во время проведения конгрессного мероприятия (конгресса, симпозиума, конференции, пленарного заседания и т. д.), управляет регламентом / сценарным планом мероприятия [6].

Монтажник – выполняет в установленные сроки строительство выставочных стендов и экспозиций с высоким качеством и заданной номенклатурой [6].

Офис-менеджер (Office Manager) – специалист, обеспечивающий текущую работу офиса организации. Офис-менеджер организует снабжение офиса канцтоварами и другими расходными материалами, контролирует рабочее состояние офисной техники, а также часто выполняет секретарские обязанности: регистрирует корреспонденцию, распределяет документацию по отделам, ведет учет звонков и обращений, встречает посетителей, организует совещания и т. п. [7].

Продюсер (видеопроизводство) (Line Producer) – специалист по административному и финансовому обеспечению процесса создания видеопродукта. Отвечает за эффективное управление бюджетом видеопроизводства. Обычно находится в подчинении исполнительного продюсера и менеджера проекта [7].

Рабочий производства – выполняет работы по изготовлению оригинальных, нестандартных элементов выставочных стендов; ремонт выставочного оборудования [6].

Регистратор (Receptionist) – специалист, осуществляющий регистрацию данных пришедшего гостя / участника мероприятия, осуществляет входной контроль на мероприятии [7].

Редактор – специалист, который осуществляет координацию публикаций, отвечает за контент и подготовку пресс-релиза [3].

Реквизитор (Prop Maker) – специалист, ответственный за подбор, регистрацию, хранение и выдачу команде реквизита, необходимого для организации проекта [7].

Руководитель проекта – лицо, назначенное исполняющей организацией руководить командой и отвечающее за достижение целей проекта [11]. Одна из ключевых компетенций руководителя проектов для ивент индустрии – разработка концепции, организация и проведение мероприятий (в соответствии с продуктовой линейкой компании) с целью достижения планируемых показателей, в том числе в рамках запланированного бюджета, и получения максимальной прибыли. В зависимости от специализации проектов профессии могут называться: руководитель или продюсер проектов (выставок, конференций, фестивалей и т. д.).

Описание базовой профессии руководителя проектов в выставочной, конгрессной и событийной индустрии представлено в разделе III.

Специалист по производству – специалист, в зону ответственности которого входит строительство выставочных стендов и экспозиций; руководство производственными подразделениями предприятия [6].

Специалист по связям с государственными и общественными организациями – специалист, представляющий интересы предприятия в органах государственной власти и смежными с ними организациях с целью содействия (исключительно в рамках закона) в получении предприятием заказов на реализацию проектов, финансируемых за счет государственного бюджета или с его участием [6].

Задачи специалиста включают в числе прочего: регулярное взаимодействие с органами государственной власти и смежными с ними организациями с целью предоставления полной и достоверной информации о положительном опыте и компетенциях предприятия; поиск всесторонней информации о планируемых проектах, тендерах и т. д.; сбор и анализ другой информации, подготовка информацион-

но-аналитических материалов для руководства по вопросам компетенции организации; поддержание взаимоотношений с заказчиками реализованных проектов с целью получения обратной связи об удовлетворенности клиентским сервисом, повышения его качества (при необходимости), возможностях дальнейшего сотрудничества.

Спикер (Speaker; Lecturer) – специалист или отраслевой эксперт, которой выступает на конгрессном мероприятии с докладом или лекцией по актуальной проблеме. Термин «лектор» используется в ограниченном контексте, т. к. подразумевает некоторую академичность [12].

Супервайзер (Supervisor) – административный специалист. В btl-проектах – старший специалист, координирующий запуск акции на точках, контролирует персонал (промоутеров), решает все текущие вопросы на площадке [7].

Сценарист (Scenarist) – специалист, отвечающий за создание сценарных планов, сценариев и синопсисов, как видео- и аудиоматериалов, так и мероприятия в целом. Работает в команде с РПГ (режиссерско-постановочной группой), project-менеджерами, account-менеджерами и дизайнерами [7].

Технический директор (Technical Director) – высококвалифицированный специалист, в зону ответственности которого входит организация / контроль / реализация и проведение всех технологических работ на площадке: планирование, подготовка и ведение технической составляющей проектов (свет, звук, видео, сценическое оборудование); составление брифов и ТЗ для подрядчиков, контроль процесса подготовки и исполнения; контроль расчета количества и стоимости необходимого оборудования и работ; проведение тендеров на оказание услуг среди подрядчи-

ков; обеспечение всей разрешительной документации для проекта и его участников (допуски, сертификаты); участие в разработке креативных концепций и режиссурах мероприятий; ведение согласований с площадками, составление схем и чертежей, оценка эффективности и подготовка отчета по итогам мероприятия. В момент реализации проекта на площадке отвечает за монтаж / демонтаж, эксплуатацию и безопасность использования оборудования [7].

Технический менеджер – специалист, в зону ответственности которого входит подготовка площадки для проведения выставочных, конгрессных, выставочно-конгрессных мероприятий путем разработки нормативно-технической и проектно-сметной документации и контроль выполнения требований вышеуказанных документов подрядными организациями в процессе монтажа / эксплуатации / демонтажа временно возводимых объектов / конструкций, инженерных коммуникаций, оборудования, элементов декора и оформления [6].

Трафик-менеджер (Traffic Manager) – специалист, отвечающий за распределение входящих задач между специалистами одного или смежных отделов. Отвечает за контроль своевременного исполнения задач, согласно тайминга / плана подготовки проекта [7].

Хелпер (Stuff) – разнорабочий, грузчик, помощник: персонал, выполняющий неквалифицированные работы. Может привлекаться эпизодически, если выполнение таких работ требуется только время от времени ввиду непостоянного потока выполняемых проектов [7].

Хостес (Hostess) – сотрудник, первым встречающий гостей мероприятия. Должен владеть полной информацией о площадке и логистике гостей. Дополнительные функции: вручение наград, вынос призов [7].

Художник по свету (Lighting Designer) – специалист, осуществляющий световое сопровождение мероприятия. В соответствии с концепцией мероприятия создает определенную атмосферу на площадке с помощью света, дополняет идею мероприятия. Как правило, световое решение имеет уникальный дизайн для каждого мероприятия. Специалист умеет подбирать и использовать оборудование в соответствии с задачами проекта, знает законы освещения, современные приборы и технологии, обладает богатой фантазией и способен создавать новые эффекты, удивляющие зрителя [7].

На рисунке 1 (стр. 108–109) представлены основные перечни профессии ивент индустрии, объединенные по функциональным блокам реализации проекта¹⁴:

- менеджмент мероприятий;
- маркетинг (создание продукта);
- продвижение;
- продажи;
- материально-техническое обеспечение;
- обеспечение сервисом и услугами.

В основу деления на функциональные блоки заложен процесс работы над проектом мероприятия. В зависимости от типа мероприятия (выставочное, конгрессное, ивент мероприятие) и от характера решаемых задач формируется состав проектной команды из специалистов требуемого блока.

¹⁴ По результатам исследований Выставочного научно-исследовательского центра R&C.

Рисунок 1.





MARKET RESEARCH
COMPANY

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК



MARKET RESEARCH
COMPANY

Библиографический список

[1] Трудовой кодекс Российской Федерации (утв. 30.12.2001 г. N 197-ФЗ, ред. от 16.12.2019 г.).

[2] Временные методические рекомендации по разработке отраслевой рамки квалификаций на основе Национальной рамки квалификаций Российской Федерации (утв. Минздравсоцразвития РФ 22.12.2011 г.).

[3] Александрова Н., Филоненко И. Выставочный менеджмент: Стратегии управления и маркетинговые коммуникации. Приложение 8. Должностные обязанности персонала и необходимая квалификация, М. РИА Проэкспо, 2006 год.

[4] Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Индустрия встреч, Библиотека Выставочного научно-исследовательского центра R&C, 2018 год.

[5] Материалы, подготовленные для проекта EurDiQ (Европейское измерение квалификаций туристического сектора) в рамках программы Европейской Комиссии Erasmus+, предоставлены Васильевой Е. В., СПбГЭУ, 2018 год.

[6] Материалы, предоставленные Выставочным научно-исследовательским центром R&C, 2019 год.

[7] Материалы, предоставленные Национальной Ассоциацией Организаторов Мероприятий (НАОМ), 2018 год.

[8] Материалы семинара «Компетенции завтрашнего дня для специалистов конгрессно-выставочной отрасли и преимущества профессиональных организаторов», организатор – СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро» 29.10.2019 года, спикер Александр Медведович (Германия).

[9] Материалы семинара «Компетенции завтрашнего дня для специалистов конгрессно-выставочной отрасли и преимущества профессиональных организаторов», организатор – СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро» 29.10.2019 года, спикер Хелен Ллойд (Великобритания).

[10] Профессиональные стандарты (Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования), [электронный ресурс] // официальный сайт компании: URL: <http://fgosvo.ru/docs/101/69/2/33>

[11] Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®) Пятое издание. Краткое изложение, [электронный ресурс] // официальный сайт компании: URL: <https://pmjournal.ru/articles/obzory/pmbok-pyatoe-izdanie-kratkoe-izlozhenie>

[12] Терминология, используемая при организации конференций (Международная Ассоциация Профессиональных Организаторов Конгрессов (IAPCO), [электронный ресурс] // официальный сайт компании: URL: <http://www.iapco.org>

РОССИЯ

Даже осваивая космос и прокладывая путь к далёким звёздам, в России никогда не забывают о простых земных радостях и домашнем уюте.

ОТКРЫТАЯ
МИРУ



Национальное
конгресс-бюро

Россия дала миру первый искусственный спутник Земли и первого космонавта в истории.

Яркие синие узоры на ослепительно белом фарфоре – русскую народную роспись Гжель ни с чем не спутаешь.

RUSSIACB.COM
+7 (495) 777 16 45



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР

**➤ ПРОФЕССИОНАЛЬНО
ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ**

исследования
консалтинг
мероприятия
издания

www.rnc-consult.ru



MARKET RESEARCH
COMPANY

