**LUCRUL INDIVIDUAL**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr.** | **Produsul preconizat** | **Strategii de realizare** | **Criterii de evaluare** | **Termen de realizare** |
| **1.** | Planificarea unui eveniment | * Lecturarea
* Documentarea
* Analiza
* Elaborarea lucrării
 | * Surse relevante pentru disciplină
* Publicaţii recente
* Conţinutul să corespundă rigorilor
* Ştiinţifice
* Lingvistice
* Etice
* De tehnoredactare
* Integrarea cunoştinţelor anterioare
* Prezentarea
* Răspunsul la întrebări
* Participarea la dezbateri
* Volum
 | Conform graficului stabilit  |

Cunoştinţele masteranzilor vor fi evaluate în mod curent (gradul şi calitatea intervenţiilor în cadrul seminarului: participarea la dezbaterile teoretice, compediumurile elaborate) şi în mod sumativ (lucrul individual).

**Strategia de planificare a unui eveniment după următoarele criterii:**

* 1. Stabilirea obiectivelor:
	+ Definiți scopul evenimentului: Ce vreți să realizați cu acest eveniment? Clarificați obiectivele principale.
* 2. Buget:
	+ Determinați suma de bani disponibilă pentru eveniment.
	+ Stabiliți prioritățile și alocați resursele în consecință.
* 3. Data și locația:
	+ Alegeți o dată potrivită pentru eveniment.
	+ Selectați o locație adecvată, ținând cont de numărul de participanți, accesibilitate și facilități.
* 4. Lista invitaților:
	+ Stabiliți lista de invitați și obțineți confirmările de participare.
	+ Asigurați-vă că aveți toate detaliile de contact necesare.
* 5. Planificarea programului:
	+ Creați un program detaliat care să includă toate activitățile și prezentările planificate.
	+ Alocarea timpului corect pentru fiecare element al programului este esențială.
* 6. Rezervări și contracte:
	+ Rezervați serviciile necesare, cum ar fi catering, divertismentul, echipamentele audio-vizuale și decorul.
	+ Asigurați-vă că aveți contracte clare și că respectați termenii și condițiile acestora.
* 7. Comunicare și marketing:
	+ Promovați evenimentul pentru a atrage participanți sau invitați.
	+ Utilizați mijloacele de comunicare adecvate, cum ar fi site-ul web, rețelele de socializare și e-mailurile.
* 8. Logistica:
	+ Organizează transportul, parcare/cazare pentru participanți.
	+ Asigurați-vă că aveți suficiente scaune, mese și alte facilități necesare.
* 9. Gestionarea registrului:
	+ Păstrați o evidență a participanților și a informațiilor legate de eveniment.
	+ Colectați plățile, dacă este necesar.
* 10. Planuri de urgență:
	+ Aveți un plan de urgență în caz de situații neprevăzute, cum ar fi probleme tehnice sau situații de securitate.
* 11. Evaluarea post-eveniment:
	+ Solicitați feedback de la participanți și implicați în echipa de organizare.
	+ Evaluați succesul evenimentului și identificați punctele forte și punctele slabe pentru a îmbunătăți planificarea evenimentelor viitoare.

Planificarea evenimentelor necesită o gestionare atentă a detaliilor, coordonare și comunicare eficientă pentru a asigura o experiență reușită pentru toți cei implicați.

**Cerinţe pentru lucrare:** Volumul aproximativ - 15 pagini (Times New Roman; caracter 14, spaţiu între rânduri – 1,5). Lucrările sunt prezentate personal la data stabilită din timp. Lucrarea va fi prezentată public (15-20 minute) în Power Point, Canva, Prezi…

* ***Plagiatul se penalizează – nota 1 (unu***)

**Criterii de evaluare**:

* Respectarea pașilor de prezentare – 5 p.
* Capacitatea studentului de a ordona, asocia, explica şi a interpreta subiectul din punct de vedere personal – 5 p.
* Crearea materialelor creative de marketing, borderoul de planificare - 10 p
* Calitatea conţinutului (organizarea evenimentului) – 10p.
* Prezentarea lucrării – 5 puncte

35 p. nota 10

31 p. nota 9

26 p. nota 8

21 p. nota 7

15 p. nota 6

10 p. nota 5

*Model*

**MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA**

**UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA**

**FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**

**DEPARTAMENTUL COMUNICARE ȘI TEORIA INFORMĂRII**

**LUCRUL INDIVIDUAL**

**La disciplina**

**Event Planing**

**STRATEGIA DE PLANIFICARE A UNUI EVENIMENT**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**A REALIZAT: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Grupa**

**COORDONAT: asist. univ.,**

**SUHIN Angela**

**Chișinău, 2023**

**CUPRINS**

* 1. Stabilirea obiectivelor ............................................................................... 3
* 2. Bugetul....................................................................................................... 3
* 3. Data și locația ........................................................................................... 5
* 4. Lista invitaților .......................................................................................... 5
* 5. Programul/agenda ...................................................................................... 6
* 6. Rezervări și contracte ................................................................................ 8
* 7. Comunicare și marketing .......................................................................... 8
* 8. Logistica .................................................................................................. 10
* 9. Gestionarea registrului ............................................................................ 11
* 10. Planuri de urgență ................................................................................. 12
* 11. Evaluarea post-eveniment ..................................................................... 13
* 12. Bibliografie ............................................................................................ 14

**BIBLIOGRAFIE**

**Cărți:**

1. Bowdin, G.A.J., Allen, J., O’Toole, W., Harris R. &McDonnell, I. (2006). Events Management. 2nd edn. Oxford: Butterworth. Heinemann.
2. Cain, S. (2009). Keyconcepts in Public Relations. Hampshire: PalgraveMacmillan.
3. Coman, Cristina. (2004). Relațiile publice în mass-media, Iași: Polirom. Cory T. R. (2003). Brainstorming. Techniques for New Ideeas. New York: iUniverse. Inc.
4. Crompton, John. (1993). Understanding a business organisation’sapproach to entering a sponsorship partnership. Festival Management and Event Tourism, 1(3), 98109.
5. Dagenais, B. (2003). Campania de relații publice. Iași: Polirom, Iași.

**Resurse online:**
1. Eventbrite (<https://www.eventbrite.com/>): Platformă și blog care oferă resurse despre organizarea evenimentelor.

2. International Live Events Association (ILEA) (<https://www.ileahub.com/>): Organizație profesională care oferă resurse și informații pentru specialiștii în organizarea evenimentelor.

3. Meeting Professionals International (MPI) (<https://www.mpi.org/>): O altă organizație profesională care oferă resurse și formare pentru profesioniștii în organizarea evenimentelor.