

Specifičnost i karakteristike ponude događaja

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 12 | Nivo: Fakultet za uslužni biznis

SADRŽAJ:

Nastanak i razvoj događaja

Definisanje događaja

Klasifikacija događaja

Tipologija događaja

Tipologija događaja

Uslužni susret i ponuda događaja

Kvalitet usluge i ponuda događaja

Mikroekonomski karakter ponude događaja

Mikroekonomski karakter ponude događaja

1. Nastanak i razvoj događaja

Događaj kao svesna i ekonomski usmerena ljudska aktivnost pojavljuje se veoma davno, sa počecima drevnih civilizacija. Ne može se sa sigurnošću tvrditi koji je događaj u ekonomskom smislu prvi nastao. Poznato je da su se izložbe i trgovačke priredbe održavale i u pred antičkom dobu, jer su obavljale tržišnu funkciju. Za ustaljene trgovačke karnevale sa istoka prema zapadu Starog sveta. Događaji festivalskog tipa poznati su još iz srednjeg veka, mada se i u doba rimskog carstva naziru počeci ovakve vrste događaja. Događaji su verovatno nastali i pre pojave novca.

Dinamičan razvoj događaja kao posebne ekonomske ponude odigrao se u XX veku koji je afirmisao post industrijsko društvo.

Pojava diskrecionih prihoda,

porast kupovne moći i standarda potrošača,

pomeranje linije sa osnovnih u korist dopunskih potreba i

rađanje potpuno novih potreba potrošača

Uobličili su tražnju za specifičnom ekonomskom ponudom događaja koja je dalje stimulisala razvoj različitih savremenih događaja.

Razvoj događaja u ekonomskom smislu potpomogao je rešavanje problema zapošljavanja savremen radne snage a odrazio se i na privredni rast pre svega razvijenih tržišnih ekonomija.

Razvoj tehnologija uopšte, a naročito u oblasti komunikacija doprineo je razvoju događaja. Savremeni hardware-i i software-i omogućuju osmišljavanje interaktivnih i on-line događaja, sa originalnim rešenjima na strani izvršilaca, postavljanja i vremenskog trajanja ovakvih događaja.

2. Definisanje događaja

Društveni i ekonomski razvoj, podizanje životnog standarda, promenjeni zahtevi i očekivanja potrošača usluga, povećanje slobodnog vremena, promene životnog stila savremenih potrošača i dr. rezultirali su razvojem i unapređenjem specifičnog elementa uslužne ekonomije, odnosno ekonomskim definisanjem događaja.

Pored termina događaj postoji i termin doživljaja.

Doživljaj je uži pojam od događaja budući da se on prevashodno odnosi na zajedničku realizaciju određenih aktivnosti od strane izvršilaca i publike.

Doživljaj zadovoljava potrebe potrošača, ostvaruje uticaj na njihova čula, može da ima unapred pripremljen scenario realizacije ali se po svojoj suštini, trajanju i načinu realizacije razlikuju od događaja.

Događaj predstavlja specifično osmišljenu ponudu ograničenog trajanja u čijoj osnovi se nalazi odgovarajuća ideja koja se zajedničkim angažovanjem izvršilaca i materijalnih sredstava, odnosno primenom menadžerskog know-how-a na tržištu ispoljava kao originalna idejna ponuda.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU. -----**

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**