

**ĐẠI HỌC HUẾ**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**  
**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC TỔ CHỨC SỰ KIỆN**  
**TẠI TỔ CHỨC GIÁO DỤC IEG**

**NGUYỄN THU HIỀN**

**Niên khóa: 2015 - 2019**

**ĐẠI HỌC HUẾ**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**

**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC TỔ CHỨC SỰ KIỆN**  
**TẠI TỔ CHỨC GIÁO DỤC IEG**

**Sinh viên thực hiện:**

**Nguyễn Thu Hiền**

**Lớp: K49B – Marketing**

**Niên khóa: 2015 - 2019**

**Giáo viên hướng dẫn:**

**TS Hồ Thị Hương Lan**

**Huế, 04/2019**

## LỜI CẢM ƠN

Thời gian qua, nhờ sự hỗ trợ từ phía các thầy cô, bạn bè và gia đình, em đã hoàn thành khóa luận tốt nghiệp với sự tìm hiểu, nghiên cứu đầu tư, nghiêm túc. Thành quả này đạt được do đó không phải thuộc về cá nhân mà còn nhờ tới sự hỗ trợ của rất nhiều người. Em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới:

Tiến sĩ Hồ Thị Hương Lan, giảng viên Quản trị kinh doanh, Đại học kinh tế huế, đã hướng dẫn, hỗ trợ em trong suốt thời gian thực hiện khóa luận. Từ những ngày đầu lựa chọn đề tài, cô đã nhiệt tình, ân cần định hướng và cung cấp các tài liệu giúp tôi có hướng đi chính xác, tìm hiểu chuyên sâu hơn về đề tài đã lựa chọn. Cô dành rất nhiều thời gian thảo luận, phân tích và giải đáp giúp tôi các vấn đề chuyên môn. Đây thực sự là may mắn của em, những điều em học được từ cô không chỉ là kiến thức mà còn là sự tận tụy, hết lòng vì học sinh và tác phong làm việc chuyên nghiệp.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn tới các thầy cô giảng viên Ngành Marketing đã mang đến cho chúng em những kiến thức chuyên môn và các bài học nghề nghiệp quý giá. Thầy cô đã tiếp thêm ngọn lửa đam mê và truyền cảm hứng để chúng em có động lực tìm hiểu, bước đi trên con đường mình đã lựa chọn.

Không thể không nhắc tới sự chỉ đạo các thành viên trong Tổ chức giáo dục IEG đã giúp em có điều kiện thực tập nghề nghiệp cũng như trao đổi nhiều kiến thức thực tế về Marketing.

Bên cạnh đó, em cũng xin gửi lời cảm ơn các thầy cô, bạn bè và người quen đã cung cấp thông tin, tài liệu và chia sẻ quan điểm cá nhân của mình để giúp em có nguồn thông tin khách quan, chân thực để hoàn thiện khóa luận.

**Hà Nội, ngày 29 tháng 4, năm 2019**

**Sinh viên**

**Nguyễn Thu Hiền**

---

## MỤC LỤC

|                                                         |                                     |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| PHẦN I- ĐẶT VẤN ĐỀ .....                                | 1                                   |
| 1. Lý do chọn đề tài.....                               | 1                                   |
| 2. Mục tiêu nghiên cứu.....                             | 2                                   |
| 2.1. Mục đích chung .....                               | 2                                   |
| 2.2. Mục tiêu cụ thể .....                              | 2                                   |
| 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....                 | 2                                   |
| 3.1. Đối tượng nghiên cứu .....                         | 2                                   |
| 3.2. Phạm vi nghiên cứu .....                           | 2                                   |
| 4. Phương pháp nghiên cứu.....                          | 3                                   |
| 4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu .....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.1.1. Dữ liệu thứ cấp .....                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.1.2. Dữ liệu sơ cấp .....                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5. Cấu trúc khóa luận .....                             | 3                                   |
| PHẦN 2: NỘI DUNG NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ..... | 4                                   |
| CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU .....          | 4                                   |
| 1. Về Marketing giáo dục.....                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2. Một số vấn đề căn bản của tổ chức sự kiện.....       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1. Khái niệm .....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2. Mục đích của tổ chức sự kiện.....                  | 4                                   |
| 2.3. Phân loại của tổ chức sự kiện .....                | 5                                   |
| 2.4. Quy trình tổ chức sự kiện .....                    | 8                                   |
| 2.4.1. Hình thành concept.....                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.2. Thiết kế sự kiện .....                           | 11                                  |
| 2.4.3. Lập kế hoạch.....                                | 12                                  |
| 2.4.4. Triển khai công tác thực hiện và giám sát .....  | 14                                  |
| 2.4.5. Tiến hành tổ chức .....                          | 14                                  |
| 2.4.6. Kết thúc.....                                    | 14                                  |
| 2.4.7. Đánh giá.....                                    | 14                                  |
| 2.5. Tiêu chí đánh giá một sự kiện thành công.....      | 15                                  |
| 2.5.1. Phản hồi của khách tham dự.....                  | 15                                  |

|                                                                                                                |                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 2.5.2. Mức độ hài lòng của nhà tài trợ.....                                                                    | 15                                  |
| 2.5.3. Khả năng giải quyết rủi ro của người tổ chức .....                                                      | 16                                  |
| 2.5.4. Ngân sách thu chi cho sự kiện .....                                                                     | 16                                  |
| 2.5.5. Mức độ hài lòng của cấp trên .....                                                                      | 17                                  |
| 3. Một số khái niệm về hội thảo .....                                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1. Khái niệm .....                                                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.2. Mục đích của hội thảo .....                                                                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.3. Quy trình tổ chức hội thảo .....                                                                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH CÁC CÔNG TÁC TỔ CHỨC SỰ KIỆN TẠI IEG .....                                                 | 18                                  |
| 1. TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY IEG .....                                                                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1. Lịch sử hình thành và phát triển .....                                                                    | 18                                  |
| 1.2. Sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi và nguyên tắc ứng xử.....                                              | 18                                  |
| 1.3. Một số hoạt động của Tổ chức giáo dục IEG .....                                                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3.1. Tổ chức dạy học.....                                                                                    | 24                                  |
| 1.3.2. Tổ chức các kỳ thi Quốc tế tại Việt Nam .....                                                           | 26                                  |
| I. Khảo sát công tác tổ chức sự kiện hội thảo tại.....                                                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1. Hội thảo IEG Talk 8: Stanford Talkshow .....                                                                | 35                                  |
| 1.1. Quy trình tổ chức .....                                                                                   | 35                                  |
| 1.1.1. Bước 1: Hình thành concept .....                                                                        | 35                                  |
| 2. Đánh giá tính chuyên nghiệp của công tác tổ chức sự kiện của IEG .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT GIÚP HOÀN THIỆN QUÁ TRÌNH<br>TỔ CHỨC SỰ KIỆN TẠI TỔ CHỨC GIÁO DỤC IEG ..... | 63                                  |
| 1.1. Giải pháp đối với định hướng chiến lược kinh doanh của công ty .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2. Giải pháp cho hoạt động Marketing .....                                                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3. Giải pháp hoàn thiện công tác tổ chức sự kiện.....                                                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3.3. Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường .....                                                                    | 63                                  |
| 1.3.4. Nâng cao, đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng cho nhân viên tổ chức hội<br>thảo. ....                 | 64                                  |
| 1.3.5. Tăng cường mối quan hệ với báo chí, truyền thông .....                                                  | 64                                  |
| 1.3.6. Tăng cường chất lượng sự kiện .....                                                                     | 65                                  |
| KẾT LUẬN .....                                                                                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

---

|                          |    |
|--------------------------|----|
| TÀI LIỆU THAM KHẢO ..... | 68 |
|--------------------------|----|

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

|                                                                             |                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Bảng 1. So sánh Marketing trong lĩnh vực sản xuất và giáo dục đào tạo ..... | <b>Error!</b><br><b>Bookmark not defined.</b> |
| Bảng 2: Yêu cầu thiết kế IEG Talk 8 .....                                   | 38                                            |
| Bảng 3: Logistics and Budget IEG Talk 8.....                                | 39                                            |
| Bảng 4: Master Plan IEG Talk 8 .....                                        | 40                                            |
| Bảng 5: Lịch trình dự kiến IEG Talk 8.....                                  | 43                                            |
| Bảng 6: Yêu cầu thiết kế hình ảnh IEG Talk 11 .....                         | 46                                            |
| Bảng 7: Logistic&Budget IEG Talk 11.....                                    | 47                                            |
| Bảng 8: Kế hoạch truyền thông IEG Talk 11 .....                             | 56                                            |
| Bảng 9: Quá trình diễn ra IEG Talk 11 .....                                 | 58                                            |



---

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Biểu đồ 1: Quy trình tổ chức sự kiện.....                              | 9  |
| Hình 1: Logo IEG .....                                                 | 18 |
| Hình 2: Poster Kỳ thi Toán Quốc tế IKMC 2019.....                      | 27 |
| Hình 3: Poster Kỳ thi Đánh giá Năng lực tư duy Toán Quốc tế IMAS ..... | 27 |

TaiLieu.vn

Trường Đại học Kinh tế Huế

---

## BẢNG VIỆT HÓA

|               |                           |
|---------------|---------------------------|
| Event         | : Sự kiện                 |
| Concept       | : Khái niệm               |
| Master plan   | : Kế hoạch tổng thể       |
| Logistics     | : Hậu cần                 |
| Order design  | : Yêu cầu thiết kế        |
| Location      | : Vị trí                  |
| Content       | : Nội dung                |
| Communication | : Giao tiếp (với báo chí) |
| Seeding       | : Tạo nội dung chia sẻ    |
| PR            | : Quan hệ công chúng      |
| Budget        | : Ngân sách               |



---

## PHẦN I- ĐẶT VẤN ĐỀ

### 1. Lý do chọn đề tài

Việt Nam được biết đến là một quốc gia rất coi trọng giáo dục. Ngày nay, giáo dục nói chung và giáo dục con trẻ nói riêng được cộng đồng xã hội, đặc biệt là các bậc phụ huynh hết sức quan tâm. Xu hướng giáo dục mới chính là giúp trẻ phát triển toàn diện về tư duy, nhận thức, kỹ năng, cảm xúc và ngoại ngữ.

Giáo dục đi theo hướng mới, với những mong muốn mang lại cho học sinh, trẻ em một thế giới tốt hơn. Tuy nhiên, rất nhiều phụ huynh, giáo viên vẫn còn đang có những quan điểm, cách nuôi dạy con trẻ, học sinh của mình một cách lệch lạc, thiếu khoa học dẫn đến sự phát triển không toàn diện, gây nhiều hệ lụy đối với con trẻ.

Vì vậy, chúng ta cần phải thay đổi hướng suy nghĩ của phụ huynh, các nhà làm giáo dục trong việc nuôi dạy trẻ, giúp trẻ có một trí tuệ và nhân cách hoàn thiện.

Năm 2014, Tổ chức Giáo dục IEG (Innovative Education Group) ra đời. Với việc giảng dạy chương trình tiếng Anh, Toán và Khoa học theo chuẩn quốc tế cùng các chương trình học ngoại khóa, Tổ chức Giáo dục IEG xây dựng một lộ trình mang tính hệ thống và tích hợp để trẻ có thể rèn luyện tư duy, tích lũy kiến thức và kỹ năng vững chắc.

Bên cạnh những hoạt động dạy học, IEG thường xuyên tổ chức các cuộc thi liên quan đến Khoa học, Toán học và tiếng Anh mang chuẩn quốc tế, những buổi tọa đàm, talkshow, trại hè quốc tế liên quan đến giáo dục với phương pháp học tập cho con trẻ và nuôi dạy trẻ nhằm giúp phụ huynh có cái nhìn đúng đắn và phương pháp giáo dục con hợp lý.

Tổ chức sự kiện không những kết nối được khách hàng với doanh nghiệp mà còn thu hút được những khách hàng tiềm năng, đồng thời quảng bá được hình ảnh của doanh nghiệp. Đối với IEG, việc tổ chức các sự kiện liên quan đến giáo dục giúp Tổ chức liên kết được phụ huynh, giáo viên, các cơ quan truyền thông và các tổ chức liên quan, đồng thời tạo cơ hội để IEG tiếp thị và quảng bá thương hiệu cũng như giới thiệu, tìm thêm học viên cho Tổ chức.

---

Tổ chức sự kiện là một quá trình gồm rất giai đoạn, công tác, đòi hỏi sự khoa học, liên kết và tỉ mỉ giữa các giai đoạn, các phòng ban. Để một sự kiện được diễn ra thành công, doanh nghiệp cần có kế hoạch bao quát toàn diện và chuẩn bị các công tác trước khi sự kiện diễn ra, công tác diễn ra trong sự kiện và sau sự kiện.

Nhận thấy được vai trò của tổ chức sự kiện trong hoạt động truyền thông nói riêng và kinh doanh nói chung của Tổ chức Giáo dục IEG, qua tìm hiểu thực tế em quyết định lựa chọn đề tài “Hoàn thiện công tác tổ chức sự kiện tại Tổ chức Giáo dục IEG” để làm đề tài nghiên cứu của mình

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

### **2.1. Mục tiêu chung**

Trên cơ sở đánh giá công tác tổ chức sự kiện của Tổ chức Giáo dục IEG Global, từ đó nghiên cứu hướng đến đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tổ chức sự kiện tại IEG.

### **2.2. Mục tiêu cụ thể**

Hệ thống hoá các vấn đề lý thuyết và thực tiễn liên quan đến công tác tổ chức sự kiện

Đánh giá công tác tổ chức sự kiện của Tổ chức Giáo dục IEG Global giai đoạn 2017-2019

Đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tổ chức sự kiện của Tổ chức Giáo dục IEG Global trong thời gian tới.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của khóa luận là: công tác tổ chức sự kiện hội thảo của Tổ chức Giáo dục IEG Global

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

Phạm vi nghiên cứu bao gồm:

---

Phạm vi không gian: Tổ chức giáo dục IEG chi nhánh Hà Nội

Phạm vi nội dung: nghiên cứu tập trung đánh giá các công tác trong quá trình tổ chức sự kiện tại Tổ chức Giáo dục IEG, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tổ chức sự kiện tại đơn vị nghiên cứu.

Phạm vi thời gian:

Dữ liệu thứ cấp: các dữ liệu thứ cấp được thu thập trong giai đoạn từ 2016-2018

Dữ liệu sơ cấp: các dữ liệu sơ cấp được khảo sát, nghiên cứu trong giai đoạn từ 01/2019-03/2019

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Thu thập các báo cáo, các dữ liệu sẵn có từ các phòng ban Marketing, Event và các phòng ban liên quan, ...

Ngoài ra đề tài còn được thực hiện dựa trên việc tổng hợp các kiến thức đã được học ở trường, internet, báo.

Đồng thời kết hợp với việc tiếp xúc, phỏng vấn các nhân viên bộ phận Marketing, Event về vấn đề nghiên cứu.

#### **5. Cấu trúc khóa luận**

##### **Phần I. ĐẶT VẤN ĐỀ**

Trong phần này sẽ trình bày lí do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, ý nghĩa thực tiễn và cấu trúc đề tài.

##### **Phần II. NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

CHƯƠNG 1: Một số vấn đề lí luận và thực tiễn về công tác tổ chức sự kiện

CHƯƠNG 2: Đánh giá công tác tổ chức sự kiện tại Tổ chức giáo dục IEG

CHƯƠNG 3: Giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tổ chức sự kiện tại IEG

##### **Phần III: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ**

---

## PHẦN 2: NỘI DUNG NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### CHƯƠNG I: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CÔNG TÁC TỔ CHỨC SỰ KIỆN

#### 1.1. Một số vấn đề lý luận về tổ chức sự kiện

##### 1.1.1. Khái niệm

##### 1.1.1.1. Khái niệm sự kiện

Sự kiện là các hoạt động xã hội trong lĩnh vực thương mại, kinh doanh, giải trí, thể thao, hội nghị, giao tiếp xã hội, các trò chơi cộng đồng và các hoạt động khác liên quan đến lễ hội, văn hóa, phong tục tập quán...

##### 1.1.1.2. Khái niệm tổ chức sự kiện

Tổ chức sự kiện là một quá trình hoạch định và giám sát những hoạt động liên quan đến các lĩnh vực sau: văn hóa-nghệ thuật-tuyên truyền-công bố tại một thời điểm, một địa điểm nhất định và tuân thủ quy định pháp luật, sao cho sự kiện diễn ra đúng mục đích của nhà tổ chức.

(trích thông tin liên quan đến lĩnh vực tổ chức sự kiện của Bộ Văn hóa-Thể thao-Du lịch)

Theo quan niệm khác, tổ chức sự kiện là một quá trình bao gồm sự kết hợp hoạt động lao động với các tư liệu lao động cùng với việc sử dụng máy móc thiết bị và các hoạt động sự kiện cụ thể nào đó trong một thời gian và không gian cụ thể nhằm chuyển tới đối tượng tham dự sự kiện những thông điệp theo yêu cầu.

##### 1.1.2. Mục đích của tổ chức sự kiện

Tổ chức sự kiện là một phần trong toàn bộ chiến lược Marketing của doanh nghiệp. Bên cạnh nhiệm vụ quảng cáo, “đánh bóng” thương hiệu, tổ chức sự kiện còn nhằm mục đích chuyển tải một thông điệp cụ thể, hoặc lập lại một thông điệp đồng nhất và đặc biệt các công cụ đang phổ biến trong hoạt động tiếp thị với mục đích gây sự chú ý cho sản phẩm hoặc dịch vụ, tạo nên sức hút, từ đó khơi gợi sự quan tâm của khách hàng, từ đó giúp tăng doanh số bán của công ty. Đồng thời, sự kiện doanh nghiệp còn tạo cơ hội để doanh nghiệp gặp gỡ, trao đổi và giao lưu với khách hàng, đối tác, cơ

---

quan truyền thông, cơ quan chính quyền, giúp thúc đẩy thông tin hai chiều và tăng cường quan hệ có lợi cho các doanh nghiệp.

Thông điệp của sự kiện có thể để ở dưới dạng:

Hình ảnh: thiệp mời, sân khấu, băng rôn, cờ phướn, bảng tên, quà tặng, túi đựng quà, đồng phục, bảng tên, ...

Lời: Chủ đề, bài phát biểu, thông cáo báo chí, văn nghệ, các ấn phẩm, ...

Hoạt động tổ chức sự kiện thường gắn kết doanh nghiệp với một hoặc một số nhóm cụ thể. Tùy theo mục đích khác nhau mà đối tượng doanh nghiệp muốn kết nối sẽ thay đổi.

- Media Kit: quan hệ báo chí-truyền thông;
- Crisis Management: quản lý khủng hoảng;
- Government Management: quan hệ với chính phủ;
- Reputation Management: quản lý danh tiếng của công ty;
- Investor Relations: quan hệ với các nhà đầu tư;
- Social Responsibility: trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

### **1.1.3. Phân loại của tổ chức sự kiện**

Một số hoạt động tổ chức sự kiện mà ta dễ dàng thấy được:

- Khai trương, khánh thành, động thổ, khởi công;
- Giới thiệu sản phẩm mới, hội nghị khách hàng;
- Hội chợ;
- Hội nghị, hội thảo, họp báo;

Khóa luận này sẽ đi sâu nghiên cứu về chương trình hội thảo

+ Khái niệm: Hội thảo là cuộc thảo luận về một số vấn đề nào đó có tính khoa học, lý luận và thực tiễn đang đặt ra.

---

+ Mục đích: Mục đích chính của hội thảo là làm sáng tỏ cơ sở lý luận, cơ sở thực tiễn của vấn đề, đề xuất, kiến nghị hoặc dự báo vấn đề một cách có cơ sở khoa học.

+ Quy trình tổ chức hội thảo: Cũng giống tổ chức sự kiện, tất cả các hội thảo, dù lớn hay nhỏ đều có một quy trình thực hiện gần giống nhau và bắt buộc các bước ấy phải thực hiện theo tuần tự. Sau đây là các bước cơ bản để tổ chức hội thảo:

Bước 1: Lên chủ đề cho chương trình tổ chức hội thảo

Bước 2: Thiết kế hội thảo

Bước 3: Tìm địa điểm tổ chức hội thảo phù hợp

Bước 4: Chuẩn bị những trang vật dụng cần thiết

Bước 5. Tiến hành truyền thông cho sự kiện hội thảo và xác nhận đăng kí tham dự

Bước 6: Tiến hành sự kiện

Bước 7: Kết thúc và đánh giá

Dưới góc nhìn của doanh nghiệp, hội thảo không chỉ là hoạt động truyền đạt những kiến thức mà còn là một kênh giúp doanh nghiệp quảng bá hình ảnh, thương hiệu với công chúng cũng như tìm kiếm khách hàng tiềm năng.

- Diễn trình, phát biểu của ban lãnh đạo công ty với công chúng;
- Biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thời trang;
- Các kỳ nghỉ, các ngày lễ;
- Tiệc chiêu đãi, tiệc trại;
- Tổ chức các trò chơi và cuộc thi (liên quan đến thể thao, trí tuệ)

Để phân loại các hoạt động tổ chức sự kiện một cách có định hướng, người ta có thể phân loại dựa trên nhiều tiêu thức khác nhau:

---

- Theo địa điểm làm event

- + Trong phòng họp: Hội nghị, hội thảo, chương trình cảm ơn, chương trình giới thiệu sản phẩm, ...

- + Ngoài trời: Ca múa nhạc-thời trang, lễ hội, giải thi đấu thể thao ngoài trời, ...

- Theo mục đích của sự kiện:

- + Chương trình giải trí, thể thao, hội chợ, ...

Các chương trình này là những chương trình lớn, có thể là ca nhạc ngoài trời, các hội chợ ẩm thực, hội chợ công nghệ, game, ...

- + Chương trình hội thảo chính trị hoặc khoa học

Chương trình này có thể đơn thuần là chính trị, khoa học mang tính nghiên cứu hoặc có thể là các chương trình khoa học nhân sự kiện ra mắt một sản phẩm.

Chương trình hội thảo chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức của doanh nghiệp cho khách hàng

- + Chương trình nhân dịp đặc biệt

Vào các ngày lễ lớn, tổng kết cuối năm, tất niên, các công ty thường tổ chức các chương trình liên hoan, giao lưu.

- + Chương trình cảm ơn khách hàng

Nhằm cảm ơn sự yêu mến, lòng trung thành của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ, các công ty thường tổ chức những chương trình mang tính chất giao lưu chia sẻ và chỉ những khách hàng thân thiết hoặc những khách hàng mục tiêu đến tham dự. Thông thường các chương trình này thường kết hợp cùng với việc ra mắt một dòng sản phẩm mới hoặc một chương trình xúc tiến mới.

- + Chương trình kỷ niệm công ty

Thông thường, tổ chức sự kiện theo loại này sẽ bao gồm ba mục đích chính:

Cảm ơn khách hàng, lãnh đạo

Quảng bá thương hiệu



---

Marketing nội bộ công ty

+ Chương trình quảng cáo đơn thuần

Các công ty tổ chức sự kiện nhằm thông báo, quảng bá sản phẩm, dịch vụ của công ty tới công chúng, khách hàng mục tiêu.

Theo chủ thể làm event:

a. Làm event cho các tổ chức phi lợi nhuận.

b. Làm event cho các tổ chức có lợi nhuận.

- Event do nội bộ công ty tự tổ chức.

Vào các dịp lễ, kỉ niệm công ty hay sự kiện có quy mô nhỏ, một số công ty có thể tự đứng ra tổ chức các buổi hội thảo, họp mặt, liên hoan... ngoài mục đích quảng bá, cảm ơn khách hàng thì còn có những sự kiện với mục đích giao lưu, học hỏi gắn kết giữa các cá nhân và ban lãnh đạo trong công ty. Thường có một nhóm người phụ trách event. Công ty có thể có phòng event riêng hoặc lấy nguồn nhân lực thuộc bộ phận Marketing hay PR.

- Event do các công ty chuyên event tổ chức.

Nếu công ty có nguồn kinh phí lớn, để đảm bảo tổ chức sự kiện diễn ra thành công và đạt hiệu quả cao nhất, các công ty này thường thuê ngoài các công ty chuyên tổ chức sự kiện. Tùy thuộc mỗi sự kiện, mỗi mục đích khác nhau mà công ty có những phương án, kế hoạch thuê các dịch vụ tổ chức sự kiện thích hợp như: dịch vụ cho thuê mặt bằng, dịch vụ PGs, PBs tổ chức sự kiện dịch vụ MC, ca sĩ, hoạt náo viên, hay dịch vụ nhóm nhảy, nhóm múa...

Hơn nữa, với quy mô sự kiện rất lớn, các công ty có nhu cầu sẽ thuê nhiều công ty chuyên tổ chức sự kiện cùng một lúc để đảm bảo thực hiện được mục đích cũng như nhu cầu của công ty. Khi đó, có nhiều công ty chuyên về một lĩnh vực tổ chức sự kiện sẽ kết hợp, hỗ trợ lẫn nhau để thực hiện.

#### **1.1.4. Quy trình tổ chức sự kiện**

Để tổ chức một sự kiện thành công, dù lớn hay nhỏ cũng cần đi theo một trình tự khoa học và cơ bản nhất. Một sự kiện thông thường có bảy bước cơ bản như sau:



**Biểu đồ 1: Quy trình tổ chức sự kiện**

Bước 1: Hình thành concept: ở bước này, nhà tổ chức sự kiện cần lên một số nội dung cơ bản, tổng thể cho sự kiện của mình.

Bước 2: Thiết kế sự kiện: chi tiết hóa các nội dung của sự kiện.

Bước 3: Lập kế hoạch: lên kế hoạch thực hiện các nội dung đã thiết kế ở bước 2.

Bước 4: Triển khai công tác và giám sát: thực thi các nhiệm vụ đặt ra và theo dõi, bổ sung những nội dung, hoạt động cần thiết.

Bước 5: Tiến hành tổ chức: tiến hành diễn ra sự kiện theo kế hoạch đề ra.

Bước 6: Kết thúc: hoàn thành các công việc sau sự kiện

Bước 7: Đánh giá: nên nhận xét và đánh giá về sự kiện, từ đó đúc rút kinh nghiệm cho những sự kiện tiếp theo.

#### **1.1.5. Nội dung công tác tổ chức sự kiện**

##### **1.1.5.1. Hình thành concept**

Trong bước này, người tổ chức sự kiện cần xác định được một số điều sau:

- 
- Mục đích của sự kiện: xác định loại sự kiện để tổ chức cho phù hợp;
  - Mục tiêu: đánh giá hiệu quả event;
  - Đối tượng chính của event;
  - Địa điểm tổ chức;
  - Thời gian diễn ra sự kiện
  - Ngân sách
  - Đặc tính sản phẩm và dịch vụ: tạo ra điểm khác biệt thu hút công chúng.

Ý tưởng, chủ đề cho sự kiện phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố khác như luật pháp, văn hóa của công ty, nguồn lực, ...

---

#### 1.1.5.2. **Thiết kế sự kiện**

Trong một khoảng thời gian ngắn phải thiết kế một chương trình khá hoàn hảo. Trong bước này, không chỉ đơn thuần là nhiệm vụ lồng tên của công ty lên từng sản phẩm mà phải làm sao cho sản phẩm ấy được sống trong sự chiêm ngưỡng của công chúng.

- Bản thiết kế sự kiện thường trình bày dưới dạng word hoặc power point.
- Thể hiện nội dung, ý tưởng về chương trình, đồng thời kèm theo kinh phí dự trù. Thông thường đối với một event, đây là giai đoạn quan trọng nhất, tạo sự khác biệt giữa các sự kiện của các công ty với nhau. Nhưng ý tưởng hay vẫn chưa đảm bảo sự thành công của event bởi nó còn phụ thuộc nhiều vào khâu tổ chức.

Nội dung chính thường gồm:

- Nền tảng, mục đích: nêu tổng quát mục đích tổ chức sự kiện.
- Các ý tưởng phác thảo một cách tổng quan về chương trình.
- Thiết kế: nên có các thiết kế hoạch hình ảnh minh họa cho bản thiết kế sự kiện, không cần quá chi tiết nhưng cụ thể hóa được ý tưởng.
- Tính thực thi của chương trình: lịch trình sơ bộ, form mẫu cần thiết..., càng chi tiết càng thuyết phục.

Ngoài ra nếu mở rộng có thể kể thêm:

- Mục tiêu: khác với mục đích là lý do làm event, mục tiêu định lượng và định tính hóa những gì cần đạt được thông qua event.
- Mô tả địa điểm dự kiến tổ chức: sơ đồ, mặt bằng, địa điểm...,
- Các phương án để đảm bảo số người tham gia, bảo đảm việc tài trợ.
- Kế hoạch PR, quảng cáo, tuyên truyền cho event.
- Kinh phí dự kiến.

### 1.1.5.3. **Lập kế hoạch**

Để thực hiện event thành công, ta sẽ quy ngược lại vấn đề từ ngày thực hiện event, (ngày thực hiện là ngày x, ngày x-1 thì làm gì, ngày x-2 thì làm gì...) từ đó lên danh sách các công việc cần thực hiện, tổ chức nhân sự và tổ chức thực hiện, giám sát các hoạt động đó một cách chi tiết nhất. Kế hoạch càng chi tiết thì việc tổ chức, thực hiện và giám sát càng thuận tiện.

- **Nhân sự**

Trong tổ chức sự kiện, nhân sự là một yếu tố quyết định thành công hay thất bại của sự kiện đó. Mô hình chung nhất cho các cấp bậc của nhóm tổ chức sự kiện sẽ là:

- Quản lý (Event Manager/Event Planner): Người này sẽ chịu trách nhiệm lập kế hoạch và quản lý toàn bộ sự kiện, từ viết kế hoạch cho đến các hạng mục sản xuất, các hạng mục thuê mượn và quản lý rủi ro, phân công nhân sự và những vấn đề sau event.
- Giám sát (Event leader/ Event supervisor): Người này chịu trách quản lý theo từng hạng mục trong event, ví dụ điều phối tiệc, quản lý PGs, quản lý celebrity (người nổi tiếng), phụ trách truyền thông,... - đối với những công ty có quy mô nhỏ thì sẽ bỏ qua cấp bậc nhân sự này mà phân công trực tiếp cho event executive.
- Nhân viên (Event executive): Là người thực hiện các công việc theo sự phân công của Event Manager
- Cộng tác viên/Tình nguyện viên (Helper/Volunteer): Là những người được thuê để làm thời vụ theo dự án, hỗ trợ thực hiện những công việc không đòi hỏi quá nhiều kỹ năng.

Tuy nhiên, tùy theo tầm cỡ của từng sự kiện, nhân sự tham gia thường có sự khác biệt. Có thể chỉ cần một hay người cho những sự kiện nhỏ (tiệc gia đình, sinh nhật, hội thảo...) hoặc vài ngàn người như các sự kiện mang tầm quốc tế, quốc gia (Thế vận hội Olympics, Lễ hội bia Oktoberfest (Đức), Tour de France... Đối với những công ty chuyên tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, chức năng, nhiệm vụ của từng lĩnh vực được phân rõ và chuyên nghiệp theo 3 loại: kim tự tháp (pyramid), network và ma trận (matrix). Mặc dù vậy, những vị trí cơ bản nhất của nghề tổ chức sự kiện vẫn là: Sự liên