

مقرر تنظيم الفعاليات والأحداث الخاصة

Organizing special events and occasions

Prepared by Dr. Sanaa Hashem Alshowa

MKT 411

Organizing special events and occasions

First Lecture



مدخل إلى تنظيم الفعاليات والأحداث الخاصة

First Lecture

MKT 411

Organizing special events and occasions

Prepared by
Dr. Sanaa Hashem Alshowa

المحتويات

- ١- مفهوم الفعاليات والأحداث الخاصة.
- ٢- تطور صناعة الفعاليات.
- ٣- أهمية الفعاليات في العلاقات العامة والتسويق.
- ٤- أنواع الفعاليات والأحداث الخاصة.

تُعد الفعاليات والأحداث الخاصة من أبرز وسائل الاتصال الجماهيري المعاصرة التي تعتمد عليها المؤسسات بمختلف أنواعها، لنقل الرسائل وتحقيق الأهداف التواصلية، سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي، فهي لم تعد مجرد مناسبات احتفالية أو تجمعات عابرة، بل أصبحت أدوات استراتيجية تُوظف ضمن خطط مدروسة تهدف إلى تعزيز الصورة المؤسسية، دعم العلاقات العامة، وتحقيق التفاعل الفعّال مع الفئات المستهدفة. وفي ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم، سواء على مستوى التكنولوجيات الحديثة أو احتياجات الجمهور المتزايدة للتواصل المباشر والفعّال، برزت أهمية تنظيم الفعاليات والأحداث، كجزء لا يتجزأ من المنظومة الاتصالية والإدارية لأي مؤسسة تسعى إلى التميز والتأثير.



مخرجات التعلم: Learning Outcomes

في نهاية المحاضرة سيكون الطلاب قادرين على:

- فهم مفهوم الفعاليات والأحداث الخاصة من خلال المصطلحات والمعنى.
- تحديد أهمية الفعاليات الاتصالية والتسويقية.
- تحديد كيفية تطور صناعة الفعاليات
- التمييز بين أنواع الفعاليات واستخداماتها المختلفة.



First Lecture



الفعاليات



الفعالية باللغة تعني النشاط، واصطلاحاً هي مصطلح يُطلق على التجمعات التي تنظم بغرض تبادل المعرفة، التواصل، التفاعل بين مشاركين يشتركون في اهتمامات واحدة. وتُعرف إجرائياً في هذا المقرر بأنها الحدث الذي ستقوم بتنظيمه لتحقيق أهداف معينة سواء كانت اجتماعية، تجارية، ثقافية ...

التنظيم



التنظيم باللغة هو الترتيب والتنسيق، واصطلاحاً هو تحديد أوجه النشاط اللازمة لتحقيق أي هدف وترتيبها في مجموعات بحيث يمكن إسنادها إلى أشخاص. ويُعرف إجرائياً في هذا المقرر بأنه الكيفية التي تعمل بمقتضاها من أجل إدارة فعالية أو حدث من خلال القيام بمهام التنسيق والرقابة والإشراف لتحقيق الهدف من الفعالية

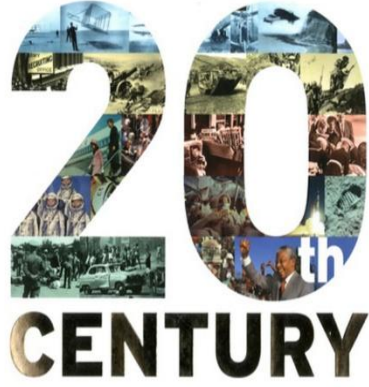
تنظيم الفعاليات هو الإشراف على جميع الجوانب المتعلقة بإقامة الفعاليات، على اختلاف أنواعها. وتشمل هذه العملية: تحديد الأهداف الرئيسية للفعالية، تحديد الجمهور المستهدف، اختيار الموقع المناسب، تصميم البرنامج الزمني، التنسيق مع جميع الأطراف المعنية لضمان التنفيذ السلس، والتفكير بأدق التفاصيل، مثل: تجهيز القاعات والمرافق، ترتيب المعدات التقنية، توفير الخدمات المتنوعة، إدارة الحشود، باختصار هو تقديم تجربة ناجحة تلبي تطلعات العملاء وتترك انطباعاً إيجابياً لدى المشاركين.

تظهر الدلائل التاريخية إلى أن مفهوم الفعاليات ظهر في الوقت الذي تشكلت فيه القبائل داخل المجتمعات المحلية رغم أنها تمت في مرحلة بدائية، من حيث الممارسات الحياتية مثل أعمال الصيد، القتال، الاحتفالات والمناسبات الدينية، وتؤكد الأدبيات أن التطور التاريخي لمفهوم الأحداث والفعاليات قد مرّ بعدة نقاط اتصال والتي بدأت مع عصر اليونان، وروما القديمة، وخاصة عندما استخدمت الأحداث الرياضية، والثقافية لأغراض السياسة. ويعتبر المدرج الروماني (الكولسيوم) من أشهر المعالم التي كانت تجمع الفعاليات والأحداث، أما في الصين فيظهر تقليد قديم تعود جذوره إلى ما قبل ٢٠٠٠ عام يتمثل في تنظيم مهرجان قوارب التنين وهو يعد أحد الأعياد أو المهرجات الكبيرة في دول شرق آسيا

كولسيوم الروماني



بداية القرن العشرين شهدت تحولاً كبيراً في صناعة الفعاليات، حيث بدأت تنظم المعارض التجارية والمؤتمرات الدولية التي تجمع الشركات والمهنيين من مختلف القطاعات. ومع تطور وسائل النقل والاتصالات، بات من الممكن للناس الاجتماع والتفاعل عبر الحدود، مما سهل تنظيم الفعاليات الدولية الضخمة. في عصر التكنولوجيا الرقمية، شهدت صناعة الفعاليات ثورة حقيقية في تواصل الناس وتجربة الأحداث. ظهرت منصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الحجوزات التي سهلت على الجمهور الوصول إلى المعلومات والمشاركة في الفعاليات بسهولة. كما تطورت تقنيات الإنتاج والإضاءة والصوت لتوفير تجارب غامرة وفريدة للحضور.



بفضل التقدم التكنولوجي المستمر، يتوقع أن تستمر صناعة الفعاليات في التطور والابتكار في المستقبل. من المحتمل أن نشهد تكاملاً أكبر بين التكنولوجيا والفعاليات، مثل استخدام الواقع الافتراضي والزمن المناسب لتحسين تجارب الحضور. باختصار، تاريخ صناعة الفعاليات يروي قصة تحول مذهلة من التجمعات البسيطة إلى تجارب ضخمة ومتعددة الأبعاد. هذه الصناعة تعكس قدرة الإبداع البشري على إحداث تأثير إيجابي وتوفير تجارب لا تُنسى للجمهور. ومع استمرار التطور التكنولوجي، فإن مستقبل صناعة الفعاليات مليء بالإمكانيات والفرص الجديدة.



تُعدّ الفعاليات (Events) إحدى الأدوات الاستراتيجية الفاعلة في مجالي العلاقات العامة والتسويق، إذ تسهم في بناء صورة إيجابية للمنظمة وتعزيز تفاعلها المباشر مع الجمهور. تنطلق أهمية الفعاليات من قدرتها على الجمع بين التواصل الوجداني والتجربة العملية، وهو ما يصعب تحقيقه عبر الوسائل الاتصالية التقليدية وسنتطرق لأهميتها من ناحية العلاقات العامة والتسويق .





إدارة الأزمات وتحسين الثقة

تُستخدم بعض الفعاليات
كمنصات لإعادة بناء الثقة
بعد الأزمات عبر الشفافية
والتفاعل المباشر مع
الجمهور المستهدف.



بناء العلاقات مع أصحاب المصالح

تعد الفعاليات وسيلة فعالة
لتقوية الروابط مع العملاء،
ووسائل الإعلام،
والمستثمرين، والمجتمع
المحلي من خلال التواصل
المباشر والتفاعل الشخصي.



تعزيز الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية

تسهم الفعاليات في تكوين
انطباع إيجابي لدى الجمهور
من خلال التجارب المباشرة
التي تعكس قيم المنظمة
ورسالتها، مثل فعاليات
المسؤولية الاجتماعية أو
المعارض التعريفية.



توليد المحتوى التسويقي

ينتج عن الفعاليات محتوى غني يمكن استخدامه لاحقاً في الحملات الإعلانية ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يمدّ أثر الفعالية إلى ما بعد انتهائها.



زيادة الوعي والترويج للمنتجات

تساعد الفعاليات في إطلاق المنتجات الجديدة أو الترويج لخدمات معينة عبر تجربة واقعية تتيح للجمهور التعرف المباشر على القيمة المقدمة.



تعزيز تجربة العلامة التجارية

تمنح الفعاليات المستهلكين تجربة حسية وعاطفية ترتبط بالعلامة التجارية، مما يزيد من الولاء والانتماء لها.



قياس فعالية التواصل

تتيح الفعاليات جمع البيانات والملاحظات من الحضور بشكل مباشر، ما يساعد في تقييم أداء الأنشطة التسويقية وتحسينها.

بناءً عليه تشكل الفعاليات جسراً بين منظومة العلاقات العامة والتسويق، فهي تجمع بين التأثير الاتصالي والقيمة التسويقية في تجربة واحدة. ومن خلال تصميمها وتنفيذها بشكل استراتيجي، يمكن أن تكون الفعاليات أداة محورية لبناء الصورة المؤسسية، وتعزيز الولاء، ودعم أهداف المنظمة طويلة المدى.

اليوم، تشهد صناعة الفعاليات تنوعاً هائلاً في مجالاتها وأنواعها. تتراوح الفعاليات من المؤتمرات الندوات، والمعارض بمختلف أنواعها، بالإضافة إلى الفعاليات الرسمية والمؤسسية، والمناسبات الخاصة إلى الحفلات الموسيقية والمهرجانات الثقافية والترفيهية. وتعتبر الفعاليات الرياضية والترفيهية مصدراً هاماً للترفيه والتواصل الاجتماعي، حيث يتجمع الجمهور لمشاهدة المباريات والحفلات المفضلة لديهم.

المؤتمر: هو اجتماع مجموعة أفراد لفترة زمنية محددة بتدبير مسبق لمناقشة مسألة بصورة علنية بغرض الوصول إلى نتائج محددة

نشأة المؤتمرات:

في أواخر القرن السابع عشر عملت مجموعة من رجال الأعمال في ولاية ميتشجان الأمريكية على تطوير الاجتماع ليكون الخطوة الأولى لعقد المؤتمر. ثم بدأت الكثير من المدة الأمريكية تتبع نفس الطريقة ونفس الأسلوب إلى أن أنشأ الاتحاد الأمريكي للفنادق كتنظيم متخصص لاستضافة الجمهور في منتصف القرن العشرين. وفي عام ١٩٥٨ أنشأت أول هيئة قومية للمؤتمرات في بلجيكا، ومن ثم تبعها إنشاء هيئات في كل من فرنسا وسويسرا وإنجلترا لاحقاً.



يمكن تحديد نوع المؤتمر وفق عاملين: النطاق الجغرافي، والموضوع.

أولاً وفق النطاق الجغرافي وينقسم إلى:

المؤتمرات المحلية: تختص بموضوع أو قضية معينة في نطاق ضيق داخل البلد ذاته بحيث يتشارك فيه الخبراء والمختصون من البلد نفسه.

المؤتمرات الإقليمية: يتسع النطاق الجغرافي لهذه المؤتمرات ليشمل مجموعة كبيرة من الدول تقع في منطقة جغرافية واحدة، حيث يتناول موضوع أو عدة مواضيع تهم مصالح تلك الدول.

المؤتمرات الدولية: نطاقها الجغرافي أكثر اتساعاً ليضم الدول والمنظمات الإقليمية والدولية بحيث يشارك به عدد ضخم من الشخصيات والمختصين ويتم مناقشة قضية رئيسة تمس مصالحهم



ثانياً وفق الموضوع وينقسم إلى:



الندوة: هي عملية التقاء مجموعة من الأفراد أمام جمهور، على أن يقوم الأفراد بمناقشة موضوع يهم الجمهور، وذلك ليستفيد الجمهور من خبرات الأفراد، ويتوفر للندوة مدير لها، على أن تكون في موقع وزمان وموضوع تم تحديدهم من قبل.

ما هو الفرق بين الندوة والمؤتمر؟

الندوة: اجتماع غير مطوّل في مجال محدد لفترة زمنية قصيرة وقد تأخذ صفة رسمية أو غير رسمية، بينما **المؤتمر** فهو تجمع رسمي بمحاور محددة فترته الزمنية أطول من الندوة ويعالج محاور أكثر من الندوة ويستغرق التنظيم له فترة وجهد أكثر من الندوة.



المعارض: هي أداة تسويقية فعالة هدفها جمع المنتجات بكافة أنواعها مع المهتمين بهذه المنتجات في مكان واحد وبشكل يقدم المنتجات مع قيمة مضافة.

ما هي أنواع المعارض؟

المعارض التجارية: تقام عدة مرات بشكل دوري وبانتظام، ويقوم فيها التجار والبائعون بعرض منتجاتهم وبضائعهم بهدف الترويج للبضائع والبيع والشراء المباشر.

المعارض الصناعية: هي المكان الذي يتم فيه عرض المصنوعات المختلفة، وتجميع جميع الصناعات في مكان واحد، حيث يلتقي الصناع وأصحاب المصانع والمستثمرين لعرض وتسويق منتجات صناعية.



المعارض الثقافية: تختص بمعارض الكتب، والمنتجات الفكرية والأدبية عامة، وتتميز بملتقياتها الفكرية، حيث يلتقي المثقف بجمهور لعرض أحدث مؤلفاته وأعماله.

المعارض الفنية: هي الفضاء الإبداعي الذي تلتقي فيه الفنون بمختلف أنواعها وأشكالها، وأحجامها وهيئاتها وقيمتها، مع الجمهور والنقاد والمهتمين عبر وسيط مكاني وزماني. وللمعارض الفنية أنواع منها (المعرض الفردي، المعرض الجماعي).



الفعاليات الترفيهية: هي مجموعة واسعة من الأنشطة والأحداث التي تهدف إلى الترفيه عن الجمهور وإسعادهم وتحديث بصورة مؤقتة أو دورية.





الفعاليات الرياضية

وتتمثل بالبطولات الرياضية
مثل مباريات كرة القدم
والماراثونات وسباقات الجري
بمشاركة أعمار متعددة



المهرجانات

مهرجانات الطعام وتجارب
الطهي من مختلف المطابخ
ومهرجانات ترفيهية ثقافية



الحفلات الموسيقية

وتتمثل بحفلات وعروض
مسرحية حيّة لفنانين وفرق
موسيقية مشهورة أو
عروض الأوركسترا
الموسيقى الكلاسيكية



الفعاليات الخيرية

تنظيم حفلات لجمع التبرعات
لأسباب إنسانية وتنظيم أسواق
لبيع منتجات لصالح الجمعيات
الخيرية، وإقامة مسابقات
لأسباب خيرية.



الفعاليات التفاعلية

مسابقات ألعاب الهروب
وألعاب الواقع الافتراضي
والألعاب الإلكترونية
والفعاليات الخاصة بها.



العروض المسرحية والسينمائية

فعاليات المسرحيات الدرامية
والكوميديّة والموسيقية،
والعروض السينمائية للأفلام
وسينما الهواء الطلق

ولمزيد من التوضيح يظهر الرابط أدناه أحد أشهر الفعاليات الترفيهية وهو حفل جوي أووردز

<https://shahid.mbc.net/ar/player/episodes/%D8%AD%D9%81%D9%84-%D8%AA%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B9-%D8%AC%D9%88%D8%A7%D8%A6%D8%B2-%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D9%81%D9%8A%D9%87-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B3%D9%85-2026-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%84%D9%82%D8%A9-2/id-49923678764138>



المناسبات الخاصة: هي المناسبات المرتبطة بأحداث شخصية أو عائلية وتأخذ أهمية خاصة في مجال تنظيم الفعاليات نتيجة الاهتمام المتزايد بهذه المجالات في الآونة الأخيرة. ومن أمثلتها:



أعياد الميلاد



حفلات الزفاف



رحلات ترفيهية



حفلات التخرج

الفعاليات المؤسسية: هي أنشطة أو أحداث تنظمها الشركات أو المؤسسات لتحقيق أهداف تجارية محددة. مثل: تعزيز التواصل الداخلي أو الخارجي، أو بناء العلاقات مع العملاء، أو إطلاق منتجات جديدة، أو تعزيز ثقافة الشركة، وتُعدّ إستراتيجية لتعزيز السمعة وزيادة المبيعات، أو تحقيق التكامل بين الفرق



الفعاليات المؤسسية الداخلية:

(١) مؤتمرات الموظفين.

(٢) فعاليات بناء فرق العمل.

(٣) حفلات تكريم الموظفين والحفلات السنوية.

(٤) دورات تدريبية وورش عمل.



الفعاليات المؤسسية الخارجية:

- (١) المؤتمرات والمعارض الخارجية.
- (٢) فعاليات إطلاق منتجات جديدة.
- (٣) الفعاليات التسويقية مثل العروض الترويجية أو التجارب التفاعلية للعملاء.
- (٤) الفعاليات الخيرية أو المجتمعية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- (٥) الفعاليات الهجينة وهي تجمع بين الحضور المادي والافتراضي عبر منصات رقمية.

تنظيم حفلات إطلاق المنتجات هو أحد أهم أدوات التسويق الفعّالة التي تعتمد عليها الشركات لعرض منتج جديد أمام الجمهور بطريقة احترافية ومؤثرة، تجمع بين الإبهار البصري والتجربة المباشرة للمنتج. الهدف من هذه الحفلات هو خلق انطباع أول قوي عن العلامة التجارية، وإثارة فضول الجمهور، وتحفيز وسائل الإعلام والمؤثرين على التفاعل والمشاركة، مما ينعكس مباشرة على المبيعات والوعي بالعلامة. يعتمد نجاح الحدث على تنسيق كل التفاصيل بعناية، من الفكرة والديكور إلى العروض التفاعلية والتغطية الإعلامية.



تنظيم هذا النوع من الحفلات ليس مجرد مناسبة احتفالية، بل استراتيجية تسويقية مدروسة تحمل أهدافاً محددة:



لمزيد من التوضيح يظهر الرابط ادناه حفل إطلاق أحد المنتجات

<https://aawsat.com/%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84/5221740-honor-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81-magic8-pro-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84-%D8%AD%D9%81%D9%84-%D8%A5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AB%D9%86%D8%A7%D8%A6%D9%8A>

HONOR تكشف عن هاتف MAGIC8 PRO في السعودية خلال حفل إطلاق استثنائي



الفعاليات الرسمية تتمثل بجميع الفعاليات ذات الطابع السياسي كالمؤتمرات الحزبية، والمناظرات الانتخابية، ولقاءات جماهيرية تتعلق بالشأن السياسي، وتنظم هذه الفعاليات بعناية كبيرة وضمن بروتوكولات خاصة





حملات انتخابية



حفلات استقبال

أعياد الاستقلال

هناك مجموعة من الفروقات بين تنظيم الفعاليات الرسمية وغير الرسمية منها:

أولاً أسلوب التنظيم:

في الفعاليات الرسمية يتم التركيز على الدقة، الترتيب الزمني الصارم، البروتوكولات، أما في الفعاليات غير الرسمية يكون التنظيم أكثر مرونة وانسيابية، حيث يمكن تعديل الفقرات، أو السماح بالتفاعل، مما يجعل الأجواء أكثر تحملاً وخفة.



هناك مجموعة من الفروقات بين تنظيم الفعاليات الرسمية وغير الرسمية منها:

ثانياً نوع الجمهور:

الجمهور في الفعاليات الرسمية غالباً ما يكون من الشخصيات الاعتبارية لهذا يراعى التعامل الرسمي، والتواصل المهني، وحتى نوع الكلمات المستخدمة، أما في الفعاليات غير الرسمية تستهدف جمهوراً أكثر تنوعاً وعفوية، ويتم اعتماد لغة تواصل بسيطة ومباشرة وأحياناً مرحة.



هناك مجموعة من الفروقات بين تنظيم الفعاليات الرسمية وغير الرسمية منها:

ثالثاً الديكور والتصميم البصري:

يعتمد الديكور في الفعاليات الرسمية على ألوان محايدة، أنماط بسيطة، أناقة كلاسيكية، وتستخدم تجهيزات راقية تعكس هوية المناسبة، أما في الفعاليات غير الرسمية فهناك مساحة للإبداع والانطلاق، وتستخدم الألوان الزاهية، العناصر التفاعلية، الإضاءة الديناميكية، وحتى الزينة غير التقليدية



هناك مجموعة من الفروقات بين تنظيم الفعاليات الرسمية وغير الرسمية منها:

رابعاً التفاعل مع الحضور:

في الفعاليات الرسمية يكون التفاعل محكوماً ويلتزم الحضور بالبروتوكول العام للفعالية، بينما في الفعاليات غير الرسمية يكون التفاعل مفتوحاً وحيوياً يشمل الأنشطة التفاعلية وتتيح للجمهور المساهمة في المحتوى مما يخلق حالة من الاندماج والمرح.





تحولت الفعاليات اليوم بمختلف مكوناتها وروافدها إلى قوة ناعمة مؤثرة تمارس دورها عبر اللقاءات الاقتصادية والثقافية والدبلوماسية وتسهم في بناء صورة إيجابية للمؤسسة ونشر قيمها وتعزيز حضورها على كافة المستويات، حيث لم يعد الأمر مقتصرًا على الترويج أو التعريف بل أصبحت الفعاليات جسراً لبناء التحالفات الإقليمية والدولية ومنصات حيوية لتعزيز الحوار والتواصل الحضاري بين الشعوب.

موضوعات المحاضرة القادمة

ستتمحور المحاضرة القادمة حول الأمور الآتية:

- تخطيط الفعاليات من خلال:

- ✓ تحديد أهداف الفعالية.

- ✓ دراسة الجمهور المستهدف.

- ✓ اختيار الفكرة والرسالة.

- ✓ إعداد الجدول الزمني.





Thank You