

**KÖZMŰVELŐDÉSI ISMERETEK
EMELT SZINTŰ ÍRÁSBELI VIZSGA
JAVÍTÁSI-ÉRTÉKELÉSI ÚTMUTATÓ
A MINTAFELADATOKHOZ**

Rendezvényismeret

1. Fogalmazza meg esszészerűen egy egynapos rendezvény megvalósításának folyamatát, annak legfőbb lépéseit! Sorolja fel részletesen, hogy az egyes szakaszokhoz milyen tevékenységek tartozhatnak! 15 pont

A rendezvényszervezés több szakaszból áll, legfőbb szakaszai az tervezés/ szervezés, lebonyolítás/megvalósítás, zárás/értékelés. A projektmenedzsment elveit, annak szakaszait lehet követni.

A rendezvényszervezés folyamatának főbb szakaszai, lépései (többféle megoldás, szakaszolás is elfogadható)

1. A rendezvény ötlete, kezdeményezése

2. A rendezvény helye az intézmény/ szervezet életében

3. Tervezés, kidolgozás, a rendezvény előtti feladatok:

- szervezők kijelölése
- helyszín kiválasztása
- időpontválasztás
- tárgyi és infrastrukturális feltételek biztosítása
- programterv és időterv összeállítása
- költségvetés, üzleti tervezés, kalkuláció készítése
- nyomtatványok, kiadványok tervezése
- kiegészítő szolgáltatások szervezése (pl. szállás, vendéglátás, transzfer – közlekedés, turisztikai programok)
- lebonyolítási forgatókönyv készítése
- előzetes regisztráció
- jogi kérdések, szerződéskötések
- marketingfeladatok
- protokoll
- egyéb: pl. hatósági engedélyek beszerzése (közterület, rendőrség, vám, tűzoltóság, orvosi ügyelet, stb.)

4. Finanszírozás

5. A rendezvény lebonyolítása, végrehajtása:

- a vendégek fogadása (közlekedés, szállítás szervezése)
- programok koordinációja
- információs anyagok bekészítése, átadása
- helyszíni regisztráció
- információs iroda/pult működtetése
- biztonsági intézkedések (pl. teremfelügyelet, ruhatár)
- marketing és PR feladatok
- rendezvény alatti protokoll
- technika biztosítása és működtetése
- installáció, díszítés
- bontás, tereprendezés, takarítás
- zárás

6. Lezárás, értékelés a rendezvény utáni feladatok

- pénzügyi elszámolás, utókalkuláció
- PR cikkek, sajtóanyagok összegyűjtése
- köszönetek, köszönőlevelek küldése
- a rendezvény hatásvizsgálata
- értékelés
- egyéb pl. referencia kérése

Értékelés:

Többféle megoldás, többféle szakaszolás lehetséges.

Legfontosabb a tervezés/ szervezés, lebonyolítás/megvalósítás, zárás/értékelés megjelenítése.

szakaszok jelzése és átláthatósága: 2 pont

A szakaszok megnevezése elemenként 1 pont, maximum 6 pont

Az egyes szakaszok tevékenységeinek felsorolása: elemenként 1 pont

2. Írjon 1-1 példát az alábbi rendezvénytípusokra!

5 pont

a) Magán (családi) rendezvények: esküvő, leánybúcsú, legénybúcsú, házassági évforduló, születés-, névnapi rendezvény, gyerekzsúr, keresztelő, temetés, stb.

b) Üzleti rendezvénytípusok: üzleti konferencia, kongresszus, értekezlet, vándorgyűlés, szimpózium, gála, fesztivál, road-show (több helyszínes, azonos forgatókönyvű rendezvénytípus), képzés, vita, műhelymunka, termékbemutató, kiállítás, vásár, promóciós rendezvény, csapatépítő rendezvény, munkaebéd, stb.

c) Sajtórendezvények: sajtótájékoztató, sajtókonferencia, sajtóreggeli/ebéd/vacsora, háttérbeszélgetés, sajtónyilvános esemény, stb.

d) Állami rendezvények: nemzeti ünnepek, emléknapiak, kitüntetés átadása, szerződés aláírása, állami vezetők fogadása, stb.

e) Társadalmi rendezvények: lakossági fórumok, tüntetés, demonstráció, felvonulás, sztrájk, munkabeszüntetés, petíció átadása, akciók, bojkott, étlánc, egyéb mozgalmi események

Értékelés:

Többféle megoldás, többféle szakaszolás lehetséges.

Elemenként 1 pont, összesen maximum 5 pont adható.

3. Mit tartalmazzon egy rendezvény forgatókönyve? Vázzon egy egyszerű forgatókönyvsablont!

5 pont

Többféle megoldás fogadható el, a legfontosabb elemek a rendezvény neve, a rendezvény időpontja/időtartama, a rendezvény helyszíne(i), felelősei

Például:

<i>A rendezvény megnevezése:</i>	<i>időpontja:</i>	<i>helyszín:</i>	<i>főszervező:</i>
feladat megnevezése	határidő/időpont	rendezvényhelyszín	felelős
feladat1			
feladat2			

Értékelés:

Maximum pont akkor jár:

- ha táblázatos formát jelez a válaszadó
 - ha az alábbi elemek szerepelnek: a rendezvény neve, a rendezvény időpontja/időtartama, a rendezvény helyszíne(i), felelősei
- Maximális pontszám: 5 pont

A rendezvényszervezés jogi alapjai

4. Válassza ki a rendezvényszervezőnek azt azon kötelezettségét, amelyeket egy nyilvános utcaból rendezésekor a szerzői jogokkal kapcsolatban az Artisjus Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület felé köteles teljesíteni!
Jelölje aláhúzással a helyes meghatározást! (Több válasz is lehetséges!)

4 pont

- a.) bejelentési kötelezettség,**
- b.) adatszolgáltatási kötelezettség,**
- c.) műsorközlési kötelezettség,**
- d) biztosítási kötelezettség
- e.) jogdíjfizetési kötelezettség**

Értékelés: Valamennyi helyes aláhúzás 4 pont. Minden hiányzó, vagy hibás válasz -1 pont.

5. A szerződésben szereplő szolgáltatások ellenértékét különböző mértékű általános forgalmi adó (Áfa) terheli. Soroljon fel olyan eseteket, amikor a szolgáltatást nem terheli Áfa, röviden ismertesse az Áfa mentesség okait!

7 pont

- az általános forgalmi adó mértéke: **0%, 5%,18%,27%**
- **alanyi adómentesség: az adózó alanyi jogon mentesül az ÁFA alól, azaz vállalkozás értékesítései után nem számít fel áfát, de beszerzéseinél sem vonhatja le azt**
- **tárgya adómentesség: a tevékenység ellátása esetén maga a tevékenység mentesül az általános forgalmi adó megfizetése alól**
- **18 %-os Áfa terheli a zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről szóló 23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet 2012. január 1. napján hatályos állapota szerint meghatározott alkalmi szabadtéri rendezvényre történő, kizárólag belépést biztosító szolgáltatás**

Értékelés:

Minden helyes fogalom 1 pont, maximálisan 7 pont.

6. Milyen feladatai vannak a rendezvényszervezőnek a rendezvény megfelelő egészségügyi biztosításában?

(A tétel során használható segédeszköz: 5/2006. (II.7.) EüM. vagy aktuális hatályos rendelet a rendezvényekhez kapcsolódó egészségügyi rendelkezésekről)

14 pont

- a rendezvényen résztvevők baleset- és egészségvédelmi biztonságának fontossága
- dohányzásra kijelölt hely,
- biztonsági intézkedések megtétele, információközlés a tiltott eszközök használatáról, illetve a dohányzásról
- gyalogőrség, esetkocsi, mentőgépkocsi, rohamkocsi szükség szerinti biztosítása
- 1000 fő alatti rendezvény esetén rendezvénybiztosítás akkor is szükséges, ha a rendezvényt kifejezetten betegek vagy időskorúak számára szervezik, illetve jogszabály az esemény, sportesemény jellegére tekintettel azt kötelezően előírja.

Értékelés:

Minden helyes fogalom 1 pont, maximálisan 14 pont. Maximális pontszám akkor adható, ha a válaszból egyértelműen kiderül, hogy a vizsgázó tisztában van a fogalmak jelentésével, a vonatkozó írott és íratlan előírásokkal. Szakmai szempontból helytelen vagy nem pontos megfogalmazás esetén a pontszám csökkenthető.

A rendezvények költségvetése

7. Sorolja fel a pályázatok finanszírozásának három módját!

3 pont

1. előfinanszírozó
2. utófinanszírozó
3. vegyes finanszírozású

Értékelés:

Helyes válaszonként 1 pont. Elérhető maximális pontszám: 3 pont.

8. Fejtse ki, hogy mi a szponzoráció!

7 pont

- A szponzorálás egy adott program egyszeri vagy hosszú távú folyamatos anyagi, némely esetben természetbeni támogatása. A szponzor természetesen valamely üzleti érdek miatt adja a támogatást, amely a legtöbb esetben nem jár ellenszolgáltatással. Érdemes a támogatást és formáját írásban rögzíteni.
- A szponzori motivációk megismerése: A szponzor nem magától jön, hanem valamilyen érdeke megkívánja, hogy támogassa rendezvényünket
- A szponzor általa gyártott termék, adott szolgáltatás a résztvevői kör számára releváns - az image építése szempontjából fontos a szponzor számára – (szociálisan érzékeny)
- A megfelelő szponzor választása:
- a szponzor tevékenysége kapcsolódjon a konferencia céljaihoz, résztvevői köréhez
- a szponzor legyen hiteles, értékelvű
- Szponzori támogatás megkötése: szponzorok támogatási politikájának megismerése fontos előkészítő feladatunk szponzori támogatási szerződések megkötéséhez.

-
- **A szponzori szerződés két vagy több személy, jogi személy, szervezet egybehangzó, joghatás kiváltására irányuló akaratnyilatkozata; olyan ígéret vagy megállapodás, amit a jog elismer és akár kényszerítheti is a betartását.**

Értékelés:

A szponzoráció fogalmának pontos meghatározása, a tevékenység pontos leírása, a szponzori motiváció kifejtése az értékelési szempont. Maximálisan adható pontszám: 7 pont.

9. Készítse el egy képzőművészeti kiállítás költségvetési tervét! 15 pont

- **költségvetés készítése**
- **a költségvetés elkészítésének elvei: - valóság elve - pontosság elve - takarékoság elve - a költségvetés áttekinthetősége - az egyensúly elve**
- **kiadások típusai: bér jellegű kiadások - előadók tiszteletdíja, járulékok és dologi kiadások (anyagköltség, szolgáltatások vásárlása, műsor költségei, rezsi, kommunikációs költség)**
- **kiadások jogcíme lehet:**
 - kiállításrendező tiszteletdíja,**
 - megnyitó személy tiszteletdíja,**
 - szállítási költség,**
 - biztosítási költség,**
 - installálás költsége (tervezés, grafika, kivitelezés költsége),**
 - szakmai anyagköltség,**
 - utazási költség,**
 - szállásköltség,**
 - terembérleti díj,**
 - biztonsági őrzés, analóg és digitális képkidolgozás,**
 - reklám és propaganda költségek (szórólap, molinó, plakát),**
 - fotós tiszteletdíja,**
 - műtárgykölcsönzés,**
 - jogdíj,**
 - katalóguskészítés nyomdaköltsége.**
- **bevételek jogcíme lehet:**
 - belépőjegy**
 - pályázati támogatás**
 - szponzori támogatás**
 - költségvetési támogatás**
 - természetbeni felajánlás**
 - hirdetési bevétel**

Értékelés:

Mennyire használja pontosan a fogalmakat. Kiadási és bevételi jogcímek pontos meghatározása. A költségvetés kiadásainak és bevételeinek pontos, tételes elkészítése. Maximális 15 pont a tétel teljes körű kidolgozása esetén jár.

Közönségkapcsolat és marketingkommunikáció

10. Sorolja fel az ATL (Above The Line) és a BTL (Below The Line) marketingkommunikációs eszközöket! 7 pont

ATL (above the line) eszközök:

nyomtatott sajtó, szabadtéri eszközök, rádió, televízió, mozi, internet

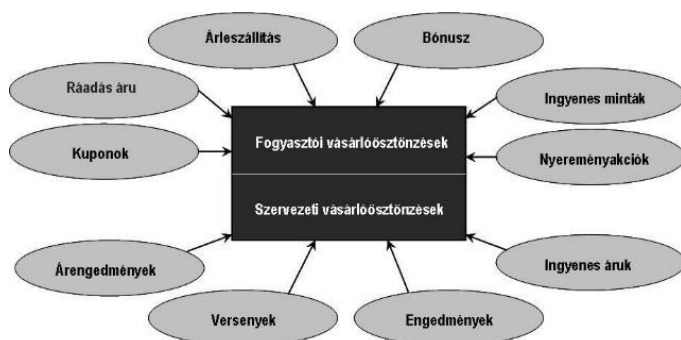
BTL (below the line) eszközök:

**direkt marketing, vásárlásösztönzés, vásárláshelyi reklám, eseménymarketing, rendezvények vásárok, kiállítások
szponzorálás
személyes eladás
public relations
nyomtatványok**

Értékelés: Minden helyes fogalom 1 pont, maximálisan 7 pont.

11. Ismertesse és elemezze az alábbi ábrát!

9 pont



Kreatív feladat, megoldási lehetőség pl.:

A különböző promóciós eszközöket elsősorban két csoport: a végső fogyasztók és a közvetítő kereskedők esetében lehet hatékonyan alkalmazni.

**Végső felhasználók számára kitalált és alkalmazott eladásösztönző eszközök:
Nyereményjátékok**

Gyűjtőakciók. Ennek az igen gyakran alkalmazott eszköznek a lényege, hogy a termék csomagolásán levő kódot, logót, márkanévet, stb. kell meghatározott számban összegyűjteni, majd visszaküldeni a gyártó címére. Az összegyűjtött dolgokért cserébe kisebb-nagyobb ajándékokhoz juthat a fogyasztó

Kód beküldése. A fenti nyereményjáték egyszerűbb formája, ebben az esetben elegendő egy terméket megvásárolni, s a csomagoláson/csomagolásban megtalálható kódot kell sms-ben, e-mail-ben visszaküldeni.

Versenyek. A gyártó cég a termékével kapcsolatban ad feladatot, pl. rajzverseny gyerekek számára, fotópályázat – a termék használatát bemutató fényképekkel,

élelmiszerek esetén receptpályázat, stb. A verseny célja, hogy személyes kötődés alakuljon ki a vállalat és a fogyasztó között.

Bonus (bónusz). Jelentése: értéktöbblet. A fogyasztó plusz adaghoz jut az adott termékből, felár fizetése nélkül.

Prémium. A már ismert és bevált márkák mellé ingyenes ajándékot csatolnak.

Ingyenes minták. Ezeket az általában kisméretű árukat vagy házhoz szállítják, vagy a kereskedelmi egységekben adják át.

Kuponok: a postaládába bedobott, mely új márkák kipróbálására ösztönöz, a magazinban elhelyezett, mely az előzőnél olcsóbb lehetőség a vállalatok számára, a csomagoláson lévő kupon, melynek célja, hogy ugyanazon termék újravásárlására ösztönözzön.

Árengedmények. Ez a típusú ösztönzés kézzelfogható értéket jelent a vásárló számára, ezért egyértelműen ösztönöz a vásárlásra.

A kereskedőket ösztönző módszerek:

Árengedmények. A gyártók a kiskereskedőnek a vásárlás fejében árengedményt ajánlanak fel. Az sem ritkaság, hogy az ötletet a kereskedelmi oldal kezdeményezi. A kedvezmény fejében a kereskedő nemcsak a vásárlást, hanem esetleg a nagyobb átvett mennyiséget, a nagyobb polcfelületet, árubemutató/kóstoló megtartásának lehetőségét, közös versenyben való részvételt is biztosíthat a gyártónak.

Ingyenes áruk. Az árengedmény változata, ugyanazért az árért több árut kap a kereskedő a vállalattól.

Egyéb engedmények. A gyártók engedményt (polcpénzt) ajánlhatnak fel a közvetítő kereskedőnek, ha a polcon a vásárlókat ösztönző módon helyezik ki a termékeiket. Szintén fizet a gyártó, ha azt szeretné, hogy a kereskedő reklámozza a termékét.

Értékelés:

Minden helyes fogalom 1 pont, maximálisan 9 pont. Maximális pontszám akkor adható, ha a válaszból egyértelműen kiderül, hogy a vizsgázó megértette az ábrát és tisztában van a fogalmak jelentésével. Szakmai szempontból helytelen vagy nem pontos megfogalmazás esetén a pontszám csökkenthető.

12. Milyen marketingstratégiákat ismer? Soroljon fel legalább hármat és röviden ismertesse őket! 9 pont

Versenyszerési stratégiák:

Piacvezető vállalatok: akik legnagyobb piaci részesedéssel (a lehetséges forgalomból megszerzett rész) rendelkeznek. Céljuk a pozíciójuk megtartása, így a stratégiájuk jellemzően védekező.

Kihívók: akik a piacvezetőket támadják, céljuk, hogy megelőzzék őket. Emiatt a jellemző stratégiájuk a támadás.

Követő vállalatok: a piacvezetőket követik, "utánozzák". Hasonló termékekkel és szolgáltatásokkal jelennek meg a piacon. jellemzően kis és középvállalatok stratégiája. Igyekeznek valamiben különlegeset nyújtani a célpiacnak.

Meghúzó vállalatok: általában gerilla stratégiát folytatnak, ott támadják a nagy vállalatokat, ahol azok a leggyengébbek, támadásaik kiszámíthatatlanok, váratlanok és gyorsak.

Porter-i stratégiák: költségdiktáló stratégia a nagyvállalatok stratégiája. Célja a lehető legalacsonyabb ár tartása, és ezzel a versenytársak kiszorítása a piacról.

Differenciáló stratégia: lényege, hogy valamiben különlegesebbet, többet, eltérőt adunk, mint a versenytársak, és ezzel szerzünk versenyelőnyt.

Koncentráló stratégia esetén egy szegmensre koncentrálnak és az ő speciális igényeiket kívánjuk kielégíteni.

A termék-piac stratégia vagy Ansoff-mátrix lényege, hogy összehasonlítjuk, hogy a vállalat régi vagy új piaci szegmessel áll kapcsolatban és régi vagy új termékkel igyekszik azokat kielégíteni.

Az STP stratégia

Célpiaci (vagy STP) marketingstratégia elemei:

- szegmentálás,
- piacválasztás,
- pozicionálás.
- megvalósítás
- ellenőrzés, visszacsatolás, értékelés

Értékelés:

Minden helyesen ismertetett stratégia 3 pont, maximálisan 9 pont. Maximális pontszám akkor adható, ha a válaszból egyértelműen kiderül, hogy a vizsgázó tisztában van a fogalmak jelentésével. Szakmai szempontból helytelen vagy nem pontos megfogalmazás esetén a pontszám csökkenthető.