

Examensarbete, Högskolan på Åland, Utbildningsprogrammet för Hospitality  
Management

# **EVENEMANG PÅ ÅLAND**

## **- planeringsfasens betydelse**

Kristine Dzene



2017:41

Datum för godkännande: 01.12.2017  
Handledare: Therese Sjöblom

# EXAMENSARBETE

## Högskolan på Åland

<b>Utbildningsprogram:</b>	Hospitality Management
<b>Författare:</b>	Kristine Dzene
<b>Arbetets namn:</b>	Evenemang på Åland - planeringsfasens betydelse
<b>Handledare:</b>	Therese Sjöblom
<b>Uppdragsgivare:</b>	

<b>Abstrakt:</b>
<p>Evenemang är idag en egen industri. För att samhället ska kunna nyttja fördelarna som kommer ur ett väl utfört evenemang, krävs det planering och marknadsföring. Syftet med detta arbete är att få mera kunskaper om det hur man planerar, genomför och utvärderar olika evenemang på Åland.</p> <p>Resultatet baseras på följande frågeställning: Hur planeras evenemang? Hur genomförs evenemang? Hur utvärderas evenemang?</p> <p>I arbetet tillämpas teorierna om evenemangets fyra faser, produktlivscykel samt Donald Getz teori om marknadsföringens 7 P</p> <p>Undersökningen baserar sig på kvalitativa intervjuer med fyra evenemangsarrangörer. Resultatet visar att alla arrangörer har rätt så olika strategier och planeringsprocess. Ju större evenemang desto mer komplicerad planering, större finansiering samt kraftigare marknadsföring behövs.</p>

<b>Nyckelord (sökord):</b>
Evenemang, marknadsföring, strategier, planering, genomförande, utvärdering

<b>Högskolans serienummer:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Språk:</b>	<b>Sidantal:</b>
2017:41	1458-1531	Svenska	45 sidor

<b>Inlämningsdatum:</b>	<b>Presentationsdatum:</b>	<b>Datum för godkännande:</b>
11.12.2017	30.11.2017	01.12.2017

# DEGREE THESIS

## Åland University of Applied Sciences

<b>Study program:</b>	Hospitality Management
<b>Author:</b>	Kristine Dzene
<b>Title:</b>	Events on Åland - importance of the planning phase
<b>Academic Supervisor:</b>	Therese Sjöblom
<b>Technical Supervisor:</b>	

<b>Abstract:</b>
<p>Today events are their own industry. It requires planning and marketing for society to be able to use the benefits that come from a well-executed event. The purpose of this work is to get more knowledge about how to plan, implement and evaluate various events on Åland. The result is based on the following question: How to plan events? How to implement events? How to evaluate events?</p> <p>The work applies the theories of the four phases of the event, product life cycle and Donald Getz's theory of the 7 P of marketing.</p> <p>The survey is based on qualitative interviews with four event organizers.</p> <p>The result shows that all organizer have different strategies and planning processes. The bigger the event the more complicated planning, greater financing and more powerful marketing is needed.</p>

<b>Key words:</b>
Events, marketing, strategies, planning, implementation, evaluation

<b>Serial number:</b>	<b>ISSN:</b>	<b>Language:</b>	<b>Number of pages:</b>
2017:41	1458-1531	Swedish	45 pages

<b>Handed in:</b>	<b>Date of presentation:</b>	<b>Approved on:</b>
11.12.2017	30.11.2017	01.12.2017