

Anne Autio

**Kehittämisideoita tapahtumajärjestämisen prosessiin  
Tampereen ammattikorkeakoulussa**

Opinnäytetyö

Kevät 2016

Liiketoiminta ja kulttuuri

Kulttuurituotannon koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

**Opinnäytetyön tiivistelmä**

Koulutusyksikkö:	Liiketoiminta ja kulttuuri	
Koulutusohjelma:	Kulttuurituotanto	
Suuntautumisvaihtoehto:		
Tekijä:	Anne Autio	
Työn nimi:	Kehittämisideoita tapahtumajärjestämisen prosessiin TAMKissa	
Ohjaaja:	Jussi Kareinen	
Vuosi: 2016	Sivumäärä: 39 (63)	Liitteiden lukumäärä:

---

Olen työskennellyt Tampereen ammattikorkeakoulussa (TAMK) vuodesta 1996, eli koko TAMKin olemassaoloajan ja lähes yhtä pitkään kuin ammattikorkeakoulujärjestelmä on ollut Suomessa. Siitä asti kun ammattikorkeakoulut ovat aloittaneet toimintansa myös tapahtumien ja tilaisuuksien järjestäminen on lisääntynyt valtavasti. Uudella järjestelmällä oli tarve osoittaa olemassaolonsa oikeutetuksi. Brändin rakentaminen alkoi nopeasti. Järjestelmä piti tehdä tunnetuksi sekä kansallisia että kansainvälisiä yhteistyökumppaneita varten. Menestyminen ja kilpailukyky ovat antaneet uskottavuutta toimintaan ja talouteen.

Korkeakoulun päätehtävänä on opetus. Henkilöt jotka osallistuvat tapahtumien ja tilaisuuksien järjestämiseen, tekevät sitä usein oman tehtävänsä ohella. He ovat kokemuksen kautta oppineet miten tapahtuma TAMKissa järjestetään. Uudelle tapahtumajärjestäjälle ei ole olemassa ohjeistuksia. Tietotaito on koottu ja olemassa vain joidenkin harvojen mielessä (hiljainen tieto).

Käytännön kokemuksen ja tehtävän kiinnostavuuden takia halusin selkeyttää ja kehittää tapahtumajärjestämisen prosessia TAMKissa. Uskon että yhteisöllemme on tärkeää järjestää korkealuokkaisia paikallisia, kansallisia ja kansainvälisiäkin tapahtumia. Haluan, että vieraamme viihtyvät ja nauttivat hyvin järjestetystä tapahtumasta ja miellyttävästä ilmapiiristä.

Avainsanat: ohjeistus, prosessi, tapahtuma, tilaisuus, järjestäminen

**Thesis abstract**

Faculty:	Culture, Frami Seinäjoki (SEAMK)
Degree programme:	Degree Programme in Cultural Management
Specialisation:	
Author/s:	Anne Autio
Title of thesis:	Ideas to Improve the Process of Organizing Events in TAMK
Supervisor(s):	Jussi Kareinen
Year: 2016	Number of pages: 39 (63) Number of appendices:

---

I have been working in Tampere University of Applied Sciences (TAMK) since 1996. My career is as long as TAMK has existed and almost the whole history of universities of applied sciences in Finland. Since this education system was grounded, events and conferences have increased enormously. TAMK, as well as other institutions wanted to become visible and to have national and international co-operation. Of course this all affects to competitiveness and desire to have company's finance in good balance.

The main task of TAMK as all other schools is to teach. The persons who usually organize events and conferences in these organizations are normally doing something else as everyday work. They have been learning how to organize events, but there is no proper instructions or advices for the new organizer. Knowledge has been collected and kept only in few persons minds and too often as a silent knowledge.

Because of my own experience and a long praxis, I wanted to collect the advices and to develop and describe the process of ordering events in TAMK. I think it's very important that all we organize is highly qualified and our guests can come here to enjoy Finland and Tampere and of course well-organized event and comfortable atmosphere.

Keywords: event, happening, organize, process, qualified, advice

## SISÄLLYSLUETTELO

Opinnäytetyön tiivistelmä .....	1
Thesis abstract.....	2
SISÄLLYSLUETTELO .....	3
1 JOHDANTO .....	5
1.1 Taustaa.....	5
1.2 Haaste .....	5
1.2 Käytännön toteutus.....	6
2 TUTKIMUSSUUNNITELMA.....	7
2.1 Kohde ja kohteen valinta.....	7
2.2 Tehtävä.....	7
2.3 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen kulku.....	8
2.4 Kehittämistyö.....	9
3 TAPAHTUMAT TAMKISSA .....	11
3.1 Hallinnolliset tapahtumat .....	11
3.2 TAMKin järjestämät tapahtumat .....	11
3.3 Muut TAMKissa järjestettävät tapahtumat.....	12
4 TAPAHTUMATUOTANNON PROSESSI TAMKISSA .....	14
4.1 TAMKin tapahtumaprosessi.....	14
4.2 SWOT-analyysi tapahtumajärjestämisen avuksi .....	16
5 TAPAHTUMAPROSESSIN KESKEISET ELEMENTIT .....	19
5.1 Tapahtuman johtaminen .....	19
5.2 Tapahtuman talous .....	23
5.3 Tapahtumaviestintä .....	25
5.4 Markkinointiviestintä TAMKissa .....	26
5.4.1. Vastuut .....	27
5.4.2. Käytännöt .....	27
5.4.3. Sisäisen viestinnän välineet .....	27
5.4.4. Uutiset, artikkelit ja tiedotteet.....	28
5.5 Visuaalinen ilme ja pohjat.....	29
5.5.1 Graafinen ohje.....	29

6	KEHITTÄMISTOIMENPITEET .....	31
6.1	Hallinto- ja tapahtumapalveluiden rooli.....	31
6.2	Ulkopuolinen tilaaja TAMKin tilojen varaajana.....	32
6.3	Prosessin kulku.....	32
6.4	Tapahtuman järjestämisen vaiheet.....	33
6.4.1	Ideointi .....	33
6.4.2	Suunnittelu.....	33
6.4.3	Viestintä ja markkinointi.....	34
6.4.4	Talous.....	34
6.4.5	Purkaminen .....	35
6.4.6	Palaute .....	35
6.4.7	Kiitos.....	35
7	LOPPUYHTEENVETO.....	36
	LÄHTEET.....	38
	LIITTEET .....	39

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Taustaa

Pirkanmaan ammattikorkeakoulun (PIRAMK) ja Tampereen ammattikorkeakoulun (TAMK) yhdistyminen uudeksi Tampereen ammattikorkeakouluksi (TAMK) vuoden 2010 alussa toi paljon muutoksia toimintaan. Opetustehtävät pyrittiin järjestämään niin, että opiskelijoiden arki ja toiminnot pysyisivät mahdollisimman stabiileina. Tehtävien ja toimipisteiden yhdistyminen vaikuttivat erityisesti muun henkilökunnan työtehtäviin ja vastuualueisiin. Vanhojen organisaatioiden toimintaperiaatteet ja käytännöt heijastuivat suoraan vanhojen oppilaitosten koulutusaloista. Ne olivat täysin erilaiset, sillä vanhan TAMKin vahvin ala oli tekniikka ja PIRAMKin sosiaali- ja terveysala. Uudesta TAMKista tuli monialainen.

Uuden organisaation ensimmäisiin tehtäviin, kuten yleensä yritysfuusiossa, kuuluivat päällekkäisten tehtävien karsiminen ja toimintojen yhdistäminen. Perustoimintaa tukevat tehtävät, kuten opetus ja siihen suoraan liittyvät palvelutoiminnot, järjestettiin ensin ja vasta vuosia myöhemmin alettiin kaivata ohjeita esimerkiksi tilaisuuksien ja tapahtumien järjestämiseen ja järjestämiseen liittyvien toimintamallien prosessointiin.

Uusi suuri korkeakoulu osoittautui nopeasti varsin innovatiiviseksi ja aktiiviseksi alustaksi monentasoisille tapahtumille. Tapahtumia järjestettiin sekä opiskelijoiden että henkilökunnan toimesta. TAMKin tiloissa pidettiin myös ammattikorkeakoulujen yhteisiä tilaisuuksia ja markkinointitilaisuuksia yrityskumppaneille. Myös ulkopuoliset osoittivat kiinnostuksensa TAMKin tiloja kohtaan.

## 1.2 Haaste

Halusin tässä työssäni osoittaa, että tapahtumajärjestäminen on ollut tärkeää ja haastavaa työtä. Ilman yhtenäisiä ohjeita ja malleja ei olisi mahdollista tuottaa sellaisia tasalaatuisia tapahtumia joita korkeakouluyhteisö edellyttää. Tämän ajan korkeakouluopetuksen odotetaan sopeutuvan nopeasti ympäristön muutoksiin,

joten itse organisaatiotkin elävät jatkuvassa muutoksessa. Jotta tällaisen organisaation toiminta olisi laadukasta ja johdonmukaista edellytetään, että prosessit ovat kunnollisesti mietityt ja kuvatut. Tämä tarkoittaa, että tekijät voivat vaihtua, mutta tapahtumien taso pysyy ennallaan.

## **1.2 Käytännön toteutus**

Olen ollut yhteisössä pitkään ja mukana monien tapahtumien järjestämisessä. Sen vuoksi oli helppo löytää oikeat tahot ja päästä kuuntelemaan ja keskustelemaan ongelmista ja parannusehdotuksista. Vallitsevan tilanteen toteaminen ja ongelma-kohtien kartoittaminen olivat ensimmäisiä tärkeitä tehtävni. Kävin seuraamassa tilaisuuksien järjestämiskokouksia. Tutustuin kokouksien pöytäkirjoihin, keskustelin ja kuuntelin järjestäjien ja työntekijöiden ajatuksia. Lisäksi seurasin ja havainnoin tapahtumia itse paikan päällä.

Tapahtumien ryhmittely oli seuraava tehtävä ja jo se auttoi paljon. Tapahtumia oli todella pienistä luentotilaisuuksista monien sadan hengen kansainvälisiin konferensseihin. Kuitenkin tapahtuma on aina projekti tai sen luonteinen eli siihen liittyy valmistelu, itse tapahtuma ja lopetus. Kaikki nämä osa-alueet ovat tärkeitä. TAM-Kissa päädyin luokittelemaan tapahtumat seuraavasti: hallinnolliset tapahtumat, TAMKin järjestämät tapahtumat ja TAMKissa järjestettävät muut tapahtumat. TAMKin järjestämät tapahtumat -ryhmä oli todella laaja kattaen suuren osan kaikista järjestettävistä tapahtumista. Niillä kaikilla on kuitenkin samanlainen luonne, eli ovat selvästi projekteja.

Jaottelun jälkeen oli luonnollista miettiä, miten tapahtumajärjestämisen prosessi tulisi edetä. Apunani on ollut monia tapahtumajärjestämisen ohjeita ja oppaita, joita tarkastelin pääasiassa netin kautta. Hain myös ohjeita TAMKin laatukäsikirjasta ja niiden toimintojen vastuuhenkilöiltä, jotka ovat olleet tekemisissä tapahtumajärjestämisessä, kuten esim. kiinteistöpalvelut, talouspalvelut ja viestintäpalvelut.

## 2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

### 2.1 Kohde ja kohteen valinta

Kahden keskisuuren ammattikorkeakoulun yhdistymisen jälkeen tekijät ja toimenkuvat ovat muuttuneet niin paljon, että tilaisuuksien ja tapahtumien järjestämisessä oli aloitettava kaikki alusta. Koska kummallakaan korkeakoululla ei ollut ennalta sovittuja ohjeita tapahtumajärjestämiseen, kaikki aiempi tietämys ja osaaminen oli harvojen henkilöiden 'hiljaista tietoa' tai tallennettuna henkilökohtaisissa muistioissa. Oma kokemukseni oli hyvä syy tämän aiheen valintaan, koska olen yksi niistä henkilöistä, joilla on 'hiljaista tietoa' jaettavana.

Olen ollut työssä Tampereen ammattikorkeakoulun (TAMK) tiedotus- ja markkinoititehtävissä vuodesta 1996 (alkuperäisen Tampereen ammattikorkeakoulun perustamisesta lähtien) ja ollut siitä lähtien mukana myös erilaisten tapahtumien järjestämisessä, ensisijaisesti visuaalisen suunnittelun ja viestinnän tehtävissä, mutta myös muissa tehtävissä, ja olen vieläkin mukana joidenkin tilaisuuksien järjestelyissä, kuten valmistumisjuhlat ja opiskelijarekrytointiin liittyvät koulutusmes-

### 2.2 Tehtävä

Työni tarkoitus oli esittää tapahtumatuottamisen prosessin nykytila yhteisössäni, tarkastella sitä ja esittää siihen kehittämisehdotuksia. Löysin useita todella hyviä malleja ja ohjeita tapahtumatuottamisen oppaista. Niitä pystyin hyvin soveltamaan omaan organisaatiooni. Tarkastelin siis työssäni prosessin kulkua Tampereen ammattikorkeakoulun pääkampuksella (Kuntokatu) ottaen huomioon talokohtaiset vaatimukset ja säännöt. Prosessin tarkastelun sivutuotteena työni liitteeksi kokosin alustavan ohjeistuksen tapahtuman tuottamisesta ja tapahtumatoimiston roolista TAMKissa.

Hyviä esimerkkejä ja apuvälineitä tapahtumatuottamisen ohjeistuksen malliksi löysin mm. Etelä-Pohjanmaan liiton Tapahtumajärjestäjän oppaasta ja Tampereen



Kongressipalveluiden (Tampere Convention Bureau) Kansainvälisen tapahtuman järjestäjän -oppaasta.

### 2.3 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen kulku

Työni oli kehittämistehtävä, joka toimi tuotekehitysprojektin tavoin. Ensimmäisenä tehtävänä oli nykytilan ja siihen liittyvien ongelmien kartoitus. Seuraavaksi halusin löytää oikean tavan kehittää nykytilaa parantava toimiva ratkaisu. Lopuksi tehtävänä oli ratkaisun esittäminen eli toimivan prosessin tuottaminen. Tiedon hankinnassa olen käyttänyt laadullisen (kvalitatiivisen) tutkimuksen menetelmiä, eli havainnointia, ongelmien pohtimista ja ratkaisujen kehittymistä empiiristen havaintojen myötä (Alasuutari 1999).

Havainnointi eli observointi on tiedonkeruuta aistien avulla. Sen avulla voidaan saada tietoja esimerkiksi verbaalisesta ja nonverbaalisesta viestinnästä, erilaisista toiminnoista, tottumuksista ja taidoista. Havainnoija voi olla joko tilanteeseen osallistuva tai täysin ulkopuolisena pysyttelevä. Havainnoinnin muotoja ovat systemaattinen eli suora havainnointi tai osallistuva havainnointia (Anttila 1996, 218–219.) Omassa työssäni osallistuva havainnointi on ollut paras tapa. Työni vuoksi olen voinut melko vapaasti toteuttaa havainnoivaa tutkimusta, koska olen päässyt helposti mukaan eri tapahtumien valmistelukokouksiin ja myös itse tapahtumiin. Viestintäpalvelut ovat yleensä mukana tapahtumien suunnittelussa heti alusta lähtien. Aika nopeasti kehittyi taito arvioida tapahtuman tasoa – nähdä virheet ja toisaalta kokea onnistumisia ja tietysti samalla pystyy myös vertailemaan erilaisia tapoja järjestää asioita. Hyvät toimintatavat ja pätevät tekijät nousevat esiin kyllä esiin joukosta. Havainnointi on osoittautunut erittäin hyväksi tavaksi arvioida järjestelyitä (Aaltola, J. & Valli, R., 2001).

Työni alkuun oli siis koottava tietoja eri tyyppisistä tilaisuuksista TAMKissa ja määriteltävä ne. Yritin selvittää mahdollisimman tarkasti, miten tapahtumia järjestetään TAMKissa. Samaan aikaan mietin, miten toimintatapoja voisi kehittää ja yhtenäistää. Tämä kaikki siksi, että seuraavat järjestäjät tietäisivät, miten tulevaisuudessa kannattaa toimia.

Tapahtumaan kuuluu aina suunnittelu, toteutus ja jälkityö. Jokainen vaihe on tärkeä ja edistää tapahtuman onnistumista. Kun suunnittelee tapahtuman vaihe vaiheelta mahdollisimman tarkkaan alusta loppuun, on todennäköistä saada onnistunut tapahtuma (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen, 2002, 48.)

## 2.4 Kehittämistyö

Opinnäytetyöni on kehittämistyö, selvitystehtävä ja toiminnallinen kokonaisuus, jossa hyödynnetään ja sovelletaan toimivia työmenetelmiä. Tiedon kokoaminen tapahtuu hiljaisena tietona, kokemuksellisena käytännön tietona ja itsereflektion keinoin. Menetelmälliset ratkaisut ovat läheltä käytäntöä ja työelämää, siksi ne sopivat juuri minun työhöni, eikä siihen tarvita menetelmällistä kikkailua tai traditionaalisen akateemisen tutkimuksen sokeaa jäljentämistä (Anttila, 2008).

Kehittämistyöllä tarkoitetaan systemaattista toimintaa tutkimuksen tuloksena ja/tai käytännön kokemuksen kautta saadun tiedon käyttämiseksi uusien aineiden, tuotteiden, tuotantoprosessien, menetelmien ja järjestelmien aikaansaamiseen tai olemassa olevien olennaiseen parantamiseen (Tilastokeskus, 2015).

Tätä työtä tehdessäni yritin analysoida kriittisestikin omia kokemuksiani ja havaintojani tapahtumajärjestämisessä ja olen pyytänyt myös omaa työyhteisöäni havainnoimaan, kuuntelemaan ja seuraamaan, miten ihmiset reagoivat ja käyttäytyvät erilaisissa TAMKin tapahtumissa. Esimerkiksi lounas ja kahvitauot ovat olleet erittäin hyviä hetkiä kerätä suoraa palautetta tapahtuman järjestelyistä tai päivän agendasta. Tämä saatava palaute on ollut usein jopa paljon informatiivisempaa kuin erikseen pyydetty virallinen palaute.

Tekemisperusteinen, toiminnallinen tutkimus eli tekemällä tutkminen on minusta todellisempaa siksi, että tulos on konkreettista ja lähellä eikä perustu tieteellisiin otantoihin ja päätelmiin. Ainakin tämänlaisen kehittämistehtävän toteuttamisessa tuntuu oikealta luottaa käytännönläheiseen asioiden tarkasteluun.

Toiminnallisen opinnäytetyön idea perustuu parhaimmillaan tekijän reflektioon eli itseymmärrykseen. Tämä kehittämistehtävä on hyvin onnistuessaan kokeilevan toiminnan tulosten käytännön arviointia. Kokeilevan toiminnan logiikka tähtää ammatillisissa kehittämistehtävissä ensisijaisesti tuloksen hyväksymiseen (*affirmation*) eikä niinkään sen todeksi vahvistamiseen (*confirmation*), joka on akateemisen empiirisen tutkimuksen tehtävä. Toimintatutkimus (*action research*) on sellainen tutkimusote, jossa samanaikaisesti toteutetaan sekä tutkimus että käytännön tilanteen tai tutkittavan ilmiön tavoitteena oleva muutos. Toimintatutkimuksen ideana on hankkia tietoa, jolla ohjataan käytäntöä muuntelemalla jotakin tiettyä, tutkimusprosessin osana olevaa todellisuutta (Anttila, 2008).

Kehittämissuositukseni on, että koostamani tulokset ja ratkaisut lähtevät eteenpäin hyväksyttäväksi ja sovellettavaksi käytäntöön palautepyyntöni kera. Palautteet tulisi käsitellä heti ja ottaa kehittämiskelpoiset ideat huomioon seuraavalla ohjekierroksella. Näin uudet prosessit saataisiin sujuvasti mukaan käytäntöön.

### 3 TAPAHTUMAT TAMKISSA

Tapahtuma on ainutlaatuinen kokonaisuus. Kokonaisuuden voi järjestää samalla konseptilla useaan kertaan, mutta millään kerralla se ei ole aivan samanlainen. Tilaisuuksiin liittyvät yleensä tietyt tavat tai tietty osio, mutta sekään ei takaa sitä, että kaikki onnistuisi samalla tavalla kuin ennen. On siis tärkeää suunnitella ajoissa aikataulut, vastuut ja työtehtävät. Tapahtumalla on myös oltava tarkoitus, joka antaa syyn järjestämiseen (Shone & Parry 2010, 15–20.)

#### 3.1 Hallinnolliset tapahtumat

Koulutusorganisaatiolla on velvoite järjestää todistustenjakotilaisuus. Yli 10 000 opiskelijan korkeakoulussa valmistumisjuhlat ovat iso tapahtuma, jotka järjestetään kaksi kertaa vuodessa ja silloinkin valmistuvia voi olla yli tuhat kerralla. Muita hallinnollisia tapahtumia ovat esimerkiksi lukuvuoden avajaiset ja kaikki henkilöstölle tarkoitettut tapahtumat. Hallinnolliset tapahtumat ovat TAMKissa aina kuuluneet rehtorien ja johdon vastuualueeseen.

Avajaistilaisuudesta on kehitetty uuden TAMKin aikana sidosryhmä- ja asiakastilaisuus. Avajaispäivä alkaa työelämälounaalla, josta sidosryhmäedustajat isäntineen sujuvasti siirtyvät avajaistilaisuuteen. Juhlapuhujakin on luontevasti valittu lounaan kutsuvieraista.

Henkilöstötilaisuuksiin **kuuluvat henkilöstön kehittämiseen liittyvät** henkilöstöpäivät ja –infot (**TAMK-päivät ja TAMK-infot**) **sekä henkilökunnalle tarkoitettut henkilöstökoulutukset.**

#### 3.2 TAMKin järjestämät tapahtumat

TAMKin järjestämiä tapahtumia varten perustettiin vuoden lopulla 2014 hallinto- ja tapahtumapalveluiden toimisto. Toimistolla päivystävät tapahtuma-/palvelukoordinaattori ja hänen apunaan harjoittelija. Henkilökunta on pyrkinyt antamaan ohjeita ja käytännön opastusta tapahtumien järjestäjille. Heidän työtään ei vielä ole

prosessoitu tai määritelty. Tämän opinnäytetyön tarkoitus olisi myös ohjeistaa tapahtumapalveluiden työtä ja ehdottaa uutta toimintatapaa heidän työnsä helpottamiseksi.

TAMKin strategian painopisteinä ovat olleet kansainvälisyys ja hyvät suhteet ympäristön yritystoimintaan, joten koulun on pitänyt näkyä ja hankkia sekä kansallisia että kansainvälisiä kumppaneita. Kansainvälisestä yhteistyöstä on hyvänä esimerkkinä ollut ulkomaisille koulutuskumppaneille järjestettävät eri koulutusalojen **kansainvälisyysviikot**, joita on järjestetty noin 4-8 kpl/vuodessa.

Opiskelijarekrytointia varten on pidetty yksittäisiä koulutuksia tai koko koulutustarjontaa esitteleviä **avointen ovien päiviä, jatko-opiskelupäiviä tai pienimuotoisia 'koulutusmessuja'**. Myös opiskelijat ovat olleet aktiivisia ja järjestäneet koulutustaan esitteleviä tilaisuuksia, esimerkkinä mainittakoon liiketalouden yrittäjäopiskelijoiden teematapahtumat (Liekeissä), joissa vieraaksi oli kutsuttu julkisuuden henkilöitä yritysmaailmasta, 2015 keväällä esim. Yhdysvaltain ex-suurlähettiläs Bruce Oreck.

**Amk-päivät**, vuosittain järjestettävät AMK-väen, johdon, talouden, TKI-toiminnan, opetuksen ja viestinnän yhteiset päivät, järjestettiin keväällä 2015 TAMKissa ja Tampereelle saapui suuri joukko AMK:laisia (550) eri puolelta Suomea. Lisäksi TAMKissa on järjestetty monia eri alojen paikallisia, valtakunnallisia ja kansainvälisiäkin **seminaareja ja konferensseja**.

Tilaisuudet ovat yleisesti pienellä budjetilla (omakustannushintaan) järjestettyjä, joissa järjestäjät ovat tavallisia opettajia, opiskelijoita tai muuta henkilökuntaa, mutta eivät tapahtumajärjestämisen ammattilaisia.

### 3.3 Muut TAMKissa järjestettävät tapahtumat

Muut TAMKissa järjestettävät tapahtumat ovat olleet sellaisia, joissa TAMK esiintyy yhtenä osallistujista ja järjestysvastuu on muualla tai sitten TAMK on vain tapahtuma- tai majoituspaikkana. Tällaisia varauksia varten on TAMKin www-sivuilla sähköpostiosoite, joka ohjautuu suoraan hallinto- ja tapahtumapalveluiden palve-

luosoitteeseen. Hallinto- ja tapahtumapalvelut käsittelevät jokaisen tällaisen varauksen erikseen.

TAMKin tiloja on haluttu vuokrata lisääntyvässä määrin myös ulkopuolisille organisaatioille sekä tilaisuuksien järjestämiseen että majoitustiloiksi (esim. urheilutapahtumat). Näitäkin tilaisuuksia varten on myös kaivattu yhtenäistä ohjeistusta. Useissa ulkopuolisen järjestäjän tapahtumissa kaivataan tilavarausten lisäksi ohjeistusta lupa-asioissa sekä pelastus- ja turvallisuusasioissa.

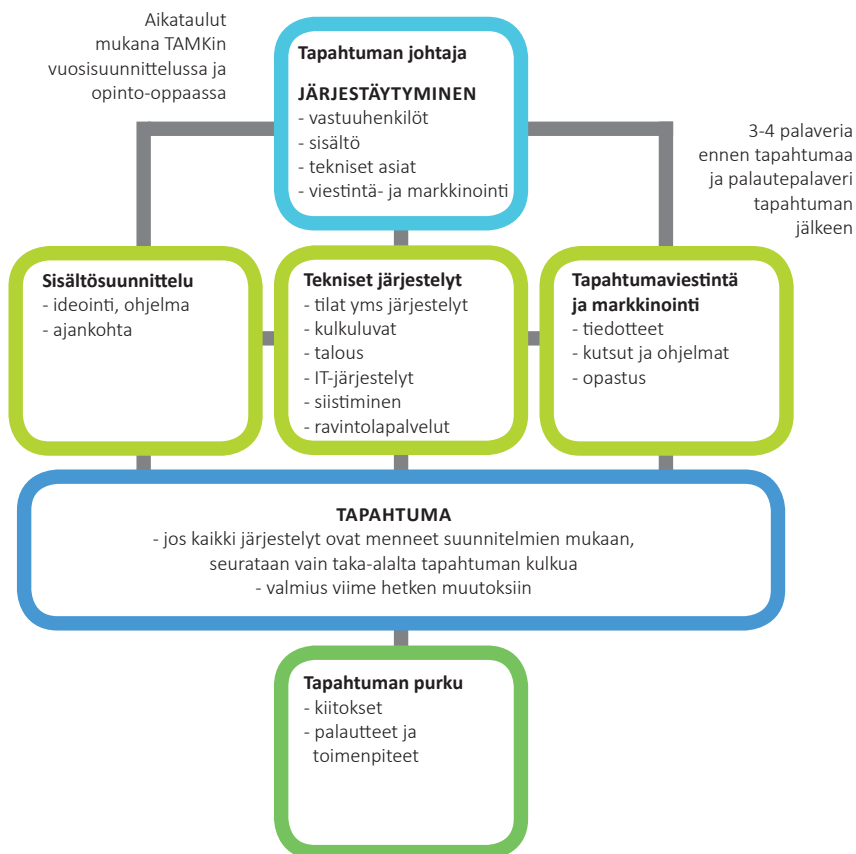
## 4 TAPAHTUMATUOTANNON PROSESSI TAMKISSA

Tapahtumaan osallistujille on tärkeintä, että järjestelyt sujuvat hyvin, aikataulut pysyvät hallinnassa ja tekijät ovat läsnä ja avuksi mutta samalla huomaamattomasti taustalla. Kun kaikki tämä on toteutunut, järjestäjät voivat olla saavutuksiinsa tyytyväisiä. Siihen päästäkseen on järjestelyorganisaation toimittava saumattomasti yhteen. Ohjelma, jonka osallistujat näkevät, on vain jäävuoren huippu ja siinä vaiheessa kun tilaisuus on käynnissä osaavan taustajoukon työ on jo loppuvaiheissaan. Jos kaikki sujuu niin kuin on suunniteltu, heidän tehtävänsä on vain seurata taustalla ja tarvittaessa reagoida viime hetken muutoksiin.

### 4.1 TAMKin tapahtumaprosessi

Koska tapahtumajärjestämisellä TAMKissa ei ollut minkäänlaista prosessikuvausta eikä historiaa yhteisestä toimintavasta, päätin ensimmäisenä tehtävänäni kuvata valmistumisjuhlan järjestämiseen liittyvän prosessin. Hallinnolliset tapahtumat, kuten valmistumisjuhlat, avajaiset ja henkilöstön kehittämispäivät (TAMK-päivät) ja henkilöstö-infot on merkitty vuosisuunnitelmaan hyvissä ajoin (vuodeksi kerrallaan). Nämä päivät ovat aina opetuksettomia ja siksi niillä on vaikutus myös opiskelijoiden aikatauluihin.

Valmistumisjuhlista on jo kauan pidetty tarkkoja palaverimuistioita. Muistioissa on eritelty palaveriin osallistuvat tahot ja heidän tehtävänsä tapahtumassa. Ennen tapahtumaa on pidetty 3-4 palaveria, joissa jokaisessa on täydennetty muistion tietoja sen mukaan kun määritellyt tehtävät on suoritettu. Viimeinen ennakkopalaveri on pidetty vain päiviä ennen tapahtumaa. Siinä on vielä käyty koko tapahtuma läpi ja huomioitu kaikki epäkohdat. Sitten on tullut itse tapahtuman vuoro ja kun kaikki on ollut huolellisesti ennalta suunniteltua, tapahtuma on lähes poikkeuksetta sujunut suunnitelman mukaan. Tapahtuman jälkeen on pidetty palautepalaveri tai joskus se on korvattu sähköisellä palautelomakkeella, mutta aina palautteen perusteella on tehty palautemuistio, joka on otettu esiin seuraavan tapahtuman aloituspalaverissa.



Kuva 1.

Esimerkki hallinnollisten tapahtumien prosessista (valmistumisjuhla).

Ainoaksi yhteiseksi tekijäksi tapahtumajärjestämisen prosessista TAMKissa osoitautui se, että tilavarausta tehtäessä tieto tapahtumasta lähtee automaattisesti tun-tisuunnitelmien sähköiseen ohjelmaan. Tämä listaus on ollut näkyvässä koulun aulatililoissa. Listauksessa on kuitenkin näkynyt vain tilan koodi ja tapahtuman nimi. Sähköisellä lomakkeella, jolla on tehty tilavaraus, on ollut myös mahdollista ruksata vaihtoehto, että tapahtuma julkaistaan tapahtumakalenterissa. Tällöin tieto tapahtumasta on siirtynyt automaattisesti Intranetissä julkaistavaan tapahtumakalenteriin. Koulun www-sivuilla on ollut ulkoisille kohderyhmille tarkoitettu tapahtumakalenteri ja sinne tiedot kulkevat sivupäivittäjien kautta erillisellä ilmoituksella. Intranetin kautta on mahdollista löytää usean tapahtuman asiakirjoja ja kokousmuistioita. Ne ovat kyllä auttaneet ja helpottaneet uuden tapahtuman järjestelyitä ja järjestäjiä, jos niitä on osannut sieltä etsiä.



## 4.2 SWOT-analyysi tapahtumajärjestämisen avuksi

Säännöllisesti toistuvat tapahtumat, kuten valmistuspäivät ja henkilöstöpäivillä, kuten jo aiemmin on osoitettu, ovat helposti prosessoitavissa. Yrittäessäni ratkaista tapahtumajärjestämisen toimintatapaa TAMKissa olen käyttänyt SVOT-analyysiä apunani. Sen avulla tarkastelin tapahtumajärjestämisen uhkia, mahdollisuuksia, heikkouksia ja vahvuuksia.

### UHAT

Todellinen suuri uhka on ollut se, että olemme liian pitkään olleet vailla yhteistä ohjeistusta tapahtumajärjestämisessä. Pyörä keksitään aina uudelleen, tapahtuman järjestäjät ovat toimijoita, joilla on jonkin verran aikaisempaa kokemusta tai joilla on kova halu osallistua tapahtuman järjestämiseen. Ei enää kaivatakaan ohjetta tai yhtenäisiä tapoja toimia, eikä osata vaatia/hakea apua.

Onko tapahtuma/tilaisuus se väline, jolla myös tulevaisuudessa viestitään asioista, tai järjestetäänkö johdon/rehtoreiden toimesta tiedotustilaisuuksia suorina digiläheyyksinä? Mikä on se keino jolla tulevaisuudessakin saataisiin henkilökunta tai ulkopuoliset henkilöt liikkeelle tiedotustilaisuuksiin/tapahtumiin, kun tieto on myös mahdollisuus kuunnella ja katsoa netin kautta tai TAMKilaisena lukea asiat laatu-käsikirjasta tai Intranetistä?

Säästötoimenpiteet voivat myös vaikuttaa siihen, järjestetäänkö esimerkiksi henkilöstöpäiviä tulevaisuudessa sellaisina kuin ne nyt ovat. Mitä mahdollisuuksia on saada henkilöstö oikeasti keskustelemaan toistensa kanssa, luoda sellaista menneä, josta voidaan olla ylpeitä? Miten käy työyhteisön, jos tekijät eivät milloinkaan kohtaa toisiaan kasvokkain? Työhyvinvointi tai yhteen hiileen puhaltaminen ei toimi ilman henkilökohtaisia kontakteja.

### MAHDOLLISUUDET

Kun kaikilla on yhteiset ohjeistukset hyvän tapahtuman järjestämiseen, jää aikaa tapahtuman omannäköisen sisällön, identiteetin, luomiseen ja lopputuloksena on tyytyväisiä asiakkaita. Tapahtumajärjestelyt ovat onnistuneet hyvin.

Kun perusasiat ovat järjestyksessä, on helppo huomata puutteita, kehitettäviä asioita, eikä tehdä vain joka kerta saman urakan ja toivoa, että kaikki menisi hyvin.

Yhteisössä on vahvuus ja ainoastaan henkilökohtaisella tapaamisella voidaan saada aikaan yhteenkuuluvuuden tunne: yhteen hiileen puhaltaminen. Henkilöstö on työssään omissa oloissaan tai luokassa opetustehtävissä, ja tekemisissä vain omaan työhön liittyvän pienen piirin kanssa, joten yhteishengen luomiseen tarvitaan tilaisuuksia joissa tavata tai tutustua muuhun työyhteisön jäseniin. Imagoa ei luoda pelkästään hyvällä opetuksella tai runsaalla markkinoinnilla vaan yhteishenki ja hyvät työolosuhteet luovat ammattitilpeydelle ja TAMKilaisuudelle vahvan pohjan.

## **HEIKKOUEDET**

Koska organisaatio on niin suuri, eri kokoisia tapahtumia, tilaisuuksia, seminaareja tai koulutuksia on todella paljon. Joka viikko tapahtuu jotakin. Monet tapahtumat ovat toistuvasti järjestettäviä. Kun ei ole yhteisiä käytänteitä, järjestelyt hoituvat oman, tutun piirin kanssa – niin kuin on tehty aiemminkin. Ei se ole huono asia, mutta silloin järjestäjät eivät ole tietoisia muuttuneista olosuhteista ja silloin tiedottaminen tapahtumasta unohtuu helposti. Koska TAMKissa on niin paljon tapahtumia, velvoite tiedottamiseen on tapahtumajärjestäjällä. Ei ole sellaisia keinoja, että varmasti saisimme tiedot kaikista tapahtumista leviämään eteenpäin, puhumattaakaan siitä, että pääsisimme vaikuttamaan niiden järjestelyihin.

Tapahtuman ajattelu projektina unohtuu usein, eikä tehtävien vastuullisuuteen suhtauduta vakavasti. Projektipäälliköllä on tärkeä tehtävä pitää kaikki langat käsissään – tehtäville pitää valita vastuuhenkilöt ja asiat pitää käydä läpi useaan kertaan, ja varmistaa että kaikki ovat kunnossa.

TAMKIn ja PIRAMKIn yhdistyminen on vielä niin tuoreena muistissa, että monia tilaisuuksia viedään läpi vanhan kaavan mukaan, tai toisaalta joissakin tapauksissa koko järjestelyporukka on uutta ja kokematon ja järjestelyistä puuttuvat kaikki hyvän tapahtuman tai TAMKIn tapahtuman järjestämiseen liittyvät käytänteet.

## **VAHVUUDET**

TAMKissa on ollut voimakas positiivinen lataus. Olemme olleet halukkaita tekemään työtä sen eteen. Meiltä on löytynyt tietotaitoa, kunhan vain osaisimme kano-voida ja käyttää sitä oikein. Koska TAMK on monialainen, meillä on ollut runsaasti mahdollisuuksia käyttää sekä henkilöstön että opiskelijoiden osaamista järjestäes-sämme tapahtumia. Sekin vaatisi järjestelmällisyyttä, koska opiskelijaprojektin kytkeminen tapahtumajärjestelyihin vie usein enemmän aikaa kuin ulkopuolisen ammattilaisen palkkaaminen. Mutta onnistuessaan ja oikein aikatauluttamalla mahdollisuudet olisivat lähes rajattomat.

Myös aivan uudenslaisiin, innovatiivisiin henkilökunnan virkistäytymistapahtumiin on suhtauduttu innokkaasti, myös johto ja hallintokin on osoittanut halukkuutensa pa-nostaa hyvän yhteishengen luomiseen.

## **5 TAPAHTUMAPROSESSIN KESKEISET ELEMENTIT**

Saadakseni mahdollisimman hyvän mallin tapahtumien ohjeistukselle ja prosessille olen tutustunut syvemmin pariin tapahtuman järjestämiseen liittyviin tehtäviin. Johtaminen on onnistuneelle tapahtumalle tärkein yksittäinen elementti, siksi valitsin sen.

Vaikka koulutusorganisaatiossa on paljon tapahtumia, joissa tapahtuman talous ei ole olennaisessa osassa, erilaiset organisoinnin järjestelmät kuuluvat tämän päivän tapahtumajärjestäjälle. Siksi halusin avata myös talousasioiden suunnittelun tärkeyttä.

Viestintä ja myös markkinointi ovat tapahtuman tärkeitä toimintoja. Omaan työhöni liittyen halusin avata enemmän myös viestinnän ja markkinoinnin roolia tapahtumajärjestämisessä.

### **5.1 Tapahtuman johtaminen**

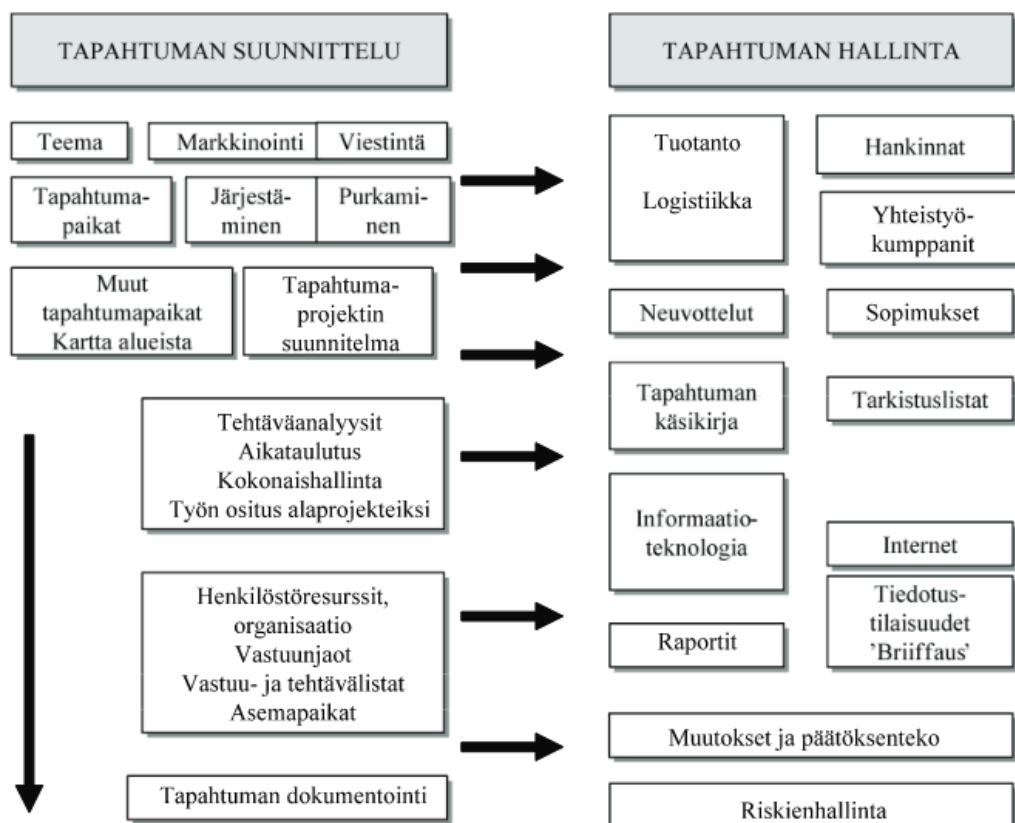
Tapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen on tinkimätöntä työtä. Siinä tarvitaan ihmisiä jotka ovat valmiita näkemään vaivaa ja kestävätkä paineita. Tapahtuman tekijällä pitää olla nöyryyttä, ja hänen pitää ymmärtää tapahtuman syvin tavoite ja olemus sekä olla valmis oppimaan tekemistään virheistä. Tapahtuma on johtajansa ja tekijöidensä näköinen.

Tapahtuman johtaja on vastuussa kokonaisuuden toimimisesta ja silloin täytyy varmistaa pieninkin yksityiskohta. Suurpiirteisyys kostautuu ennemmin tai myöhemmin ja siksi kokeneet tapahtumantekijät ovat todellisia yksityiskohtien hallinnan mestareita. Yleensä he ovat saaneet oppinsa kokemuksen käytännön kokemuksen kautta (Vallo, Häyrinen 2012).

Tapahtuma on projekti. Johtamisen tasot projekteissa voidaan jakaa viiteen tasoon: kokonaisuuksien johtamiseen, johtajien johtamiseen, ryhmän johtamiseen, ryhmässä toimimiseen ja seuraamiseen. Jokainen johtava on myös jollakin tapaa johdettava. Johtajien johtaminen on usein epäsuoraa tukemista ja ohjaamista, kun

taas ryhmän johtaminen on suoraa johtamista, ryhmän opastamista kohti yhteisiä tavoitteita ja päämääriä. Osa johtajan työstä tapahtuu itse ryhmässä toimien ja näin osa johtajan ajasta kuluu myös operatiivisten tehtävien hoitamisessa. Mitä ylempi taso, sitä suurempi osa ajasta tulee käyttää siihen, mitä muiden pitäisi tehdä ja pienempi osa siihen, mitä itse tekee. Ylin taso on kokonaisuuden johtamista, jolloin nähdään suuri kuvio, mutta samalla myös se, miten yksityiskohdat asettuvat siihen (Anttonen 2003: 106–107.)

Tapahtumaprojektien tutkimuksen perusajatus on, että tapahtuma on aina ainutkertainen projekti. Event Project Management System (EPMS) -malli muodostuu kahdesta projektin osasta, projektin suunnittelusta sekä hallinnasta sekä niihin liittyvistä johtamisen ja käytännön osa-alueista (kuva 2). Sinänsä näiden suunnittelun ja hallinnan alla on ikään kuin työvälaineitä myös valvontaan. Mallissa ei ole esitetty toteutusta erillisenä, koska toteutus on jokaisessa tapahtumassa erilainen. Näitä toteutuksia ja niiden kytkeytymistä mallin suunnittelun ja hallinnan eri osa-alueisiin tuodaan esimerkein esiin (O'Toole, 2002).



Kuva 2.  
Tapahtuman projektijohtamisen malli, EPMS.

Johtajien roolien tarkastelussa olen lainannut Mintzbergin käyttämää luokittelua. Hän luokittelee johtajan roolit kolmeen eri luokkaan, jotka voidaan löytää jokaisen johtajan työstä (kuva 3). Johtajat käyttävät useita rooleja samanaikaisesti, yhden roolin ollessa kussakin tilanteessa tietyn aikaa vallitsevampi kuin muut ja tämän tutkimuksen näkökulmasta erityisesti tapahtuman eri vaiheissa tarkasteltuna. Rooliluokat ja niiden sisältämät kymmenen roolia ovat seuraavassa taulukossa (Mintzberg 1989: 7–24.)



*Kuva 3.*

*Johtajien rooliluokat ja roolit.*

**Henkilösuhderoolissa** korostuu johtajalla tapahtuman keulakuvana toimiminen. Tämä on sidoksissa muodolliseen statukseen ja toisaalta vastuun kantamiseen tapahtumasta. **Keulakuvana** toimiessaan johtajalla on velvollisuus edustaa kaikissa muodollisissa asioissa. Status tekee mahdolliseksi myös toisessa **henkilösuhderoolissa, yhteydenpitäjänä ja yhdyshenkilönä**, toimimisen. Tällöin hän on tekemisissä vertikaalisesti ylöspäin tapahtumalle tärkeiden ulkopuolisten tahojen kanssa. (Mintzberg 1989: 15–17.)

**Alaisten johtajanrooli** määrittelee johtajan suhteet vertikaaliset suhteet alaisiinsa. Tässä roolissa johtajan valta näkyy kaikkein selvimmin. Tämä johtajan rooli on yksi tärkeimpiä ja aikaa vievimpiä johtajan rooleja. Hän saa informaatiota ulkopuolisilta tahoilta ja omien johtajan tehtävien ja suhteiden kautta hän tuo tämän tiedon organisaatioon. (Mintzberg 1989: 18.) Johtajan rooliin kuuluu myös joukko selvästi määriteltäviä tehtäviä, mutta myös epävirallisempia henkilösuhteiden hoitoa. Määriteltäviä tehtäviä ovat esimerkiksi **henkilöstön rekrytointi**, joka on yksi johtajan tärkeimmistä tehtävistä. Muita tehtäviä on **töiden organisointi, työnjaon ja vastuun**

**määrittelyt, tavoitteista sopiminen ja tulosten valvonta.** Epävirallisempaan yhteydenpitoon kuuluu **keskustelu, motivointi ja vaikuttaminen.**

**Tiedonvälitysroolissa** johtajan on saatava, hankittava ja käsiteltävä ja lähetettävä informaatiota. Hänellä on selkeä kuva, visio kokonaisuudesta. Tiedonvälitysrooleista ensimmäisessä, tarkkailijan ja tiedonhankkijan roolissa johtaja toimii **informaation kerääjänä ja vastaanottajana.** Suurin osa johtajan eri yhteyksistä on johtaja itsensä luomia verkostoja. (Mintzberg 1989: 19.) Johtajan on otettava huomioon myös ympäristöstä tulevat muutokset ja vaatimukset.

Toinen tiedonvälittäjän rooli on **sisäisen tiedottajan rooli. Tiedon muokkaaminen** on johtajan keskeisimpiä tehtäviä. (Mintzberg 1989: 20.) Johtajien täytyy olla avoimia ja rehellisiä, myös huonojen tietojen välittämisessä. Se, miten tieto kerrotaan, on oleellista. Tehokkaimpia tapoja säilyttää henkilöstön luottamus ja usko on **kommunikoida avoimesti** kaikesta organisaatioon ja toimintaympäristöstä tuleviin muutoksiin liittyvistä asioista yksityiskohtaisesti. **Toisten arvojen ymmärtäminen ja arvostaminen** on tärkeää.

Kolmas rooli on **puolestapuhujan rooli.** Tässä roolissa johtajan tulee **siirtää informaatiota organisaation ulkopuolelle.** Johtajan tulee pitää kaikki tarvittavat tahot tietoisina, niiltä osin kuin on tarpeellista, organisaation suunnitelmista, toimintapoliitikoista ja tuloksista. (Mintzberg 1989: 20.)

**Päätöksentekoroolit** ovat johtajan tärkeimpiä rooleja. Johtajalla on valtuudet tehdä koko **tapahtumaorganisaatiota ja tapahtuman kulkua koskevia päätöksiä.** Statuksensa ja toimivaltansa kautta johtajalla on mahdollisuus tehdä päätöksiä, joissa päätösimpulssi lähtee hänestä itsestään. Tekemistään päätöksistä johtaja on **vastuussa** ja tähän rooliin liittyy läheisesti myös **kritiikin vastaanottaminen ja sen myönteinen käsittely.**

**Häiriöidenpoistajan roolissa** johtaja ottaa vastuun kun tulee yllättäviäkin, toimintaympäristöstä ja niihin liittyvistä vertikaalisista suhteista johtuvia muutos- tai muita häiriötilanteita. Häiriöitä ja muutoksia voivat olla myös organisaation horisontaalisissa suhteissa tapahtuvia häiriöitä, kuten organisaation **jäsenten väliset konfliktit.**

**tit** tai eri yhteistyöorganisaatioiden välillä tapahtuvat konfliktit. Häiriötekijöitä esiin-  
tyy huolimatta riskianalyseista ja varasuunnitelmista.

**Resurssien allokoijan roolissa** johtaja päättää minne organisaation tulee käyttää  
voimavarojaan ja **varmistaa ettei menoja ylitetä**. Johtajan tulee luoda organisaatiolle  
työsysteemi eli **päättää mitä tehdään, kuka tekee, millä vastuulla ja valtuuksilla**.  
Johtajan yksi tärkeimpiä tehtäviä on myös hänen **oma ajankäyttönsä ja sen järjevä suunnittelu**.  
(Mintzberg 1989: 22.)

**Neuvottelijan roolissa** johtaja osallistuu neuvotteluihin edustaen organisaatiotaan  
(Mintzberg 1989: 23, 1980: 77–91.) Johtajalla on riittävästi tietoa ja toimivaltaa  
**suorittaa neuvotteluja ja tehdä sopimuksia** eri yhteistyötahojen kuten sponso-  
reiden, tavarantoimittajien ja muiden kumppaneiden kanssa.

Johtajilta vaadittavia taitoja ja ominaisuuksia näissä rooleissa toimiessaan on en-  
siarvoisesti **projektin hallinnan osaaminen, ihmisten johtamistaidot ja sosiaaliset taidot**,  
tavoite- ja toiminta- ja muutossuuntautunut ote, haasteiden ja vastuun hyväksyminen  
sekä talouden ja tekniikan hallinnan osaaminen. Oleellista on myös **kyky delegoida, tiimi- ja  
motivointitaidot, oman ajan hallinta, neuvottelutaidot, ongelmanratkaisukyky sekä yhtenäisen viestinnän hallinta**.

## 5.2 Tapahtuman talous

Koulumaailma ei yleensä kerää voittoa järjestämistään tapahtumista. Usein tapahtumat  
ovat opetukseen liittyviä ja ilmaisia kohderyhmälle, joten kulut kohdistuvat organisaatiolle.  
Kustannukset voidaan myös kattaa osallistumismaksuilla, joka peittää juuri tapahtumaan  
liittyvät ylimääräiset menot (vierailevat luennoitsijat) ja silloinkin korkeakoulu kustantaa  
suuren osan kuluista.

Tapahtuman järjestämisessä on kuitenkin monia sellaisia tehtäviä, joiden tekemiseen ei  
usein aika tai resurssit tai taidotkaan riitä. Näihin kuuluvat esimerkiksi ilmoittautuminen  
ja osallistumismaksujärjestelmän luominen sekä muita tapahtuman organisointiin liittyviä  
asioita. On olemassa monia järjestelmiä ja palvelun-



tarjoajia, joiden avulla nämä asiat saadaan helposti hoidettua. Esimerkiksi Lyyti-palvelu on sellainen. Sen avulla on mahdollisuus räätälöidä ilmoittautumista, järjestellä osallistujia tai vaikka ilmoittautuneiden jonottamista tai muokata osallistumisryhmiä. Järjestelmän kautta voi tiedottaa osallistujille koko tapahtuman järjestämisen ajan ja tietysti se myös mahdollistaa jälkimarkkinoinnin ja palautteiden keräämisen.

Talous ja organisointipalveluiden tarjonta (Lyyti):

#### Sähköposti

Voidaan lähettää viesti yksittäiselle osallistujalle, kaikille tai filtteröidä vastaanottajat heidän tilansa mukaan (ilmoittautunut/estynyt/ei reagoinut).

#### Tekstiviestit

Voidaan muistuttaa osallistujia tekstiviestillä juuri ennen tapahtumaa tai tiedottaa äkillisestä muutoksesta tapahtuman aikana.

#### Ulkoasut

Voidaan räätälöidä lähtevät viestit yrityksen ulkoasun mukaan, käyttää omia kuvia, fontteja ja värejä.

#### Vahvistusviestit

Automaattisesti osallistujalle lähtevä vahvistusviesti sisältää kaikki tapahtuman oleelliset tiedot ja vahvistaa osallistujan ilmoittautumisen.

#### Vakioviestit

Luodaan valmiit viestipohjat joita voit käyttää tapahtumissa. Voidaan korvata viestien tiedot järjestäjän tiedoilla ja ottaa ne käyttöön omassa tapahtumassa.

#### Liitepankki

Voidaan liittää tiedostoja, kuvia, raportteja sekä muita tietoja viesteihin. Kaikki liitetiedostot säilyvät järjestelmässä. Niiden hallinnoinnista ei tarvitse huolehtia erikseen.

### 5.3 Tapahtumaviestintä

Viestintä ja markkinointi on otettava mukaan heti tapahtumanjärjestämisen alusta lähtien. On laadittava markkinointi- ja viestintästrategia tähän liittyen. Strategian tulisi sisältää ulkoisen ja sisäisen markkinoinnin sekä tapahtumaprojektissa tapahtuvan vuorovaikutusmarkkinoinnin. Lisäksi on mietittävä keinot ja jakelukanavat onnistuneen markkinoinnin takaamiseksi. (Iiskola-Kesonen 2004: 56.)

Tapahtuman markkinoinnissa ja viestinnässä on otettava huomioon seuraavat peruskysymykset: miksi tapahtuma järjestetään, mitä yleisölle tarjotaan, miten yleisö saadaan tulemaan paikalle ja viihtymään ja mitkä ovat kohderyhmät ja miten tapahtuma saadaan onnistumaan. Ohjelmatarjonnan on vastattava kysyntää. Tapahtuma kokonaisuudessaan on kohdattava yleisön toiveet ja tarpeet. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002: 12; Vallo & Häyrinen 2012: 22.) Prosessit eivät ole erillisiä tapahtumajohtamisessa, vaan ne vaikuttavat toisiinsa ja monet näistä prosesseista, kuten esim. strategia-, markkinointi- ja talousprosessit, ovat mukana muissa prosesseissa ja vaikuttavat tapahtumaprojektin kaikissa vaiheissa, koko tapahtuman ajan.

Tampereen ammattikorkeakoulussa ja TAMKin järjestämänä koulun ulkopuolella tuotetaan vuosittain kymmeniä tapahtumia: seminaareja, messuja, näyttelyitä, kokouksia, virkistystä ja viihdettä. Jokaisen tapahtuman suunnittelussa ja järjestämisessä tärkeintä on kirkastaa heti alkumetreillä sen punainen lanka eli kohderyhmä ja tarkoitus. Kun tiedämme, kenelle ja miksi tapahtumaa teemme, myös sen viestiminen ja markkinoiminen on helpompaa. Viestinnän onnistumiseen vaikuttaa moni seikka, eikä vähiten ohjelman sisältö ja ajankohta.

Omalle tapahtumalle kannattaa jo aikaisessa vaiheessa laatia yksinkertainen viestintäsuunnitelma (tavoitteet, kohderyhmät, toimenpiteet, aikataulut, vastuhenkilöt), jottei jokin oleellinen tehtävä kiireessä unohdu. Olipa järjestelyvastuu opiskelijaryhmällä tai henkilöstöllä, yhteys TAMKiin pitää aina tuoda selvästi esiin. Näin lisätään TAMKin näkyvyyttä ja vahvistetaan mielikuvaa monipuolisesta, aktiivisesta ammattikorkeakoulusta.

TAMKin tapahtumaviestijän muistilista

- Selvitä, mitä muuta TAMKissa tai lähiympäristössä tapahtuu samaan aikaan. Onko oma tapahtumasi kytkettävissä johonkin laajempaan teemaan?
- Kirjaa oma tapahtumasi intranetin tapahtumakalenteriin. Ilmoita se myös nettisivuilla julkaistavaan tapahtumakalenteriin, jos kyseessä on ulkoisille kohderyhmille tarkoitettu tapahtuma.
- Ota yhteyttä hallinto- ja tapahtumapalveluihin. Saat ohjeita TAMKissa järjestettävien tapahtumien organisoinnista, tiloista ja esim. ständien pystyttämisestä.
- Tee viestintäsuunnitelma. Muista sisäinen markkinointi, varsinkin jos kyseessä on kaikille avoin tilaisuus. Ulkoisille kohderyhmille suunnatuista ja kutsuvierastapahtumista kannattaa antaa ennakkotieto tapahtumakoordinaattorille jo hyvissä ajoin ja täydentää tietoa myöhemmin valmistelun edetessä. Mediatiedotukseen saat vinkkejä ja apua Viestintäpalveluista.
- Hyödynnä sopivia tiedotuskanavia: TAMKin intranetiä ja nettisivuja, mediatiedotusta, kohdistettua sähköistä markkinointia, sosiaalisen median kanavia. Some näkyvyyttä edistää, kun postauksiin liitetään aihetunnisteita eli hashtageja (#tapahtumanimi #tamk #TAMK\_UAS).
- Näytä aina TAMK-yhteys. TAMKin nimen pitää näkyä selkeästi kaikessa viestinnässä, verkossa erityisesti hakukonelöydettävyyden vuoksi.
- Sovella TAMKin brändi-ilmettä oikein. Ota tarvittaessa yhteyttä Viestintäpalveluihin, sieltä saat ohjeita, malleja ja pohjia sekä digitaalisia että painotuotteita varten. Katso myös ohje brändi-ilmeen hallinnasta.
- Myös viestintä tapahtuman aikana ja sen jälkeen kannattaa suunnitella etukäteen. Kuvat ja autenttiset sitaatit tai kommentit osallistujilta ovat mainiota aineistoa sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi blogissa. Kiitosviesti osallistujille dokumenttilinkeineen on kohtelias tapa pitää yhteyttä tapahtuman jälkeenkin. Joskus aineistoa voi hyödyntää myös seuraavan vastaavan markkinoinnissa.

#### **5.4 Markkinointiviestintä TAMKissa**

TAMK-viestinnän tavoitteena on tukea ammattikorkeakoulun identiteetin ja imagon rakentamista. Niin markkinoinnissa kuin tiedotuksessakin pyrimme linjakkaaseen ja strategisia tavoitteita tukevaan toteutukseen. TAMK tekee ns. tiedottavaa mark-

kinointia, jossa viestinnän sisältö on selkokielistä, asiallista ja vastaa todellisuutta - olematta kuitenkaan tylsää tai keskinkertaista. Erottuvuutta ja tunnistettavuutta TAMK-brändille luo oma visuaalinen ilme, jonka elementtejä ovat markkinointitunnus, tekstityypit, värit ja oman kuvapankin kuvat. Kaikki TAMKin nimissä tehtävät toimenpiteet muokkaavat mielikuvia, siksi yhteisten periaatteiden noudattaminen kuuluu kaikille TAMKilaisille.

#### **5.4.1. Vastuut**

TAMKin kokonaisviestinnästä vastaa rehtori. Markkinointiviestinnän käytännön toteutusta hoitaa TAMKin Viestintäpalvelut, josta vastaa rehtorille korkeakoulupalveluiden johtaja. Viestintäpalvelut kokoaa vuosittaisen kokonaissuunnitelman, koordinoi TAMKin markkinointitoimia ja viestintäkanavien käyttöä sekä neuvottelee sopimushinnat esim. lehti-ilmoitteluun ja painotuotteille.

#### **5.4.2. Käytännöt**

TAMKin eri toimintojen markkinointitarpeet kootaan vuosittaisen toiminta- ja taloussuunnittelun yhteydessä. Vuoden mittaan käytännön toimenpiteet toteuttaa, tilaa tai hyväksyy TAMKin Viestintäpalvelut. Viestintäpalvelut koordinoi suunnitelman mukaista markkinointiviestintää kuten mainoksia, lehti-ilmoituksia, esitteitä ja muita painotuotteita, verkkosivustoja, yleisesittelymateriaaleja, näkyvyyttä messuilla ja muissa tapahtumissa, liikelahjoja sekä yleisesti visuaalista ilmettä ja logon käyttöä.

#### **5.4.3. Sisäisen viestinnän välineet**

TAMKin sisäisen viestinnän vaikutuspiiriin kuuluvat ammattikorkeakoulun henkilöstö ja opiskelijat. Sisäisen viestinnän tärkeimpiä kanavia ovat päivittäinen kasvokkaisviestintä ja koko TAMKin kattavat sähköiset viestimet.

**Intranet** on sekä tiedotuskanava että tietopankki, mutta myös käyttöliittymä useisiin päivittäin käytettäviin verkkopalveluihin. Intranet tarjoaa myös uusia mahdollisuuksia keskusteluun ja kommentointiin. **Koko TAMKia koskevat viralliset tiedotukset** ja muu ajankohtainen tieto välitetään ensisijaisesti intranetin tiedotekanan välityksellä. Intranetissä julkaistut tiedotteet lähetetään päivittäin sähköpostikoosteena TAMKilaisille.

**Sähköposti** on nopea ja suora viestintäkanava, joka tavoittaa kaikki TAMKilaiset joko ryhminä tai yksilöinä. Sähköpostin käytössä sovelletaan Tietohallinnon ja Viestintäpalveluiden antamia ohjeita ja sääntöjä. Tutustu ohjeisiin laajojen postituslistojen käytöstä sekä sähköpostin käytön hyviin tapoihin.

**Isoja henkilöstötilaisuuksia** TAMKissa ovat mm. TAMK-päivät ja TAMK-infot. Henkilöstöpäivien järjestämisestä vastaavat Kehittämisyksikkö ja Henkilöstöpalvelut. Opiskelijatapahtumia koordinoi opiskelijakunta Tamko. Sisäistä viestintää palvelevat myös aulatilojen infomonitorit ja ilmoitustaulut.

#### **5.4.4. Uutiset, artikkelit ja tiedotteet**

TAMKissa tapahtuu paljon tiedottamisen arvoista joka viikko. Rohkaisemme TAMKilaisia antamaan vinkkejä tai laatimaan itse uutisia ja artikkeleita – ilmiöistä, ihmisistä, tapahtumista. Viestintäpalveluilta saa tarvittaessa apua tekstien tuottamisessa, muokkaamisessa ja niiden jakamisessa.

Päivittäisviestintään on käytettävissä useita kanavia. Kannattaa perehtyä huolellisesti kohderyhmään ja valita oikea kanava oikealle kohderyhmälle.

TAMKin sisäisille kohderyhmille:

[Intranet](#)

TAMKin ulkopuolisille kohderyhmille:

[Verkkosivut](#)

[Sosiaalinen media](#)

[Mediatiedotus](#)

Julkaisemme juttuja valikoidusti myös TAMKin tiedotuslehdissä:

[TAMK.nyt ja TAMK.today](#)

Uutena artikkelikanavana on vuonna 2015 avattu TAMK Journal:

[TAMKjournal](#)

## **5.5 Visuaalinen ilme ja pohjat**

Yhtenäinen esiintyminen vahvistaa brändiä. Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnässä käytämme yhtenäistä visuaalista ilmettä. Se on osa brändityötä, ja sen tavoitteena on erottaa TAMK muista korkeakouluista. Visuaaliseen ilmeeseen kuuluvat mm. logo, typografia, värien ja kuvien käyttö.

TAMKille suunniteltu visuaalinen ilme esiintyy suomen- ja englanninkielisessä viestinnässä, esimerkiksi mainonnassa, esitteissä, lehdissä, kirjelomakkeissa ja toimitiloissamme sekä verkkoviestimissä, kuten intranetissä, nettisivuilla ja sosiaalisessa mediassa.

### **5.5.1 Graafinen ohje**

Kerrotun ja kirjoitetun ohella myös visuaalinen ilme tukee TAMKin viestintää. Samalla se rakentaa vahvaa, erottuvaa TAMK brändiä – tyylikkäästi ja omaperäisesti. Graafinen ohje toimii taittajan, kirjoittajan ja kuvaajan käsikirjana valokuvien valinnasta tekstityypin valintaan. Koska TAMKin kohderyhmää ovat ensisijaisesti nuoret aikuiset, ilme halutaan pitää nuorekkaana ja tuoreena, ja sitä myös päivitetään aika ajoin.

Visuaalisen ilmeen näkyvin elementti, TAMKin logo, on suunniteltu vuonna 2010, jolloin sille on määritelty myös värit ja typografia. Myöhemmin typografiaan on lisätty kirjasimia ensisijaisesti nettisoveltuvuuden ja luettavuuden parantamiseksi. Logon käytön ohjeistaminen kuuluu tärkeänä osana TAMKin imagon rakentamiseen.

Logon eri versiot ja niiden käyttötarkoitukset pitää olla yksinkertaisesti ohjeistettuja ja materiaalit helposti saatavilla. Tapahtumalla on usein myös oma tunnus, mutta taustaorganisaatiota (tilaisuuden järjestäjää) ei saa unohtaa.

## 6 KEHITTÄMISTOIMENPITEET

### 6.1 Hallinto- ja tapahtumapalveluiden rooli

Ehdotukseni on, että hallinto- ja tapahtumapalvelut hoitaisi TAMKissa järjestettävien ammattikorkeakoulun tapahtumien koordinointia ja ohjeistusta. Heillä olisi käytössään malli toiminnasta ja ohjeistukset järjestäjälle. Palvelut voisivat myös osallistua tapahtuman järjestelyihin silloin kun kyseessä olisi esimerkiksi kansainvälinen tapahtuma tai selvästi isompi valtakunnallinen tapahtuma tai silloin kun tapahtumaan vaadittaisiin erityisjärjestelyitä ja mikäli siihen olisi mahdollisuus käyttää aikaa.

Osallistuessaan tapahtuman järjestelyihin hallinto- ja tapahtumapalvelut toimisivat tuottajan roolissa ja tapahtuman omistaja (tilaaja) olisi palveluiden ulkopuolelta. Tällöin tapahtuman sisällöntuotanto säilyisi tilaajalla ja tekninen tuotanto ja ohjaus jäisivät hallinto- ja tapahtumapalveluiden vastuulle.

Tuottaja voi toimia hyvin monenlaisissa tehtävissä kulttuurialan erilaisissa organisaatioissa. Työ keskittyy pääsääntöisesti tuotannon suunnitteluun ja toteuttamiseen, sekä rahoituksen järjestämiseen. Myös tiedottaminen ja markkinointi ovat keskeisiä osa-alueita. Tuottajan toimenkuva muotoutuu kunkin työpaikan tarpeita vastaavaksi.

Tuottaja on usein tilaajan tekninen avustaja, se joka rakentaa sillat maailmaan päin, jotta taiteilijat voivat keskittyä olennaiseen. Olennaista on sisältö, eikä hyvä tuottaja ryhdy sitä sorkkimaan. Hänen on kuitenkin ymmärrettävä, mistä sisällöstä on kysymys, hyväksyttävä se ja arvostettava sitä. Lisäksi hänen on sisäistettävä sekä tilaajan että yleisön tarpeet ja junailtava asiat niin, että molemmat saavat enemmän kuin osasivat koskaan etukäteen aavistaa. (Raatikainen 2007, 5.)

Pienemmissä tapahtumissa hallinto- ja tapahtumapalveluiden rooli olisi ohjaava ja neuvova. Palvelulle koottaisiin työrukkasiksi tietysti myös tapahtumajärjestäjän ohjeet ja sen lisäksi selkeitä helppokäyttöisiä ja muokattavia malleja esimerkiksi kutsukirjeelle (sähköinen uutiskirje -pohja), nettisivuille, ohjelmalehtiselle, diapohjil-



le tai opasteille. Hallinto- ja tapahtumapalveluille hankittaisiin myös esittelyseinäke ja messutiski, jotka olisivat sijoitettuna Teiskontien aulassa ja helposti otettavissa käyttöön tarvittaessa. Seinäkkeelle ja tiskille teetettäisiin TAMKin visuaaliseen ilmeeseen sopivat vuodat, mutta niihin saataisiin tarvittaessa helposti ja melko edullisestikin vaihdettua tapahtuman omaa ilmettä.

Tarkoitus olisi siis, että hallinto- ja tapahtumapalveluihin otettaisiin ensimmäisenä yhteyttä, aina kun aloitetaan tapahtuman suunnittelu. Paitsi sellaisissa hallinnollisissa tapahtumissa, kuten valmistumisjuhliissa, jotka toistuvat säännöllisesti ja joita voidaan hoitaa kuten valmista tuotetta. Valmistumisjuhlien järjestäminen on tarkkaan mietitty ja järjestely toimii hyvin, joten siihen ei kannata tässä yhteydessä puuttua. Hallinto- ja tapahtumapalvelut pitää yllä yhteyksiä sellaisiin TAMKin palveluihin, jotka ovat mukana tapahtuman teknisissä järjestelyissä. Näitä ovat mm. kiinteistö- ja tilapalvelut, viestintäpalvelut, talouspalvelut ja ravintolapalvelut. He pitävät myös huolta siitä, että kaikki TAMKin tapahtumat ovat tapahtumakalenterissa.

## **6.2 Ulkopuolinen tilaaja TAMKin tilojen varaajana**

Kun ulkopuolinen taho haluaa järjestää tapahtuman TAMKin tiloissa, häntä ohjataan www-sivuilta ottamaan yhteyttä sähköpostilla. Sähköposti ohjautuu Hallinto- ja tapahtumapalveluiden toimistoon, josta otetaan henkilökohtaisesti yhteyttä asiakkaaseen ja järjestelyt sovitaan tapauskohtaisesti.

## **6.3 Prosessin kulku**

Roolin mukaisesti prosessi kulkisi niin, että kun päätös tapahtuman järjestämisestä on tehty, otetaan yhteyttä hallinto- ja tapahtumapalveluihin. Palvelut selvittävät millaisesta tapahtumasta on kyse ja antavat ohjeet ja tarvittavat mallipohjat tapahtuman koon ja vaativuuden mukaan. Hallinto- ja tapahtumapalveluilla olisi käytävissään ohjepaketti jossa olisi hyvin yksinkertaisesti selvitetty, mitä kaikkea kuuluu tapahtuman järjestäjän tehtäviin ja mitä järjestäjän tulee vähintäänkin tietää

tiloista, aikataulutuksesta, kustannuksista ja tapahtumaviestinnästä tai vaikkapa lounasruokailun järjestämisestä.

## **6.4 Tapahtuman järjestämisen vaiheet**

### **6.4.1 Ideointi**

Tapahtuman tuottaminen on verrattavissa projektin läpiviemiseen. Projekti on johdonmukaisesti vaiheesta toiseen etenevä tapahtumaketju, jonka toteutus tuottaa halutun tuloksen. Jotta projekti saadaan alulle, on oltava käyttökelpoinen idea, projektin tuottaja, rahoitus, tekijät ja aikataulu. Ilman näiden osatekijöiden varmistuksia on hankala toteuttaa vähänkään suurempaa projektia.

Projektin käynnistämiseen tarvitaan innostavia ideoita, mutta ennen kuin niitä lähdetään kehittämään projektiksi, kannattaa pohtia toteutusta kriittisesti ja realistisesti. Huolellinen taustatyö palkitsee jatkovaiheissa. Projektin toteuttamisvaihe vaatii sitoutuneen organisaation, toimintasuunnitelman, markkinointi- ja viestintäsuunnitelman sekä taloussuunnitelman.

Ideoinnin tarkoituksena on saada esiin mahdollisimman paljon erilaisia ajatuksia ja ideoita, joita voidaan myöhemmässä vaiheessa karsia pois. Ideointivaiheessa on hyvä käyttää erilaisia työkaluja, jotta saadaan ”ajatus lentämään”, sillä näin ne parhaat ideat syntyvät. Käytetyimpiä ideointimenetelmiä ovat mind-mapping ja aivoriihityöskentely.

### **6.4.2 Suunnittelu**

Tapahtuma on aina projekti, joten siihen kuuluu kolme päävaihetta: suunnittelu, toteutus ja purku. Suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon paitsi tapahtuman järjestäminen myös sen markkinointi ja tiedottaminen. Suunnittelun ohessa voidaan aloittaa tapahtuman konkreettiset valmistelut.

Tapahtuman valmistelun keskeisiä vaiheita:

- Perustetaan tarvittavat työryhmät huolehtimaan tapahtuman eri osa-alueiden järjestämisestä ja toteuttamisesta.
- Varmistetaan organisaation sisällä hyvä tiedonkulku, sillä vain siten tapahtuma voi onnistua.
- Annetaan suunnitelman elää. Perussuunnitelman tarkentamista tehdään koko ajan, hiotaan rönsyjä pois – ja säästytään turhalta työltä.
- Varmistetaan ajoissa taloudelliset resurssit ja 'talkootyö'. On hyvä, jos työntekijät voidaan perehdyttää tapahtuman aikaisiin tehtäviin etukäteen; se motivoi ja innostaa ja on tärkeä osa asiakaspalvelua.

Tapahtuma on aina johtajansa ja tekijöidensä näköinen. Tapahtuman vetäjä pitää langat käsissään, mutta jakaa vastuuta myös muille, kiittää, kannustaa, muistaa ja muistuttaa.

#### **6.4.3 Viestintä ja markkinointi**

Viestintätyökaluja (sähköposteja, tekstiviestejä, sosiaalista mediaa, kutsuja) ja markkinointisivua käyttämällä houkutellaan oikea kohderyhmä paikalle. Tapahtuman osallistujat, yhteistyökumppanit ja työntekijät on syytä pitää ajan tasalla tapahtuman kulusta, muutoksista sekä muista asioista.

#### **6.4.4 Talous**

Kustannusten oikea arviointi on tärkeää, jotta suunnitelma voi toteutua. Kustannukset on otettava huomioon, vaikka tapahtuma olisikin sen luonteinen, ettei varsinaista budjettilaskelmaa vaadita eikä sitä yleensä tehdä (esim. TAMKin omat valmistumisjuhlat).

#### **6.4.5 Purkaminen**

Tapahtuman päätyttyä on vielä monta asiaa tehtävänä. Laskuja käytetyistä palveluista liikkuu vielä viikkoja tapahtuman jälkeen, ne pitää tarkistaa ja hyväksyä maksettavaksi. Lopuksi tehdään laskelma talousarvion toteumasta. Ennen tilaisuutta on hyvä sopia siitäkin, ketkä vastaavat tapahtuman purkamisesta ja millä aikataululla.

#### **6.4.6 Palaute**

Tapahtuman baleen on syytä käydä läpi, missä asioissa onnistuttiin ja missä on parantamisen varaa. Tämä tieto on arvokasta tulevien tapahtumien suunnittelussa. Arviointi kohdistuu toimintaan ja toimenpiteisiin.

Arviointitilaisuuteen on hyvä kutsua kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuneet tahot tai ainakin heidän edustajansa. Näin kaikki voivat tuoda esille omat ajatuksensa, risunsa ja ruusunsa. Tapahtumanjärjestäjät analysoivat yhdessä palautteen, jotta tehdyt virheet voidaan korjata ja hyvät oivallukset ottaa käyttöön seuraavan tapahtuman suunnittelussa.

#### **6.4.7 Kiitos**

Kiitoksen ilmaiseminen tekijöille on aina paikallaan. Näin varmistetaan, että työväkeä on jatkossakin. Myös yhteistyökumppaneiden muistaminen ja kiittäminen tulee suorittaa mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen.

## 7 LOPPUYHTEENVETO

Tehtävä oli melko haastava. Koska olen itse ollut niin lähellä tai mukana tapahtumien järjestelyissä, luulin että tiedon kokoaminen kävisi helposti. Tilanne on kuitenkin ollut jatkuvassa muutoksessa. TAMKista on poistunut eläkkeelle tai aivan toisiin tehtäviin paljon sitä henkilöstöä, joka on yleensä ollut mukana tapahtumajärjestelyissä.

Haastetta ovat lisänneet myös organisaation muuttuminen, ihmisten ihan fyysisenkin muuttaminen paikasta toiseen. Ennen tapahtumia järjesteli ryhmä joka oli sekä fyysisesti että tehtävänkuvauksiltaan lähellä toisiaan. Nyt kaikki nämä yhteydet ovat ehkä kokonaan kadonneet.

2014 syksyllä TAMKiin perustettiin johdon päätöksellä Hallinto ja tapahtumapalvelut –niminen yksikkö ja sinne tuli myös tapahtumakoordinaattorin toimi. Palvelut ja eivät ole saaneet päätöstä palvelun tehtäväksi eikä tapahtumakoordinaattori omaa toimenkuvaansa. Palvelut ovat tietysti joutuneet olemaan mukana järjestämässä monia tapahtumia ja päättämään monista asioista toimien ilman oikeutusta, 'intuitiolla', koska palveluilla on ollut vastassaan ainoastaan suuria ja kaikki toiveet täytäviä odotuksia. Tämäkin osoittaa sen, miten huutava pula TAMKilla on saada tämä tapahtumajärjestämisen prosessi kuntoon.

Olen oppinut paljon tapahtumajärjestämisestä ja omasta organisaatiosta. Erityisesti nousee esiin se, että tekijöitä tarvitaan paljon, aina enemmän kuin uskaltaa edes suunnitella, ja että tapahtuma tarvitsee aina johtajan. Johtajalla on kaikki narut käsissään, hän on vastuussa kaikesta, mutta oikein tehdessään hän ei tee kaikkea itse, vaan valvoo, että kaikki tarvittava tehtävät tulevat tehdyksi.

Meidän lähtötilanteemme ei ollut parhain mahdollinen, koska aika paljon vastuuta ja tehtäviä on ollut jakamatta ja toisaalta meillä on ollut viisi vuotta aikaa tehdä tapahtumia ilman virallisia ohjeita. Tekemisistä on muodostunut tapoja. Sehän onkin ihan uusi haaste: haluaako joku edes tietää, että meillä on olemassa tapahtumille ohjeistukset, jos on jo opittu jokin tapa tehdä asiat ja se toimii?

Prosessi ei ole vielä valmis. Ehdotuksia ja toimintaohjeita on nyt laitettu eteenpäin kommentoitavaksi ja hyväksyttäväksi. Olen kuitenkin positiivisella mielellä, sillä tiedän, että kun ohjeet julkaistaan TAMKin intranetissä ja laadunhallintajärjestelmässä, se on varmasti parempi kuin mitä TAMKissa on ollut koko sen elinkaarella ja toisaalta ohjeita on helppoa päivittää ja muuttaa tarpeen mukaan. Luotan myös, että kun saamme kunnon ohjeistuksen ja tapahtumakoordinaattorin tehtävät saada tietoon, niin kaikkien TAMKissa tapahtumia järjestävien on helpompi toimia.

## LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. PS-kustannus, Jyväskylä.

Alasuutari, Pertti 1999 Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos. Vastapaino, Tampere.

Anttila, Pirkko 2008 Ammattikorkeakoulujen Opinnäytetyö ja ohjaus – seminaari. Esityksen taustalla ovat teokset: Anttila, Pirkko. 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. Hamina: Akatiimi Anttila, Pirkko. 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö. Hamina: Akatiimi.

Anttonen, K. 2003. Tehosta projektityötä: Johda hanketta 80/20 –periaatteella. Talentum Media Oy, Jyväskylä.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. Painos. Dark Oy, Vantaa.

Iiskola-Kesonen, Hanna 2004. Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. SLU, SLU-julkaisusarja (osa 10).

Mintzberg, Henry 1989. Mintzberg on Management: Inside our Strange World of Organisation.

O'Toole, William 2002. Corporate Event Project Management.

Raatikainen, Kimmo 2007. Johdatus tietojenkäsittelytieteeseen: Tarinoita tietojenkäsittelytieteen osa-alueilta. Helsinki (pdf).

Shone, A. & Parry, B. 2010. Successful Event Management. A Practical Handbook. 3. painos. Iso-Britannia: Cengage learning.

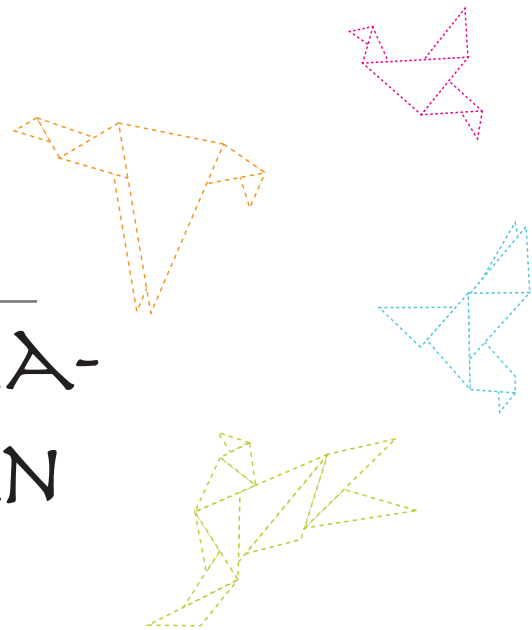
Suomen virallinen tilasto (SVT): Tutkimus- ja kehittämistoiminta [verkkójulkaisu]. ISSN=1798-6206. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 24.5.2015].  
Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/tkke/index.html>

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3. painos. Tietosanoma 72, Helsinki.

LIITTEET

Anne Autio  
Graafinen suunnittelija  
Tampereen ammattikorkeakoulu

# TAPAHTUMA- JÄRJESTÄJÄN OPAS



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU



KENELLE?  
MITÄ?  
MIKSI?  
MISSÄ?  
MILLOIN?  
MITEN?  
MIELIKUVA?

## TAPAHTUMA ON PROJEKTI

### 1. ALOITUS

= Ideointi

Villi ja vapaa mieli visioi loistavia  
ideoita ja tapahtumia.

### 2. TOTEUTUS

= Tuottaminen Ideasta tuotteeksi

Huolellinen taustatyö. Projektin toteuttamisvaihe  
vaatii sitoutuneen organisaation, toiminta-,  
viestintä- ja taloussuunnitelman.

Delegointi, johtaminen, tiedon kokoaminen  
ja kokonaisuuden hallitseminen.

Vastuu kasvattaa.

### 3. LOPETUS

Tapahtuman purku, arviointi ja johtopäätökset,  
palautepalaveri, kiitokset ja huomioinnit.

Järjestäjien kritiikkitalaisuus ja muistion kokoaminen  
muiden avuksi. Onnistumisesta kiitokset ja  
myös mokat on hyvä jakaa sillä niistä oppii.





## TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN OPAS

Tapahtuman tuottaminen on verrattavissa projektin läpiviemiseen. Projekti on johdonmukaisesti vaiheesta toiseen etenevä tapahtumaketju, jonka toteutus tuottaa halutun tuloksen. Jotta projekti saadaan alulle, on oltava käyttökelpoinen idea, projektin tuottaja, rahoitus, tekijät ja aikataulu. Ilman näiden osatekijöiden varmistuksia on hankala toteuttaa vähänkään suurempaa projektia.

Projektin käynnistämiseen tarvitaan innostavia ideoita, mutta ennen kuin niitä lähdetään kehittämään projektiksi, kannattaa pohtia toteutusta kriittisesti ja realistisesti. Huolellinen taustatyö palkitsee jatkovaiheissa. Projektin toteuttamisvaihe vaatii sitoutuneen organisaation, toimintasuunnitelman, markkinointi- ja viestintäsuunnitelman sekä taloussuunnitelman.

Ideoinnin tarkoituksena on saada esiin mahdollisimman paljon erilaisia ajatuksia ja ideoita, joita voidaan myöhemmässä vaiheessa karsia pois. Ideointivaiheessa on hyvä käyttää erilaisia työkaluja, jotta saadaan ”ajatus lentämään”, sillä näin ne parhaat ideat syntyvät. Käytetyimpiä ideointimenetelmiä ovat mind-mapping ja aivoriihityöskentely.

### 1. TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuma on aina projekti, joten siihen kuuluu kolme päävaihetta: suunnittelu, toteutus ja purku. Suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon paitsi tapahtuman järjestäminen myös sen markkinointi ja tiedottaminen.

Suunnittelun ohessa voidaan aloittaa tapahtuman konkreettiset valmistelut.

Tapahtuman valmistelun keskeisiä vaiheita:

- Perustetaan tarvittavat työryhmät huolehtimaan tapahtuman eri osa-alueiden järjestämisestä ja toteuttamisesta.
- Varmistetaan organisaation sisällä hyvä tiedonkulku, sillä vain siten tapahtuma voi onnistua.
- Annetaan suunnitelman elää. Perussuunnitelman tarkentamista tehdään koko ajan, hiotaan rönsyjä pois – ja säästetään turhalta työltä.
- Varmistetaan ajoissa taloudelliset resurssit ja ‘talkootyö’. On hyvä, jos työntekijät voidaan perehdyttää tapahtuman aikaisiin tehtäviin etukäteen; se motivoi ja innostaa ja on tärkeä osa asiakaspalvelua.

Tapahtuma on aina johtajansa ja tekijöidensä näköinen. Tapahtuman vetäjä pitää langat käsissään, mutta jakaa vastuuta myös muille, kiittää, kannustaa, muistaa ja muistuttaa.

YLEISOHJE TAPAHTUMAN KOKONAISUUNNITELMAN  
LAATIMISEKSI

## 1. TAPAHTUMAN PERUSTIEDOT

- nimi
- aika ja paikka
- järjestäjä
- yhteyshenkilöt
- tavoitteet

## 2. TAPAHTUMAN IDEA

- miksi, kenelle, miten tapahtuma toteutetaan
- millainen mielikuva tai vaikutus sillä halutaan antaa

## 3. TAPAHTUMAN KUVAUS JA KULKU

- ajankohta
- mitä tapahtuma tarjoaa, ohjelma tms.

## 4. TAPAHTUMAN KOHDERYHMÄ JA MARKKINOINTI

- kohderyhmän kartoitus
- markkinointi- ja viestintäsuunnitelma
- tavoiteltu osallistujamäärä

## 5. TAPAHTUMAN TOTEUTUS

- tapahtumaorganisaation johtaminen
- työnjako ja vastuut
- aikataulut

## 6. TAPAHTUMAN TALOUSSUUNNITELMA

- budjetti (osallistumismaksut, tilavuokrat, työvoimakulut, ruoka ja juoma, mahdolliset yhteistyökumppanit, tapahtuma-tuotteet jne.)
- vaikka tapahtuma olisi sen luonteinen, että sille ei ole varsinaista budjettia, kannattaa silti laskea tapahtuman todelliset kulut (tulot ja menot, mm. huomoida palkkakustannukset)

## 7. Tapahtuman jälkimarkkinointi

- miten arviointi tehdään ja hyödynnetään
- kiitokset osallistujille, yhteistyökumppaneille, järjestävälle taholle ja talkoolaisille.



## 2. TAPAHTUMAN ORGANISAATIO

Tapahtuman takana on aina toimeksiantaja. Toimeksiantaja on joko henkilö tai ryhmä henkilöitä, jotka päättävät tapahtuman suunnittelun aloittamisesta. Toimeksiantaja nimeää tietyn henkilön vastaamaan projektista, projektin johtajan/projektipäällikön, jonka tehtävänä on kantaa vastuu projektin eteenpäin menosta. Projektin vastaavaksi tulisi valita henkilö, jolla on riittävästi tietotaitoa ja kokemusta, innostusta ja aikaa sekä resursseja sitoutua projektiin.

### TOIMINTASUUNNITELMA JA AIKATAULUT

Tapahtuman järjestäminen vaatii ennen kaikkea huolellista ja tarkkaa ajanhallintaa. Aikataulu muodostaa koko projektin ytimen. Tapahtuman vastuut on jaettava, ja johtajan on kyettävä pitämään kaikki mukana sovituissa aikatauluissa.

Tapahtuman järjestämisessä on useita ajallisesti peräkkäisiä vaiheita, jotka saattavat olla toisiinsa kytköksissä niin, että seuraava vaihe ei etene ennen kuin edellinen on tehty. Aikataulun havainnollistamiseksi on hyvä laatia aikataulukko, jossa näkyvät tehtävät ja niiden suunnittelu, kesto ja toteutusajankohta. Liikaan optimismiin ei kannata sortua, sillä joidenkin asioiden selvittäminen ja toteuttaminen voi viedä paljon enemmän aikaa kuin on arvioitu.

Vastuualueiden vetäjät laativat myös omat aikataulunsa ja toimenpidesuunnitelmansa. Kun tapahtuman suuret kokonaisuudet ovat kunnossa, voi hioa pikkuasioita. Ja mitä paremmin pikkuasiat ovat hoidossa, sitä loistavampi on tapahtuma.

### KENELLE TAPAHTUMA TEHDÄÄN?

Tapahtumaa järjestettäessä on mietittävä tarkkaan, kenelle sitä ollaan tekemässä. Kohderyhmän voivat muodostaa suuri yleisö, rajattu kutsuvierasjoukko tai avoin kutsuvierasjoukko. Kohderyhmän tuntemus on hyvin oleellista, sillä tapahtuman perusolemus on saatava muovattua tavoiteltavan kohderyhmän oloiseksi, jotta tapahtuma ajaisi tarkoitustaan. Mikäli tapahtuma ja kohderyhmä eivät kohtaa, on seurauksena enemmän tai vähemmän huonosti onnistunut tapahtuma.

Jälkimarkkinointi on tärkeää, sillä voi vielä jälkikäteen muistuttaa asiakasta tapahtumasta ja samalla pyytää palautetta esim. kyselylomakkeella. Pienissäkin tapahtumissa kannattaa kerätä kävijäpalautetta, sillä tämän arvokkaan tiedon avulla voi saada selville, kohtasiko tapahtuman tarjonta kohdeyleisön odotukset.



### AJAN JA PAIKAN VALINTA

Ajankohdan valintaan – silloin kun se on mahdollista – kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Kannattaa tarkistaa, ettei samaan aikaan ole muita, samalle kohdeyleisölle suunnattuja tapahtumia. Kun taustat on

tarkistettu ja tapahtumasta päätetty, se merkitään heti TAMKin intranetin tapahtumakalenteriin (myös nettisivujen tapahtumakalenteriin, jos kyseessä on yleisötilaisuus).

Myös paikan valinta on keskeistä tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtumapaikkaa mietittäessä on otettava huomioon tilan/tilojen koko, tarvittava tekniikka ja muut apuvälineet, kalusteet, mahdolliset oheistilat ja suorituspaikat. Myös muiden palveluiden, kuten majoitus-tilojen saatavuus tai kulkuetäisyydet, voivat vaikuttaa tapahtumapaikan valintaan.

Uuden tapahtumajärjestäjän on syytä tutustua vastaaviin tapahtumiin. Kannattaa koota tietoa eri tapahtumien järjestäjiltä ja osallistujilta. Osallistuminen vastaaviin tapahtumiin paikan päällä on hyvää oppia.

#### VARAUTUMINEN TURVALLISUUTEEN

Vastuu tapahtuman turvallisuudesta on aina tapahtuman järjestäjällä. Laki määrittää useita asioita koskien tapahtuman järjestämisen turvallisuutta.

- Kokoontumis- ja järjestyksenvälvoimislaki säätelee tapahtuman turvallisuutta.
- Pelastuslaki velvoittaa ehkäisemään ja varautumaan vaaratilanteisiin.
- Terveysturvallisuuslaki velvoittaa toimimaan turvallisesti elintarvikkeiden kanssa.
- Kuluttajapalveluiden laki määrittelee kuluttajan oikeuksia koskevia asioita.

Yleisiä huomioitavia seikkoja tapahtuman turvallisuutta varmistettaessa ovat lait ja säännökset, yleisön määrä ja rakenne, tapahtuman luonne, aika ja paikka.

#### YHTEISTYÖKUMPPANIT

Jos tiedossa on, että samaan aikaan tai samoille kohderyhmille on valmisteilla muitakin tapahtumia, olisi hyvä kartoittaa mahdollisuuksia yhteistyöhön. Olisiko joitakin asioita mahdollista tehdä yhdessä, mitä hyötyä yhteistyöstä muiden tahojen kanssa voisi olla?

Kun on kyseessä isompi tapahtuma, ja järjestäjän omat resurssit ovat rajalliset, on suositeltavaa käyttää (palkata) ammattituottaja oman työn avuksi.



Alihankintana kannattaa käyttää eri alojen ammattilaisia (esim. ravintola, valo + ääni), milloin tapahtuman luonne sitä vaatii. TAMKissa on mahdollisuus käyttää joissakin tehtävissä myös eri alojen opiskelijoita. Opiskelijoiden käyttö TAMKin tapahtumissa on suositeltavaa (ja TAMKin arvojen mukaista yhteisöllisyyttä). Opiskelijoiden käyttö on helppointa, kun se nivotaan sopivaan kurssiin, esim. projektiopintoihin, ja sovitaan etukäteen hyvissä ajoin (kuukausia etukäteen) vastuopettajan kanssa.

Opiskelijat voivat saada tapahtumassa työskentelystä tarvittaessa työtodistuksen. Yhteistyösopimukset kannattaa aina tehdä kirjallisina.

### 3. TAPAHTUMAN TALOUS

Kustannusten oikea arviointi on tärkeää, jotta suunnitelma voi toteutua. Kustannukset on otettava huomioon, vaikka tapahtuma olisikin sen luonteinen, ettei varsinaista budjettilaskelmaa vaadita eikä sitä yleensä tehdä (esim. TAMKin omat valmistumisjuhlat).

Rahoituslähteiden joukosta on löydettävä omalle tapahtumalle sopivin päärahoitusmuoto. Joukkoon mahtuu niin kansallisia viranomaisia kuin EU-avustustoimintaa. Projektirahoitusta voi hakea myös suoraan EU:n komission eri ohjelmista. Lisäksi eri aloilla toimii lukuisia joukko järjestöjä, säätiöitä ja rahastoja, jotka myöntävät avustuksia ja apurahoja myös teematapahtumiin.

Pääasiallisen rahoituksen tulee olla selvillä jo tapahtuman suunnittelun alkumetreillä. Rahoituksen selvittämiseksi ja kustannusrakenteen havainnollistamiseksi kannattaa laatia realiteetteihin perustuva raamibudjetti.

#### TAPAHTUMAN RAAMIBUDJETTI

##### *Tulot*

+ osallistumismaksut	_____	€
+ yhteistyökumppanit	_____	€
+ oma rahoitus	_____	€
YHTEENSÄ	_____	€

##### *Menot*

- palkat ja palkkiot	_____	€
- markkinointikulut	_____	€
- muut järjestelykulut	_____	€
YHTEENSÄ	_____	€



#### 4. TAPAHTUMAN VIESTINTÄ

Tapahtumasta tiedottaminen ja ennakkomarkkinointi kannattaa aloittaa niin aikaisin kun mahdollista – kunhan vain tapahtuman perusasiat kuten aika, paikka, esiintyjät, ohjelma jne. on varmistettu.

Kun tapahtuman kohderyhmät ovat tiedossa, heille tiedottaminen alkaa ja jatkuu aina tapahtuman alusta loppuun saakka – ja vielä sen jälkeenkin jälkimarkkinointina, esim. palautekyselyinä.

Kaikkien tapahtuman järjestelyihin osallistuvien tulee tietää koko ajan, missä mennään, eli sisäisen viestinnän pitää toimia alusta alkaen.

Tampereen ammattikorkeakoulussa ja TAMKin järjestämänä koulun ulkopuolella tuotetaan vuosittain kymmeniä tapahtumia: seminaareja, messuja, näyttelyitä, kokouksia, virkistystä ja viihdettä. Jokaisen tapahtuman suunnittelussa ja järjestämisessä tärkeintä on kirkastaa heti alkumetreillä sen punainen lanka eli kohderyhmä ja tarkoitus. Kun tiedämme, kenelle ja miksi tapahtumaa teemme, myös sen viestiminen ja markkinointi on helpompaa. Viestinnän onnistumiseen vaikuttaa moni seikka, eikä vähiten ohjelman sisältö ja ajankohta.

Omalle tapahtumalle kannattaa jo aikaisessa vaiheessa laatia yksinkertainen viestintäsuunnitelma (tavoitteet, kohderyhmät, toimenpiteet, aikataulut, vastuuhenkilöt), jottei jokin oleellinen tehtävä kiireessä unohdu. Olipa järjestelyvastuu opiskelijaryhmällä tai henkilöstöllä, yhteys TAMKiin pitää aina tuoda selvästi esiin. Näin lisätään TAMKin näkyvyyttä ja vahvistetaan mielikuvaa monipuolisesta, aktiivisesta ammattikorkeakoulusta.

Asiantuntevaa opastusta ja vinkkejä saa mm. TAMKin Hallinto- ja tapahtumapalveluista sekä Viestintäpalveluista.

#### TAPAHTUMAVIESTIJÄN MUISTILISTA

- Selvitä, mitä muuta TAMKissa tai lähiympäristössä tapahtuu samaan aikaan. Onko oma tapahtumasi kytkettävissä johonkin laajempaan teemaan?
- Kirjaa oma tapahtumasi intranetin tapahtumakalenteriin. Ilmoita se myös nettisivuilla julkaistavaan tapahtumakalenteriin, jos kyseessä on ulkoisille kohderyhmille tarkoitettu tapahtuma.
- Ota yhteyttä Tapahtumapalveluihin. Saat ohjeita TAMKissa järjestettävien tapahtumien organisoinnista, tiloista ja esim. ständien pystyttämisestä.
- Tee viestintäsuunnitelma. Muista sisäinen markkinointi, varsinkin jos kyseessä on kaikille avoin tilaisuus. Ulkoisille kohderyhmille suunnatuista ja kutsuvierastapahtumista kannattaa antaa ennakkotieto Hallinto- ja tapahtumapalveluille jo hyvissä ajoin ja täydentää tietoa myöhemmin valmistelun edetessä. Mediatiedotukseen saat vinkkejä ja apua Viestintäpalveluista.
- Hyödynnä sopivia tiedotuskanavia: TAMKin intranetiä ja netti-

sivuja, mediatiedotusta, kohdistettua sähköistä markkinointia, sosiaalisen median kanavia. Some-näkyvyyttä edistää, kun postauksiin liitetään aihetunnisteita eli hashtageja (#tapahtumanimi #tamk #TAMK\_UAS).

- Näytä aina TAMK-yhteys. TAMKin nimen pitää näkyä selkeästi kaikessa viestinnässä, verkossa erityisesti hakukoneloitettävyyden vuoksi.
- Sovella TAMKin brändi-ilmettä oikein. Ota tarvittaessa yhteyttä Viestintäpalveluihin, sieltä saat ohjeita, malleja ja pohjia sekä digitaalisia että paino-tuotteita varten. Katso myös ohje brändi-ilmeen hallinnasta.
- Myös viestintä tapahtuman aikana ja sen jälkeen kannattaa suunnitella etukäteen. Kuvat ja autenttiset sitaattit tai kommentit osallistujilta ovat mainiota aineistoa sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi blogissa. Kiitosviesti osallistujille dokumenttilinkeineen on kohtelias tapa pitää yhteyttä tapahtuman jälkeenkin. Aineistoa voi ehkä hyödyntää myös seuraavan vastaavan markkinoinnissa.



#### HENKILÖKUNTA

Henkilökunta on tapahtumanjärjestäjän kivijalka. Ilman osaavaa henkilökuntaa tapahtuma ei onnistu, joten henkilökunnan viihtyvyyteen, turvallisuuteen ja huomioimiseen kannattaa panostaa. Henkilökunnaksi voidaan määritellä kaikki, jotka jollakin tavalla osallistuvan tapahtuman tekemiseen.

Opiskelijoiden ja muidenkin tapahtumaan tarvittavien työntekijöiden rekrytointi kannattaa aloittaa ajoissa. Opiskelijakunnan (Tamko) kautta voidaan saada markkinointituutoreita joihinkin tapahtumiin (yleensä koulutusseminareihin tai messuille) tai avuksi voidaan palkata TAMKin yrittäjyyskoulutuksen osuuskuntia.

Tärkeää on me-hengen luominen ja hengen nostattaminen, jotta kaikista henkilökunnan jäsenistä saadaan paras anti irti. Henkilökuntaa on ohjattava, koulutettava ja informoitava siten, että he tietävät kaiken oleellisen tapahtumasta ja erityisesti omasta työpisteestään. Kun henkilökunta ti-



etää mihin heitä tarvitaan, heidän on helpompi toimia hyvinä ja positiivisina asiakaspalvelijoina.

Myös henkilökunnan taukotilat, saniteettitilat, virkistysmahdollisuudet, tauotukset ja muut seikat on otettava huomioon.

Koko henkilökunnalle tulee olla selvää, kuka tekee, koska tekee, missä tekee ja mitä tekee. Hyvä organisointi on tarpeen myös tässä asiassa, sillä ilman selkeää organisointia asiat eivät luista mallikkaasti.

Tapahtuman työntekijöiden varmistaminen on tärkeää, sillä kaikki tapahtumaan liittyvät työt vaativat tekijöitä. Kullekin tehtäväalueelle tulee hankkia sopivat työntekijät. Tekijöiden hankkimiseksi ja innostamiseksi tarvitaan kannusteita. Pelkät ”porkkanat” eivät aina riitä, voidaan tarvita myös taloudellista panostusta.

#### MITÄ TYÖRYHMIÄ TARVITAAN?

- tapahtumaa koordinoiva ja suuria linjauksia tekevä toimikunta tai ohjausryhmä
- asiantuntijoista koostuvat eri alueiden työryhmät, niiden vetäjät ja jäsenet

#### KUKA JOHTAA?

- koko tapahtuman johtaja/projektipäällikkö
- työryhmien johtajat

#### MITKÄ OVAT TEHTÄVÄT JA VASTUUALUEET?

- tapahtuman johdon tulee määritellä asiantuntijaryhmien tehtäväraamit
- työryhmien itselleen laatimat toimenkuvat, tehtävät ja aikataulut
- työryhmien täydentäminen ulkopuolisilla tekijöillä

#### MITEN ORGANISAATIO TOIMII?

- kokoontumisaikataulun laatiminen, päätösten oikea-aikainen tekeminen, tiedottaminen, työryhmien seuranta
- työryhmien valmistelutehtävien ja seurannan järjestäminen

#### LUPA-ASIA

Ilmoitus poliisilaitokselle on tehtävä esimerkiksi seuraavissa tapauksissa:

- tilaisuudesta on tehtävä meluilmoitus
- tilaisuus vaatii liikennejärjestelyjä
- alueita varataan yleisön pysäköintiä varten

Tämä asia kuuluu TAMKissa joko turvallisuuspäällikölle tai Kiinteistöpalveluille.

#### SIIVOUS

On huolehdittava, että tilat ovat siistissä kunnossa ennen tapahtuman alkua ja useamman päivän tapahtumissa myös päivittäin. Hyvä huomioida myös wc-tilojen siisteys tapahtuman aikana. Tämä asia kuuluu TAMKissa Kiinteistöpalveluille.

**LIPUTUSTIETOUTTA**

Suomessa liputtamista valvoo sisäasiainministeriö. Käytännön liputusneuvonnan hoitaa Suomalaisuuden liitto. Suomen lipulla voi liputtaa aina kun siihen on aihetta.

**Liputusaika**

Lippu on pyrittävä nostamaan aamunkoitteessa kello 8 ja laskemaan aurin-  
gon mennessä mailleen, kuitenkin viimeistään kello 21.

**Lippujen arvojärjestys**

- itsenäisten valtioiden kansallisliput ranskankielisessä aakkosjärjestyksessä
- itsenäisen valtion autonomisten alueiden liput, esimerkiksi Ahvenanmaa ja Yhdysvaltain osavaltiot
- kansainvälisten järjestöjen liput, esimerkiksi Punaisen Ristin ja YK:n liput, Olympialippu
- kansainvälisten, alueellisten järjestöjen liput, esimerkiksi EU ja Pohjola-Norden
- heimoliput, esimerkiksi Saamen lippu
- valtion hallinnollisten alueiden liput, esimerkiksi, läänin tai maakunnan liput
- kaupunkien liput
- valtakunnallisten järjestöjen liput
- ammattikuntien liput, esimerkiksi poliisin lippu
- muut järjestöliput
- muut liput, esimerkiksi yritys- ja mainosliput.

**Lisätietoja:**

Suomalaisuuden liitto, [www.suomalaisuudenliitto.fi](http://www.suomalaisuudenliitto.fi)

Sisäasiainministeriö, [www.intermin.fi](http://www.intermin.fi)

**ALIHANKKIJAT, SPONSORIT JA MUUT TOIMIJAT**

Ulkoistaminen on paras ratkaisu silloin, kun tapahtumanjärjestäjä tarvitsee toimintoja, jotka eivät ole heidän omaa ydinsaamistaan, esimerkiksi tapahtuman graafisen ilmeen suunnittelu tai markkinoinnin ja tiedotuksen hoitaminen. Vaikka tapahtumanjärjestäjällä olisikin taidot organisoida ja tehdä itse kaikki, niin silti joskus on hyvä antaa ammattilaisten hoitaa osa tehtävistä, jo pelkästään voimavarojen säästämiseksi. Usein kuitenkin pyritään löytämään kustannustehokkain ratkaisu eli esimerkiksi niin, että tapahtuman rakenteiden ja esitystekniikan hoitavat ammattilaiset, jotka osaavat hyödyntää omaa tietotaitoaan ja kontaktejaan.

Alihankkijat ovat erittäin tärkeä osa tapahtuman järjestämistä, mutta vaativat tapahtuman järjestäjältä hyvin organisoitua tilan ja ajan käyttöä.

**KULJETUS- JA LIIKENNEPALVELUT**

Tapahtuman tiedotuksessa on mainittava TAMKin pysäköintimahdollisuudet ja kerrottava julkisen liikenteen mahdollisuudet (juna, lentoliikenne, kaupungin bussilinjat).

**SÄHKÖ**

Sähköasennuksia saavat tehdä vain sähköalan ammattilaiset. Tapahtuman tekniset ratkaisut vaativat yleensä suurta sähkökapasiteettia (sähkömies).

## SPONSORIT

Sponsorit ovat nykypäivänä yksi tärkeä elementti tapahtuman järjestämisessä. Pohtiessaan potentiaalisia sponsoroijia tapahtumajärjestäjän on mietittävä, että millainen taho olisi imagoltaan, toiminnaltaan ja aatteiltaan sopiva tapahtumaan. On hyvä miettiä myös sitä, mitä järjestämäsi tapahtuma voi tarjota kyseiselle organisaatiolle vastineeksi.

*Sponsoroinnin muotoja:*

- Yritys voi mainostaa tapahtumassasi, joka on yleisin sponsoroinnin muoto.
- Mainosarvon hyväksikäyttö eli yritys käyttää tapahtuman logoa esim. omassa mainonnassaan osoituksena tapahtuman tukemisesta.
- Tapahtuman tai kampanjan luominen, jolloin yritys voi luoda tapahtuman tai liittää jo olemassa olevan tapahtuman osaksi oman erillisen tapahtuman.

## VIRALLISET ILMOITUKSET

*Tekijänoikeuskorvaukset*

Musiikin esittäminen tilaisuuksissa ja tapahtumissa edellyttää usein sekä Teoston (tekijäkorvaukset) että Gramexin (esittäjäkorvaukset) korvausten maksamista.

*Teoston ja Gramexin ero:*

Teoston asiakkaita ovat musiikin luovat tekijät eli säveltävät, sanoittajat ja sovittavat sekä musiikinkustantajat. Gramex puolestaan edustaa äänitteellä esiintyviä taiteilijoita sekä äänitteen tuottajia.

Lisätietoja:

Teosto r.y., [www.teosto.fi](http://www.teosto.fi)

Gramex ry, [www.gramex.fi](http://www.gramex.fi)

## TAPAHTUMATUOTANNON SOPIMUKSET

Tapahtumatuotantoihin liittyy monenlaisia sopimuksia. Ei ole mahdollista antaa yleispätevää ohjetta siitä, miten sopimus tulee tehdä ja millainen on hyvä sopimus. TAMKissa yleisimmin käytettyjä sopimuksia tapahtumien yhteydessä ovat mm. toimeksiantosopimus ja palkkiolaskulomake.

Kulttuuriteollisuuden osaamiskeskuksen internetsivuilta löydät muutamia neuvoja ja ohjeita sopimusten tekemiseksi.

<http://www.culminatum.fi/zdoc/sopimukset.pdf>

## 6. TAPAHTUMAN PURKAMINEN

Tapahtuman päätyttyä on vielä monta asiaa tehtävänä. Laskuja käytetyistä palveluista liikkuu vielä viikkoja tapahtuman jälkeen, ne pitää tarkistaa ja hyväksyä maksettavaksi. Lopuksi tehdään laskelma talousarvion toteumasta.

Tapahtumapaikoilla järjestäjän tulee huolehtia mahdollisen esiintymislavan ja muiden rakenteiden sekä rekvisiitan purkamisesta, vuokra- ja lainavälineiden palauttamisesta jne. Ennen tilaisuutta on hyvä sopia siitäkin, ketkä vastaavat purkamisesta ja millä aikataululla (TAMKissa käytettävissä mm. vahtimestarit).

### ARVIOINTI- JA PALAUTETILAISUUS

Tapahtuman jälkeen on syytä käydä läpi, missä asioissa onnistuttiin ja missä on parantamisen varaa. Tämä tieto on arvokasta tulevien vastaavien tapahtumien suunnittelussa. Arviointi kohdistuu toimintaan ja toimenpiteisiin.

Vastuuhenkilön (tapahtumapäällikön) on hyvä päättää ajoissa

- milloin tapahtumaa koskeva arviointi tapahtuu
- kenen palaute on tärkeä tapahtuman kehittämisen kannalta
- miten palaute kootaan, jotta sen jatkokäsittely onnistuu.

Arviointitilaisuuteen on hyvä kutsua kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuneet tahot tai ainakin heidän edustajansa. Näin kaikki voivat tuoda esille omat ajatuksensa, risunsa ja ruusunsa. Tapahtumanjärjestäjät analysoivat yhdessä palautteen, jotta tehdyt virheet voidaan korjata ja hyvät oivallukset ottaa käyttöön seuraavan tapahtuman suunnittelussa.

### KIITOKSET

Kiitoksen ilmaiseminen tekijöille on aina paikallaan – jotta varmistetaan, että työväkeä on jatkossakin. Myös yhteistyökumppaneiden muistaminen ja kiittäminen tulee suorittaa mahdollisimman pian tapahtuman (ja palautetilaisuuden) jälkeen.

Ydintiimin oma karonkka on hyvä tapa päättää tapahtumaprojekti, jotta kaikki pääsevät ”normalisoimaan” tilanteen, purkamaan ruuhkatyöpaineet ja iloitsemaan yhteisen urakan suorittamisesta.



## **Selvitys TAMKin tapahtumajärjestämiseen liittyvistä palveluista**

TAMKin kiinteistö- ja tilapalvelut

TAMKin kiinteistöpalveluiden vastuuseen kuuluvat Ressu (tilavarausjärjestelmä), tilajärjestelyt ja kalusteet, kulunvalvonta, infopiste, ulko-opastus, pysäköinti, turvallisuusasiat, narikka, liputukset, sähköjärjestelyt, AV-äänentoisto (puhe), lavasteet jne. Heidän panoksensa tapahtuman onnistumiseen on olennaisen tärkeä. Heidän kanssaan lähdemme alkuun myös ohjeistuksen tekemisessä.

Tilavaraukset suoritetaan TAMKissa oman Ressu-tilavarausohjelman avulla. Sillä voidaan tehdä paitsi tilojen varaus, myös kartoittaa ne perustarpeet joita tilaan tarvitaan, eli tietokoneet, tykit, piirtoheittimet, taulut yms. Myös tietokoneohjelmien perusvalikoimat saa valittua tästä varausohjelmasta. Ressun kalenterivaraukset siirtyvät suoraan TAMKin aulatiloissa, ravintoloissa ja kirjastoissa sijaitseviin sähköisiin infotauluihin. Ressun kautta varataan myös koulun kulkuneuvoja, jos niitä tarvitaan tilaisuuden järjestelyissä tai sen aikana.

Suurin osa negatiivisesta palautteesta tulee siitä ettei ole saatu riittävää ohjeistusta tai löydetty ajoissa oikeaan paikkaan. Info-pisteen henkilökunta on huomionnut tämän puutteen. Siksi kaikkien tapahtumien ohjelma ja nimenomaan kaikki tapahtumapaikat pitäisi ilmoittaa hyvissä ajoin Info-pisteeseen.

Kulunvalvonta on TAMKin kokoisessa korkeakoulussa turvallisuuskysymys ja siksi tarvitaan huolellista harkintaa miten ja mistä annetaan kulkulupia tai mitkä tilat ovat tilaisuuden aikana avoinna kaikille. Edes henkilökunnalla ei ole kulkulupaa kaikkiin tiloihin, joten niistäkin pitää sopia. Myös ulko-ovien aukiolosta pitää sopia, jos on kysymyksessä sellaiset ajat jolloin ovet muutoin olisivat suljettuna.

Narikka, opastukset ja vartioinnit sekä mm. iltatilaisuuksia järjestettäessä tarvitaan ulkopuolisia avustajia tai/ja järjestysmiehiä. Lakisääteisesti järjestysmiehinä saa toimia ainoastaan koulutuksen saaneet henkilöt. TAMKin opiskelijakunta, TAMKO järjestää säännöllisesti kyseisiä koulutuksia. Tässä yhteydessä olisi hyvä koota rekisteri koulutetuista järjestysmiehistä ja sopia sen pitämisestä ajantasaisena.

Kiinteistöpalveluiden tehtäviin kuuluvat myös liputukset, erityiset kalusteiden järjestelyt, lavarakennelmat, pysäköintijärjestelyt ja äänentoisto (puhe) ja sähkön jakelu joita tarvitaan erityisesti iltatilaisuuksien järjestämisessä.

Iltaohjelmassa (pikkujoulu) tarvittavat erityiset äänentoisto ja valaistusjärjestelyt pitää hankkia ulkopuolelta. Niitä saa järjestettyä myös oppilastyönä ja opetuskäyttöön tarkoitettulla kalustuksella, mikäli tilaisuus ilmoitetaan ajoissa.

### Siivouspalvelut

Siistijöille on tiedotettava tapahtumista, jotta he osaisivat ottaa siivoustarpeet ajoissa huomioon. Jos luentotilassa/auditoriossa on ollut tilaisuuksia koko päivän siistijöille pitää ilmoittaa milloin tarvitaan ylimääräistä siivousta. Normaali työaikana siistijöiden 'varaaminen' jotakin tiettyä tilaa siivoamaan, ei vaadi muuta kuin hyvässä ajoin ennakkoon ilmoittamisen, mutta silloin kun tarvitaan paikkojen siivousta normaalin työajan ulkopuolella (mm. valmistumisjuhlat ovat yleensä lauantaisin), pitää ottaa huomioon, että työstä aiheutuu ylimääräisiä kuluja ja järjestelyitä.

### Ravintolapalvelut

TAMKin kampuksella toimii kaksikin (Kuntokatu 3:ssa ja Kuntokatu 4:ssä erilliset ravintolarajoajat) ulkopuolista ravintolapalvelun tarjoajaa, jotka tarjoavat kaikki ravintolapalvelut yhdestä osoitteesta. Normaalipäivinä ruokailijoita on kuitenkin niin paljon, että vähänkin isoimmista ryhmistä pitää ilmoittaa vaikka ruokailut/kahvit tapahtuisivatkin normaalilinjastolta.

Ravintolapalveluiden edustajat on hyvä ottaa mukaan suunnittelun alusta lähtien, koska hyvin sujuva väliaika- ja ruokatarjoilu kruunaa onnistuneen tilaisuuden. Erityisesti Kuntokatu 3:n ravintolapalvelun henkilökunnalla on vankka kokemus järjestelyistä, joten heiltä saa asiantuntevaa opastusta myös moneen toimivaan tilajärjestelyyn ja juhlasomistukseen.

TAMKin tiloissa toimii kaksi ravintolapalvelujen tarjoajaa; KampusRavita ja Pirteria. Tapahtuma voisi periaatteesta käyttää ulkopuolista ravintolapalvelua, mutta TAMKin keittiötilat eivät ole ulkopuolisten käytettävissä, joten käytännössä ravintola-

palvelujen tuottaminen ulkopuolelta ei ole kannattavaa.

#### IT-palvelut

Tilavarauksia tehtäessä varauslomakkeella voi valita laitteita ja niihin soveltuvia perusohjelmia joita haluaa tilaisuudessa käyttää, mutta joskus tarvitaan jotakin erikoisempaa tai toiminnat eivät pelaakaan niin kuin pitäisi, niin IT-palvelut auttavat. Laitteiden, ohjelmien tai esim. langattoman verkon käyttöoikeudet antaa it-palvelut (helpdesk).

#### Talouspalvelut

Kun ollaan järjestämässä tapahtumaa jonne osallistuu TAMKin ulkopuolisia tahoja, mukaan järjestelyihin tulee talouspalvelut osallistumismaksujen laskutuksen yms muodossa.

#### Henkilöstö- ja kehittämispalvelut

Palvelut vastaavat yleensä Info-päivien ja TAMK-päivien järjestelyistä johdon ja hallinnon alaisuudessa. Suurin ongelma on, että tämän palvelun henkilöstö on eniten vaihtuvaa ja tehtävät usein projektiluonteisia, joten tapahtumien taso voi olla hyvin eritasoisia. Ja projektiluonteisuuden vuoksi järjestelyt lankeavat velvollisuudesta ja varsin vastentahtoiselle porukalle.

## **Kehitysehdotuksia, yhteenveto**

### *Hallinnolliset tapahtumat*

*Hallinnolliset tapahtumat ovat korkeakoululle olennaisia ja kaikista luontevimpia tapahtumia – kaikilla oppilaitoksilla on jonkinlaiset valmistumisjuhlat. Ne ovat sellaisia toistuvia tapahtumia, että halutessaan ne voisi vaikka tuotteistaa. TAMKissa nämä kuuluvat rehtoreiden vastuualueisiin. Tapahtuman järjestäminen on hyvin organisoitu. Käytännössä kaikki tapahtuu niin, että vararehtori kutsuu koolle palaverin (muutama kuukausi ennen tapahtumaa) ja hänellä on käytössään työjärjestys joka on vuosien saatossa hioutunut yksinkertaiseksi ja käyttökelpoiseksi. Paikalle on kutsuttu kaikki järjestelyihin liittyvät tahot ja työjärjestyksen mukaan sovietaan vastuut ja tehtävät. Sama porukka kokoontuu ainakin kerran kuukaudessa ja loppumetreillä jopa kerran viikossa. Tapahtuman jälkeen on vielä palautepalaveri. Näihin järjestelyihin ei juuri ole tarvetta puuttua. Työjärjestyksen mukaan koottu ohjeistus toimii varmasti hyvin.*

*Henkilöstökoulutukset tilataan joko omilta opettajilta tai ulkopuoliselta toimijalta. Niihin ei juuri ohjeistusta kaivata.*

*Henkilöstötapahtumien järjestämisessä on käytännön asiat hoidettu melko hyvin, mutta itse tapahtuma on muuten aika huonosti hoidettu. Tapahtuman vetovastuuta on vaihdettu hallinnon henkilöiltä toiselle lähes joka kerta, eikä näyttäisi olevan riittävästi mietitty tapahtuman tarkoitusta tai edes kohderyhmää. Tämä järjestely vaatii selkeää ohjeistusta ja pysyvää vetovastuuta.*

### *Kiinteistö- ja tilapalvelut*

*Tapahtumien näkyminen TAMKin kalenterinäkyvässä on todellinen haaste. Tapahtumia on niin paljon, että niistä ei mikään taho yksinään voi olla perillä. Tarviin siis jokin järjestelmä, jotta tapahtumat voitaisiin saada näkyviin kalenteriin automaattisesti. Yksi tapa voisi olla, että tilavarauksia tehtäessä tapahtuman nimi siirtyisi automaattisesti tapahtumakalenteriin. Sama tieto voisi tulla viestintäpalveluiden s-postilaatikkoon. Kaksi kärpäästä yhdellä iskulla!*



*Tilaopastusta pitää tarkastella kriittisesti ja korjattava puutteet. Tapahtumaopastus olisi yhtenäistettävä ja ohjeistettava. Kiinteistöpalvelut on olennainen osa tapahtumajärjestelyä joten heidän toimintonsa olisi syytä olla kaikkien tapahtumia järjestävien tiedossa.*

#### *Ravintolapalvelut*

*Ravintolan palvelut pitää esitellä, mielellään jopa niin, että tarjoiluista olisi jokin perusmenu, joka antaisi mahdollisuuden käyttää alustavaa summaa budjettilaskennassa.*

#### *Talouspalvelut*

*Talouspalvelut on todella huonosti ohjeistanut tapahtumajärjestäjiä. Projektien talousohjeet ovat ainoita joita tähän asti on voinut jotenkin pitää tapahtumillekin soveltuvina budjetointiohjeina. Olemme testausmielessä koekäyttäneet joitakin kokouspalvelualustoja esim. Lyyti-palvelua ja sellaisen alustan käyttöönotto olisi ensiarvoisen tärkeää ja hyödyllistä tapahtumajärjestäjälle.*

#### *Henkilöstötapahtumat*

*Jos henkilöstötapahtumat edelleen järjestetään tällä tiimillä, heitä varten on tehtävä hyvät ohjeet. Tekniset järjestelyt ovat yleensä onnistuneetkin, mutta tapahtumasisällön tuottamisessa on parantamisen varaa. Tapahtuman tarkoitus on jäänyt usein epäselväksi eikä kohderyhmääkään ole usein mietitty.*

#### *Tapahtumakalenteri*

*Kun tapahtumakalenteri toimii kuten viestintä toivoo myös tapahtumista tiedottaminen paranee. Viestintäpalveluille olisi todella kannattavaa saada harjoittelija joka toimisi liikkuvana reportterina, käyttäisi sujuvasti sosiaalisen median kanavia ja pystyisi myös valokuvaamaan tapahtumissa. Viestintäpalvelut on jo nyt melko hyvin ohjeistanut viestintään liittyvät asiat.*

Tapahtumajärjestäjän muistilista ja taulukko,  
koottu 11.5.2015  
Anne Autio/Ursula Helsky-Lehtola, tapahtumakoordinaattori

## **Tapahtumajärjestäjän muistilista**

### **Johto, yhteyshenkilöt ja aikataulu**

Määrittele tehtävät ja vastuuhenkilöt. Älä tee itse kaikkea, käytä asiantuntijoita ja delegoi.

### **Aikataulut** ja aikatauluista kiinnipitäminen järjestelyiden osalta.

Aikataulu on syytä tehdä mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Sitä voi muokata ja päivittää matkan varrella, mutta on hyvä kun on runko valmiina. Aikataulun pitää tarvittaessa olla myös hieman joustava yllätysten varalta. Jokainen jousto on kuitenkin harkittava erikseen ja joustoa käytetään vasta viimeisenä vaihtoehtona. Joustamisesta päättää päävastuussa oleva.

Tavoitettavuus on siis tärkeätä, älä hautaudu kuuntelemaan luentoa kun pitäisi johtaa orkesteria.

### **Tapahtuman talous**

Huomioi talouden suunniteltu toteuttaminen sekä talousarvion tarpeellinen eläminen.

- loppumetreillä tavaroiden tai palveluiden hankinta kaataa yleensä budjetin.

### **+ Ilmoittautumiset**

Yhteyshenkilö talouspalveluista tai ulkopuolinen taho, esim. TAMKin yrittäjäkoulutuksen osuuskunnat (ProAkademia), tapahtumakoordinaattori tai rekry- ja alumni-koordinaattori tai yleis-email

### **Markkinointi ja viestintä**

Markkinointi- ja tiedotussuunnitelman toteuttaminen ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja sen jälkeen.

- s-posti (osoitteistot), www-sivut, blogit, facebook, twitter
- tapahtuman ilme, jaettava materiaali
- esiintyjien muistaminen, osanottajien muistaminen

### **Esiintyjien ja osallistujien varmistaminen**

- esiintyjät, esiintymisryhmät
- yhyeydenpito (puhelinsoitto/s-posti)
- sopimukset
- juontaja
- tiedotusvälineet
- suuri yleisö (esite, julisteet, lehti-ilmoitukset)
- riittävä yhteydenpito kaikkiin yhteistyötahoihin

Musiikkitapahtumien esiintyjien palkkaaminen tapahtuu helpoiten ohjelmatoimistojen kautta. Varmista että toimisto osaa asiansa, hoitaa asiat sovitusti ja tarvittaessa "avaimet käteen" periaatteella.

### **Käytännön järjestelyt**

Tilavaraukset, huomioi tilojen "oikeellisuus" ja vastaaminen tarpeisiisi ja tilojen esteettömyys

- tapahtumapaikkojen järjestely ja koristelu
- välineiden ja tarvikkeiden asettaminen paikoilleen
- IT-, AV-, valaistus- yms. järjestelyt
- esiintyjien tauko- ja virkistymistilat
- tarjoilut, ravintolapalvelut
- liikenteen ohjaus , kuljetukset, taksikeskuksen infoaminen, liikenteen aikataulut
- opastus
- infopaikan järjestäminen
- tarvittavien lupien hakeminen, muista viranomaisluvat
- muut tarvittavat järjestelyt

### **Talkoolaiset/opiskelijat yms.**

Selvitä mikä ero on talkoo- ja palkkatyöllä?

Varmista, että talkoolaiset ovat tietoisia tehtävistään ja että he ovat ajoissa tehtäväpaikoillaan (aikataulut).

Sitouta, kouluta ja anna vastuuta. Kuuntele ja ota vastaan palautetta.

### **Muut muistettavat asiat**

(Tapahtumakohtainen lisälista)

- majoitusjärjestelyt
- oheisohjelma
- erilliset kuljetukset

## Muistilista tapahtumanjärjestäjälle 20.4.2015/AA

ASIA	TYÖJÄRJESTYS	VASTUUHENKILO	MUUTA HUOMIOITAVAA
<b>KÄYTÄNNÖN JÄRJESTELYT</b>			
Tilavaraus TAMK			Peppi tilavaraus@tamk.fi
Kulkuoikeudet			Timo Niemi timo.niemi@tamk.fi
Siivous			<a href="mailto:siivous@tamk.fi">siivous@tamk.fi</a>
Narikka			kiinteistopalvelut@tamk.fi
Narikkalaput			kiinteistopalvelut@tamk.fi
Kalustus/sermit, lavat yms.			kiinteistopalvelut@tamk.fi
Liputus			kiinteistopalvelut@tamk.fi
Tekniikka IT - koneet, ohjelmistot,			helpdesk@tamk.fi
Tallennus, videointi			helpdesk@tamk.fi
Videoneuvottelu			helpdesk@tamk.fi
Tekniikka AV - puheääni			helpdesk@tamk.fi
Sähkötyöt			Jarmo Lehtonen jarmo.h.lehtonen@tamk.fi
Äänentoisto			Ulkopuolinen toimittaja tai TAMK Mediapolis, opiskelijatyö
Valaistus			Jos tarvitaan lisävalaistusta, TAMK Mediapolis, opiskelijatyö
Tilojen 'stailaus'			
Kierrätysasiat			Anu Tornainen ? Eveliina Asikainen ?
<b>RAVINTOLA- PALVELUT</b>			<u>Campusravita</u> ravintola@tamk.fi Jaana Ahonen, tilaukset  Hanna Kallio-Kokko,

			sopimukset ja tarjoukset ja Kuntokatu 4, pirteria@amica.fi
<b>MAJOITUS JA OPASTUS</b>			
Opastus			Pohjamallit/Viestintäpalvelut viestinta@tamk.fi
Paikoitus - parkkiluvat, kartat			kiinteistopalvelut@tamk.fi info@tamk.fi (viestintäpalvelut)
Vieraiden kuljetus, bussi			Sopimus Länsilinjat Oy <a href="http://www.lansilinjat.fi">www.lansilinjat.fi</a> matkasihteerien kautta tilaus
TKL; bussiaikataulut			
Taksi			Aluetaksi <a href="http://www.taksitampere.fi">www.taksitampere.fi</a>
Majoitus			<a href="http://www.visittampere.fi/majoitus">www.visittampere.fi/majoitus</a>
<b>VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI</b>			
Osoitteistot			riippuen kohderyhmästä, Winhasta, Oivasta jne.
Sähköpostikutsut			Pohjamallit/Viestintäpalvelut viestinta@tamk.fi
Nettisivut			Pohjamallit/Viestintäpalvelut <a href="mailto:viestinta@tamk.fi">viestinta@tamk.fi</a> ??? Tarvittaessa tilattavissa Liiketalouden Proakatemian osuuskunnista maksusta
Uutiskirje			Pohjamallit/Viestintäpalvelut viestinta@tamk.fi
Facebook-sivut			Pohjamallit/Viestintäpalvelut viestinta@tamk.fi

Lehdistötiedotteet			Pohjamallit/Viestintäpalvelut viestinta@tamk.fi
Tapahtuman ilme + muu markkinointi- materiaali, ohjelma- lehtiset, esitteet			Pohjamallit/Viestintäpalvelut viestinta@tamk.fi???
			<b>Yleisposter-pohja olisi tarpeen, samoin A4 pohja</b>
<b>MUUTA</b>			
Tervetulopaketti; osallistujien muistaminen			Sisällön tilaaminen/kustannukset? Liikelahjat: <a href="mailto:viestinta@tamk.fi">viestinta@tamk.fi</a>
Esiintyjien palkitseminen			Sisällön tilaaminen/kustannukset? Liikelahjat: <a href="mailto:viestinta@tamk.fi">viestinta@tamk.fi</a>
Reaali-tiedotus			<b>Tapahtuman <u>bloggaus</u> tarpeen, enemmän blogeihin tapahtumista (ei kalkista) Facebook-päivitys tärkeä</b>
			<b>Twitter tapahtumassa, onko oma tapahtuman Twitter-tili vai käytetäänkö TAMKin vai/ja linkitetäänkö TAMKin Twitter-tilille. English ja suomi Twitter-tilin tarve erikseen!</b>
<b>TALOUS</b>			
Tapahtuman talous budjetin laatiminen			<b>TAMKin taloustoimiston kanssa yhteistyössä: LYYTI saatava isoihin tapahtumiin ja kansainvälisiin seminaareihin ja maksulliseen toimintaan (mm. <u>global education</u>, <u>täyd.koulutus</u>), halvempaa ja helpompaa kuin Kipalan kautta</b>
Ilmoittautuminen			<b>Taloustoimisto + LYYTI isoissa tapah. , pienemmissä riittää e-editorilomake</b>

<b>ESIINTYJÄT /OHJELMA</b>			
Puhujat			Tarpeen mukaan
Ohjelma			Suunnittelutiimi suunnittelee ja kehittää
Musiikkiesitykset			Anna-Maija Ihander, TAMK musiikki, <a href="mailto:anna-maija.ihander@tamk.fi">anna-maija.ihander@tamk.fi</a> Tarkistettava tuottaja!
Sopimukset			Henkilöstöpalvelut, esim. toimeksiantosopimus, palkkiolaskulomake, verokortti sähköiset lomakkeet
Pianoviritys			TAMK musiikki, kuka?
Esiintyjien taukotilat; virvokkeet			<a href="#">Campusravita Kuntokatu 3 ravintola@tamk.fi</a> <a href="#">Pirteria Kuntokatu 4</a>
'talkooporukka'			
<b>LUPA- JA VIRAN- OMAISASIA</b>			
Pelastussuunnitelma			Turvallisuuspäällikkö Eino Palo <a href="mailto:kiinteistöpalvelut@tamk.fi">kiinteistöpalvelut@tamk.fi</a>
Järjestyksenvalvonta			Turvallisuuspäällikkö Eino Palo <a href="mailto:kiinteistöpalvelut@tamk.fi">kiinteistöpalvelut@tamk.fi</a>



TAMKin tapahtumien yhteyslista (alustava)

## Tapahtumat TAMKissa

TAMKissa on vuosittain useita vakiintuneita juhlia, tapahtumia, seminaareja ja henkilöstöpäiviä, joista vastaavat eri tahot.

Valmistumisjuhlat, kevätkauden päätteeksi ja ennen joulua  
[opintopalvelut@tamk.fi](mailto:opintopalvelut@tamk.fi)

Lukuvuoden avajaiset ja työelämälounas, elo-syyskuussa  
[johdonsihteerit@tamk.fi](mailto:johdonsihteerit@tamk.fi)

TAMK-päivät ja TAMK-infot  
[kehittamisyksikko@tamk.fi](mailto:kehittamisyksikko@tamk.fi)

Henkilöstökoulutukset  
[henkilostopalvelu@tamk.fi](mailto:henkilostopalvelu@tamk.fi)

Opiskelijamarkkinointitapahtumat  
[asiantuntija@tamko.fi](mailto:asiantuntija@tamko.fi)

Kv-viikot ja –vierailut  
[international@tamk.fi](mailto:international@tamk.fi)

Ulkopuolisten tahojen järjestämät tapahtumat:

[tapahtumatoimisto@tamk.fi](mailto:tapahtumatoimisto@tamk.fi), [tapahtumapalvelut@tamk.fi](mailto:tapahtumapalvelut@tamk.fi)  
[tilavaraus@tamk.fi](mailto:tilavaraus@tamk.fi)