

видность фонда, отличающаяся тем, что даритель или другое лицо, вкладывающее средства в фонд, может давать рекомендации или сообщать свои пожелания относительно тех целей или тех лиц, которым данные средства могут быть переведены; но руководство такого фонда формально не обязано следовать этим рекомендациям. Однако предложенный описательный перевод не рекомендуется использовать при переводе данной реалии в тексте ввиду его громоздкости. В этой связи предпочтение отдается усеченному переводу «фонд донорского финансирования».

В ходе исследования была разработана классификация экономических реалий США по различным признакам, составлен словарь экономических реалий США, которые часто встречаются в таких авторитетных изданиях, как Forbes, Bloomberg, The Wall Street Journal.

При переводе экономических реалий наблюдается тенденция к созданию прямых и функциональных соответствий. Это объясняется стремлением максимально точно передать суть реалии и избежать двусмысленности.

### Литература

Томахин, Г. Д. Реалии-американизмы / Г. Д. Томахин. — М. : Высш. шк., 1988. — 240 с.

Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. — М. : Международные отношения, 1980. — 189 с.

**П.С. Полубинский**

**P.S. Palubinski**

БГЭУ (Минск)

BSEU (Minsk)

Научный руководитель — кандидат филологических наук Н.П. Могиленских  
Scientific adviser — N.P. Mogilenskikh, Ph.D.

## EVENT MANAGEMENT OF THE INTERNATIONAL EXHIBITIONS (CASE STUDY OF THE EXHIBITION «HOUSEEXPO-2016»)

## СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВОК (НА ПРИМЕРЕ ВЫСТАВКИ «HOUSEEXPO-2016»)

*В работе представлены результаты исследования этапов событийного менеджмента международной выставки «HouseExpo: Архитектура. Дизайн. Строительство — 2016»: от формулирования концепции выставки до анализа эффективности использованных стратегий и тактик выставочного менеджмента на международном уровне.*

The importance of event management is undeniable in today's fast-changing business world. Managed appropriately, events produce economic, social and cultural benefits [1, p. 257]. Such events as international exhibitions require thorough planning and effective execution to ensure participants, visitors and guests derive the maximum possible advantages from the exhibition on the international level.

The objective of the research is to determine the main stages of managing exhibitions after analysing the case of the International Specialized Exhibition "HouseExpo: Architecture. Design. Building-2016" organized by the Exhibition Company "Belinterexpo" of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry.

The results of case analysis can be summarized in the Table.

Stages of managing the International Specialized Exhibition "HouseExpo-2016"

Stage	Stage Description	Stage Application
1	2	3
Stage 1. Event Idea and Approval	Idea generation.	Generation of the idea to organise the exhibition for designers, architects and construction companies.
	Approval of the top management.	Approval of the Director of the Exhibition Company "Belinterexpo" and the Chairman of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry.
Stage 2. Setting Date, Venue and Budget	Dates setting.	16–19 March 2016.
	Negotiation with platforms for the exhibition.	Negotiation with Sports Palace, Minsk.
	Formulation of the realistic cost analysis.	Financial planning.
Stage 3. Program Planning and Speakers Selection	Planning of the intensive business program.	Seminars, workshops, B2B meetings.
	Endorsement of the keynote speakers.	E.g. Alexander Samoilov, business coach in business communication, corporate psychology and time management.
	Endorsement of subject-matter experts.	E.g. Ufox-media (Social media marketing).
Stage 4. Participants and Visitors Lists	Creation of the database of both participants and visitors.	E-mail distribution, fax distribution, cold calling.

1	2	3
Stage 5. Event Promotion	Finding the media to cover the event.	Proposition of “Partnership Packs” for web-sites, field-related magazines and newspapers to publish press releases and the exhibition updates.
	Production of printed collateral materials.	Production of exhibition brochures, posters.
Stage 6. Event Execution	Monitoring of the situation.	Conducting personal interviews.
	Conducting surveys.	Distribution of feedback questionnaire.
Stage 7. Event Reconciliation	Evaluation of the event effectiveness.	Calculation of return on investment; processing of the questionnaire survey responses — approx. 80 % of the companies plan to participate in the exhibition “HouseExpo-2017”.
	Communicating the event results to the leadership.	Reports to the top management of the Exhibition Company “Belinterexpo” and the Belarusian Chamber of Commerce and Industry.
	Sharing the event results with the participants, visitors and guests.	Publishing of post releases on web-sites and in field-related magazines and newspapers.

The area of practical application: the research findings can be considered by the specialists of the exhibition companies to manage events on the international level.

The perspective of the research is to create a handbook on the event management of the international exhibitions.

### Literature

1. *Bowdin, G. Events Management / G. Bowdin. — 3<sup>rd</sup> Edition. — London : Routledge, 2010. — 774 p.*