В современном бизнесе **корпоративные мероприятия** являются неотъемлемой частью корпоративной культуры, мощным инструментом ее создания и продвижения. Руководство часто прибегает к таким праздникам, что бы донести до сотрудников новости о реорганизации и прочих изменениях в жизни компании, или просто для поднятия такого важного корпоративного духа. Сегодня корпоративные праздники успешно занимают свою нишу в HR-брендинге, они призваны повысить лояльность к компании или стать отличным методом нематериальной мотивации подопечных.

Большинство крупных компаний дают согласие на организацию корпоратива три раза в год. Как правило, в число памятных для руководства дат входят День рождение фирмы, Новый год и профессиональный праздник (день работника торговли для сети магазинов, день работника газовой отрасли для компаний, занимающихся газификацией и газоснабжением, день бухгалтера для аутсорсинговой фирмы).

Подготовка **корпоративного мероприятия** – дело весьма хлопотное, поэтому доверять ее можно только профессионалам своего дела. В противном случае, результат не удовлетворит ни руководителей, ни самих сотрудников. В идеале, посторонняя фирма, которая взялась организацию праздника, должна сделать все «От и до», что требует огромных ресурсов и дополнительных связей. По этому, в последнее время заказчики практикуют обращаться за помощью в крупные сети ресторанов. Такие заведения уже обладают «базой» любого корпоратива – организацией фуршетного стола из блюд высокой кухни, а также, хорошим обслуживающим персоналом. В меню – блюда итальянской, японской, французской кухни, дорогие напитки и изысканные закуски. Другую важную часть организации праздника можно поручить ивент-агентству, которое позаботиться об интересной и увлекательной шоу-программе.

Измерение эффективности и полезности от организации **корпоративного мероприятия** для самой компании – задание довольно сложное. В момент проведения такого праздника ощутимы только затраты, которые понесла фирма в связи с организацией. Явные же плюсы таких событий видны не сразу. Но по итогам проведения корпоратива сотрудники ближе знакомятся друг с другом, узнают много нового об истории фирмы, ее офисных легендах и курьезных ситуациях. Как результат – огромная благодарность в адрес руководства за возможность общения с коллегами в неформальной обстановке. Наверное, это и является главной целью организации хорошего корпоративного мероприятия.