

Bachelor (BA)

Modul SPM 4: Handlungsfeldbezogene infrastrukturelle Grundlagen

Bezeichnung der Kurseinheit: Eventmanagement

Semester	5
Semesterwochenstunden	2
Kontaktzeit	32 h
Selbststudium	58 h

Lehrsprache	deutsch
Vorgesehene Gruppengröße	

Lehrbeauftragte: Diplom Kauffrau Frau Melanie Laubereau

Kurzbeschreibung der Veranstaltung

Lernziel: Events und Veranstaltungen sind bedeutende Mittel zur Unternehmenskommunikation und -präsentation. Sie dienen der Ansprache von Zielgruppen und der Kundenbindung. Darüber hinaus bilden Events als eigenständige, kommerzielle Ereignisse ein wichtiges Geschäftsfeld z.B. im Bereich des Sport-, Freizeit- oder Tourismusmanagements. Handlungspraktisch umfasst Eventmanagement die Frage, was einen Event auszeichnet und wie man einen Event plant und erlebnisorientiert umsetzt. Nach der Erarbeitung von Grundlagen zum Thema eignen sich die Studierenden die Fähigkeiten an, Events in ihren vielfältigen Erscheinungsformen und Zielbestimmungen zielgruppenorientiert zu planen und durchzuführen.

Inhalte:

1. Grundlagen des Event- und Veranstaltungsmanagements
2. Event-/Erlebnismarketing
3. Psychologische Aspekte
4. Strategische Orientierungen und Erfolgsfaktoren
5. Planung und Management von Events; Techniken und Instrumente
6. Wirkungsanalysen
7. Fallstudien

Vermittelte Schlüsselqualifikationen: Analytisches und systematisches Denken, Sach- und Methodenkompetenz

Bewertung*: Differenzierte Kurseinheitsprüfung:
Prüfungsleistung in Form eines Termpapers (50%) und einer Ergebnispräsentation am Ende des Semesters (50%).
Es handelt sich hierbei um eine Teilmodulprüfung, die mit 25 von 100 Punkten in die Gesamtnote des Moduls SPM 4 eingeht.

Abgabetermin: 19. Juli 2010 / 12:00 Uhr

Literatur: Folien, die zum Download zur Verfügung gestellt werden. Weitere Literaturhinweise auf Wunsch.

Erstellungsdatum: März 2010