

Executive Master Eventmanagement

M E

Executive Master Eventmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die bereits ein Studium in den Bereichen Marketing, Betriebswirtschaft oder Sozialwissenschaften absolviert haben und einen qualitativen Sprung in ihrer beruflichen Laufbahn machen möchten. Sei es als Eventmanager oder als Unternehmer, der seine eigene Eventagentur gründet.

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-eventmanagement

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 36

08

Profil unserer Studenten

Seite 44

09

Kursleitung

Seite 48

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 52

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 56

12

Qualifizierung

Seite 60

01

Willkommen

In einer schnelllebigen Welt, in der sich die Kommunikationswege mit der technologischen Entwicklung verändern, ist es wichtig, mit neuen Formen und Verfahren Schritt zu halten. Im unternehmerischen und gesellschaftlichen Umfeld ist es notwendig, Veranstaltungen zu organisieren, die auf die Bedürfnisse und Ziele zugeschnitten sind. Eine gut organisierte Veranstaltung ist die beste Kommunikationsstrategie. Sie ist ein sehr wirksames Marketinginstrument, das in die verfolgte Kommunikationsstrategie integriert werden muss. In diesem Studiengang entwickeln die Studenten verschiedene Kompetenzen in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Marketing, Finanzen, Organisation und Planung, Betrieb und Logistik, die für die erfolgreiche Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit als Eventmanager unerlässlich sind.



Executive Master in Eventmanagement.
TECH Technologische Universität



“

Um heute ein guter Eventmanager zu sein, braucht man Kenntnisse in den Bereichen Finanzen, Marketing, Kommunikation und Digitalisierung. Außerdem braucht man Organisationstalent und eine gute Qualifikation, die einem Sicherheit in dem gibt, was man tut”

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95% | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.



TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Angesichts der Bedeutung von Kommunikation und Marketing für den Fluss und die Produktivität der Wirtschaft und der Gesellschaft im Allgemeinen ist das Eventmanagement ein grundlegendes Instrument, das es zu nutzen gilt. Aus diesem Grund konzentriert sich dieses Programm auf die Vermittlung der notwendigen Kompetenzen, die eine Spezialisierung oder die Möglichkeit bieten, bei der Entwicklung und/oder Anwendung von Ideen und deren Umsetzung durch die Leitung von multidisziplinären und multikulturellen Arbeitsteams originell zu sein und Entscheidungen zu treffen, die zur Erreichung der gesetzten Ziele beitragen.



“

Definieren Sie die Ziele, Strategien und Geschäftspolitiken in Bezug auf den MICE-Markt, um geeignete Maßnahmen im Einklang mit den Zielen und Strategien des Unternehmens festzulegen”

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen.
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.**

Der **Executive Master in Eventmanagement** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Erwerben und Verstehen von Erkenntnissen, die eine Expertise oder die Möglichkeit bieten, bei der Entwicklung und/oder Anwendung von Ideen originell zu sein, oft in einem Forschungskontext

04

Entwickeln von Fähigkeiten für zwischenmenschliche Beziehungen, die es ermöglichen, multidisziplinäre und multikulturelle Arbeitsteams zu leiten

02

Kommunizieren der Ergebnisse und Argumente klar und unmissverständlich an ein Fachpublikum und an Nichtfachleute

03

Integrieren von Wissen und Umgang mit der Komplexität von Urteilen auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen, einschließlich der Reflexion über die soziale und ethische Verantwortung, die mit der Anwendung ihres Wissens und ihrer Urteile verbunden ist



05

Beschaffen und Verwalten von Informationen aus verschiedenen Quellen, um Entscheidungen zu treffen, die zur Erreichung der Ziele der Organisation beitragen

06

Definieren von Zielen, Strategien und Geschäftspolitiken auf dem MICE-Markt, um eine angemessene Politik im Einklang mit den Zielen und Strategien des Veranstaltungsunternehmens im Bereich des Tourismus zu entwickeln

07

Bewerten der Betriebsabläufe im Bereich des Geschäftstourismus und der Veranstaltungen, um eine vollständige Analyse des Produktionsprozesses in Bezug auf Exzellenz und Servicequalität zu erstellen

08

Entwickeln von Finanzmanagement-Fähigkeiten (*Financial Management*)



09

Erlangen eines vertieften Wissens über die aktuellen Trends in der Eventorganisation

10

Beherrschen der Digitalisierung der Veranstaltung, der am häufigsten verwendeten Tools und neuer Trends

11

Verstehen der Bedeutung und Organisation von hybriden Veranstaltungen





12

Verstehen der verschiedenen Möglichkeiten des Sponsorings einer Veranstaltung, des deontologischen, rechtlichen und *Compliance*-Umfelds der verschiedenen Sektoren

13

Präsentieren des Sponsoring-Dossiers

14

Verstehen der neuen Realität bei der Organisation von Veranstaltungen nach der großen Krise, die durch die Pandemie COVID 19 verursacht wurde

05

Kompetenzen

Die Studenten dieses Executive Masters in Eventmanagement entwickeln die erforderlichen Fähigkeiten in verschiedenen Weiterbildungsbereichen, die sie in die Lage versetzen, ihre berufliche Tätigkeit als Eventorganisator erfolgreich auszuüben. Berücksichtigt wird dabei die Spezialisierung in Bereichen wie Planung, Logistik, Entwicklung, Finanzen, Digitales und Marketing der Veranstaltung. Alle Bereiche, die den Wert und das entsprechende Wissen für die berufliche Entwicklung des Studenten/Berufstätigen bieten.



“

Lernen Sie, wie man professionell Veranstaltungen organisiert. Schreiben Sie sich jetzt für den Executive Master in Eventmanagement ein. Erreichen Sie Ihr Ziel in 12 Monaten und 100% online"

01

Kennen des MICE-Sektors, seines Aktionsradius und der beteiligten Akteure

02

Verstehen der Event- und Geschäftstourismusbranche

03

Unterscheiden jeder Art von Veranstaltung nach ihrem Ziel und ihren Bedürfnissen

04

Verwalten von Projekten von der Informationsbeschaffung bis zur Präsentation

05

Verstehen der verschiedenen Techniken und Werkzeuge, die bei der Gestaltung von Veranstaltungen zum Einsatz kommen



06

Umsetzen neuer Trends bei immersiven und erlebnisorientierten Veranstaltungen

08

Kennen des Protokolls für das Vorgehen bei einem Notfall



09

Anwenden grundlegender Konzepte für die Budgetplanung und deren Umsetzung

07

Beherrschen aller Elemente der Veranstaltungsplanung, von Protokoll, Sicherheit, Logistik, Gästen, Rednern, Transport, Zeitplanung usw.

10

Ausführen einer strategischen Kommunikationsplanung und eines Marketingplans entsprechend den gesetzten Zielen

11

Verstehen der neuen Kommunikationstechnologien und ihrer Bedeutung für die Erstellung von hybriden oder digitalen Veranstaltungen

12

Leiten von Kommunikations- und Marketingteams

13

Kennen von sozialen Netzwerken und der Bedeutung von Live-Events für die Kommunikation eines Events





14

Verwalten der Logistik und der Funktionsfähigkeit der Veranstaltung entsprechend den Anforderungen des Events

15

Koordinieren des Sponsorings von Events und ihrer wichtigsten Aspekte zusammen mit den Teilnehmern

16

Wissen um die Lösung von Zwischenfällen vor Ort und die Protokolle für das Vorgehen in jedem Fall

06

Struktur und Inhalt

Der außergewöhnliche praxis- und erfahrungsorientierte Ansatz sowie die innovative *E-Learning*-Formel machen dieses Eventmanagement-Programm einzigartig.

Der unterschiedliche Wert der spezifischen Themen, die in 10 Modulen behandelt werden, mit einer erweiterten und aktualisierten Vision des Sektors vom Anfang bis zum Ende des Programms. Und der Einsatz von aktiven, professionellen Dozenten aus der Branche, die reale Fälle präsentieren, bereichert die Erfahrung der Studenten durch die *Relearning*-Methode, die ein progressives und natürliches Lernen ohne großen Zeitaufwand ermöglicht.



“

Weiterbildung ist die Grundlage für Ihren beruflichen Erfolg. TECH bietet Ihnen dieses Online-Programm mit einer Methodik an, die es Ihnen ermöglicht, viele Studienstunden einzusparen"

Lehrplan

Der Executive Master mit exklusivem Inhalt der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das Fachleute auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich des Eventmanagements vorbereitet.

Der Studiengang vermittelt die für die berufliche Entwicklung notwendigen Werkzeuge und Kenntnisse, insbesondere in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Marketing, Finanzen, Organisation und Planung, Betrieb und Logistik. All diese Bereiche liefern die Werte und Kenntnisse, die für die berufliche Entwicklung der Studenten sowohl innerhalb einer Organisation in Führungspositionen als auch für die Entwicklung ihres eigenen Unternehmens notwendig sind.

Die Inhalte des Programms wurden von Fachleuten entwickelt, die sich derzeit erfolgreich in der beruflichen Entwicklung befinden und über einen breiten Hintergrund und umfangreiche Erfahrungen sowohl in der Wirtschaft als auch im akademischen Bereich oder in der Lehre verfügen. Dies verleiht dem Lehrplan eine eigene Identität mit hervorragenden Inhalten und gleichzeitig unübertroffenen praktischen Fällen, die absolut aktuell sind.

In 1.500 Stunden oder 12 Monaten reinem Online-Studium analysieren die Studenten in Einzel- und Teamarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Ein Studienprogramm, das die theoretischen und praktischen Kenntnisse abdeckt, die jeder Berufstätige benötigt, der in einem stark wachsenden Sektor führend tätig sein möchte. Der Erwerb spezifischer Kompetenzen wie die Definition von Zielen, Strategien und Geschäftspolitiken im MICE-Markt, die es ermöglichen, Prozesse im Bereich Geschäftstourismus und Events zu analysieren, zu planen, zu entwickeln und umzusetzen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 12 Monaten und ist in 10 Module unterteilt:

Modul 1	Die Veranstaltungsbranche und der Geschäftstourismus
Modul 2	Eventdesign
Modul 3	Eventplanung
Modul 4	Bewerbung eines Events
Modul 5	Finanzwesen im Eventmanagement
Modul 6	Strategien für Marketing und Kommunikationsmanagement
Modul 7	Event-Marketingmanagement und -Digitalisierung
Modul 8	Veranstaltungsbetrieb und Eventlogistik
Modul 9	Event-Sponsoring
Modul 10	Digitalisierung von Events; wie entwickelt man einen digitalen Event?



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Executive Master in Eventmanagement vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Spezialisierung haben die Studenten jederzeit Zugang zu allen Inhalten des Programms, so dass sie ihre Studienzzeit selbst verwalten können.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Die Veranstaltungsbranche und der Geschäftstourismus

1.1. Die MICE-Welt

- 1.1.1. Was ist der MICE-Sektor?
- 1.1.2. Wer ist darin enthalten?
- 1.1.3. Wie groß ist ihr Aktionsradius?

1.2. Akteure und Sektor im Überblick; wirtschaftliche Auswirkungen

- 1.2.2. Anzahl der Veranstaltungen und beteiligten Personen pro Jahr
- 1.2.3. Wachstumserwartungen in der Post-Covid-19-Ära

1.3. Kongresse, Tagungen, Incentives

- 1.3.1. Was ist eine Versammlung, ein Kongress und ein Incentive?
- 1.3.2. Hauptunterschiede zwischen diesen Events
- 1.3.3. Arten von Tagungen, Kongressen und Incentives

1.4. Messen

- 1.4.1. Hauptmerkmale von Messen
- 1.4.2. Arten von Messen
- 1.4.3. Die Fachausstellung

1.5. Die Rolle des *Convention Bureau*

- 1.5.1. Was ist ein *Convention Bureau*?
- 1.5.2. Zweck eines *Convention Bureaus*
- 1.5.3. Koordinierung zwischen öffentlichen und privaten Einrichtungen

1.6. Vermarktung eines Reiseziels

- 1.6.1. Stärken und Schwächen des Reiseziels
- 1.6.2. Bedrohungen und Stärken des Reiseziels
- 1.6.3. Differenzierung und Wettbewerbsvorteile

1.7. Kulturelle Veranstaltungen

- 1.7.1. Der Markt für kulturelle Veranstaltungen
- 1.7.2. Arten von kulturellen Veranstaltungen
- 1.7.3. Wie man profitable kulturelle Veranstaltungen organisiert

1.8. Musikveranstaltungen

- 1.8.2. Die Bedeutung von *Ticketing*
- 1.8.3. *Merchandising* und Sponsoring von Konzerten

1.9. Soziale Veranstaltungen

- 1.9.2. Die Rolle des *Wedding Planners*
- 1.9.3. Feiern und andere Partys

1.10. Sportliche Ereignisse

- 1.10.1. Große Sportereignisse
- 1.10.2. Regelungen für sportliche Veranstaltungen
- 1.10.3. *Sponsoring*

Modul 2. Eventdesign

2.1. Projektmanagement

- 2.1.1. Sammeln von Informationen, Starten eines Projekts: Was muss man wissen?
- 2.1.2. Studie über mögliche Standorte
- 2.1.3. Vor- und Nachteile der gewählten Optionen

2.2. Forschungstechniken. *Desing Thinking*

- 2.2.1. Kartierung der Akteure
- 2.2.2. *Focus Group*
- 2.2.3. *Benchmarking*

2.3. Erlebnisorientiertes *Design Thinking*

- 2.3.1. Kognitive Vertiefung
- 2.3.2. Verdeckte Beobachtung
- 2.3.3. *World Café*

2.4. Definition des Zielpublikums

- 2.4.1. An wen richtet sich der Event
- 2.4.2. Warum wird dieser Event gemacht?
- 2.4.3. Was ist der Zweck des Events

2.5. Tendenzen

- 2.5.1. Neue Trends bei der Inszenierung
- 2.5.2. Digitale Inputs
- 2.5.3. Immersive und erlebnisreiche Veranstaltungen

2.6. Personalisierung und Raumgestaltung

- 2.6.1. Anpassung des Raums an die Marke
- 2.6.2. *Branding*
- 2.6.3. Markenhandbuch

2.7. Erlebnismarketing

- 2.7.1. Die Erfahrung leben
- 2.7.2. Immersives Ereignis
- 2.7.3. Die Erinnerung fördern

2.8. Beschilderung

- 2.8.1. Beschilderungstechniken
- 2.8.2. Die Vision des Teilnehmers
- 2.8.3. Kohärenz der Geschichte. Veranstaltung mit Beschilderung

2.9. Die Veranstaltungsorte

- 2.9.1. Studien über mögliche Veranstaltungsorte. Die 5 Warum's
- 2.9.2. Wahl des Veranstaltungsortes je nach Veranstaltung
- 2.9.3. Auswahlkriterien

2.10. Vorgeschlagene Inszenierung. Arten von Veranstaltungsszenarien

- 2.10.1. Neue Inszenierungsvorschläge
- 2.10.2. Priorisierung der Nähe zum Sprecher
- 2.10.3. Szenarien im Zusammenhang mit Interaktion

Modul 3. Eventplanung

<p>3.1. Timing und Organisation des Programms</p> <p>3.1.1. Verfügbare Zeit für die Organisation der Veranstaltung</p> <p>3.1.2. Dauer der Veranstaltung</p> <p>3.1.3. Aktivitäten der Veranstaltung</p>	<p>3.2. Organisation der Räume</p> <p>3.2.1. Voraussichtliche Anzahl der Teilnehmer</p> <p>3.2.2. Anzahl der Säle, in denen gleichzeitig gearbeitet wird</p> <p>3.2.3. Saalformate</p>	<p>3.3. Redner und Gäste</p> <p>3.3.1. Auswahl der Sprecher</p> <p>3.3.2. Kontakt und Bestätigung der Redner</p> <p>3.3.3. Verwaltung der Anwesenheit der Redner</p>	<p>3.4. Protokoll</p> <p>3.4.1. Palette der eingeladenen Persönlichkeiten</p> <p>3.4.2. Arrangements der Präsidentschaft</p> <p>3.4.3. Organisation der Parlamente</p>
<p>3.5. Sicherheit</p> <p>3.5.1. Zugangskontrolle: der Gesichtspunkt der Sicherheit</p> <p>3.5.2. Koordinierung mit den staatlichen Sicherheitskräften und -organen</p> <p>3.5.3. Interne Kontrolle der Räumlichkeiten</p>	<p>3.6. Notfälle</p> <p>3.6.1. Evakuierungsplan</p> <p>3.6.2. Bedarfsanalyse für Notfälle</p> <p>3.6.3. Einrichtung einer medizinischen Beratungsstelle</p>	<p>3.7. Fähigkeiten</p> <p>3.7.1. Bewertung der Kapazität</p> <p>3.7.2. Verteilung der Teilnehmer am Veranstaltungsort</p> <p>3.7.3. Maximale Kapazitäten und zu treffende Entscheidungen</p>	<p>3.8. Zugang</p> <p>3.8.1. Studie über die Anzahl der Zugriffe</p> <p>3.8.2. Kapazität der einzelnen Zugänge</p> <p>3.8.3. Berechnung des <i>Timing</i> für Ein- und Ausfahrt an jedem Zugangspunkt</p>
<p>3.9. Transport</p> <p>3.9.1. Bewertung der Transportmöglichkeiten</p> <p>3.9.2. Verkehrsanbindung</p> <p>3.9.3. Eigene oder öffentliche Verkehrsmittel. Pro und Kontra</p>	<p>3.10. Standorte</p> <p>3.10.1. Wie viele Veranstaltungsorte hat die Veranstaltung</p> <p>3.10.2. Wo befinden sie sich</p> <p>3.10.3. Einfacher Zugang zu den Veranstaltungsorten</p>		

Modul 4. Bewerbung eines Events

<p>4.1. Wahl des Reiseziels</p> <p>4.1.1. Studie über das Reiseziel</p> <p>4.1.2. Möglichkeiten des Reiseziels; Stärken</p> <p>4.1.3. Infrastruktur des Reiseziels</p>	<p>4.2. Vorteile des Reiseziels</p> <p>4.2.1. Transport und Zugangsmöglichkeiten</p> <p>4.2.2. Unterkunft und Veranstaltungsorte</p> <p>4.2.3. Touristisches Angebot</p>	<p>4.3. Kapazität des Ziels</p> <p>4.3.1. Art der Veranstaltung, die es beherbergen kann</p> <p>4.3.2. Wie viele Flüge, Autobahnen, Züge stehen zur Verfügung</p> <p>4.3.3. Konferenzzentren, <i>Venues</i> und Hotelangebot</p>	<p>4.4. Kultur- und Aktivitätsangebot des Reiseziels</p> <p>4.4.1. Gastronomisches Angebot des Reiseziels</p> <p>4.4.2. Kultur- und Freizeitangebot des Reiseziels</p> <p>4.4.3. Am Zielort durchzuführende Aktivitäten</p>
<p>4.5. Unterkunft</p> <p>4.5.1. Studie zum Hotelangebot</p> <p>4.5.2. Studie über das Angebot an Wohnungen, Campingplätzen und anderen</p> <p>4.5.3. Angebot an Studentenwohnheimen</p>	<p>4.6. Transport</p> <p>4.6.1. Einfacher Zugang zum Zielort</p> <p>4.6.2. Zugang und Transport zum <i>Venue</i></p> <p>4.6.3. Interne Verkehrsangebote des Reiseziels</p>	<p>4.7. Universitäten und Forschungszentren</p> <p>4.7.1. Kenntnis der Anzahl der Universitäten im Zielland</p> <p>4.7.2. Wie viele Forschungszentren gibt es dort?</p> <p>4.7.3. Lebenslauf oder Prestige der Universitäten und Forschungszentren</p>	<p>4.8. Sport- und Kultureinrichtungen</p> <p>4.8.1. Wie viele Sporteinrichtungen gibt es am Zielort?</p> <p>4.8.2. Wie viele kulturelle Einrichtungen gibt es am Reiseziel?</p> <p>4.8.3. Kapazitäten der Einrichtungen und Möglichkeiten der Nutzung</p>
<p>4.9. Gastronomie, Architektur und Kunst</p> <p>4.9.1. Das gastronomische Angebot der Stadt. Michelin-Sterne-Restaurants</p> <p>4.9.2. Angebotene Museen</p> <p>4.9.3. Berühmte Architekten oder einzigartige Gebäude des Reiseziels</p>	<p>4.10. Kongress- und Sportstätten</p> <p>4.10.1. Anzahl der Kongress- und Tagungszentren</p> <p>4.10.2. Anzahl der Sporthallen und Pavillons</p> <p>4.10.3. Infrastruktur. Möglichkeiten für Sport- und Kongresshallen und Pavillons</p>		

Modul 5. Finanzwesen im Eventmanagement

5.1. Budget der Veranstaltung

- 5.1.1. Realisierung des Veranstaltungsbudgets
- 5.1.2. *Timing* für das Budget
- 5.1.3. Präsentation des Budgets

5.2. Einkommen

- 5.2.1. Arten von Einkünften
- 5.2.2. Möglichkeiten der Bestätigung der Einkünfte
- 5.2.3. Erleichterungen bei der Bezahlung von Einkünften

5.3. Ausgaben

- 5.3.1. Arten von Ausgaben: fix und variabel
- 5.3.2. Handlungsmöglichkeiten in Bezug auf die Ausgaben
- 5.3.3. Zahlvereinbarungen mit Lieferanten

5.4. Plan für unvorhergesehene Ereignisse

- 5.4.1. Maßnahmen im Falle von Kostensteigerungen
- 5.4.2. Maßnahmen für den Fall eines Einkommensrückgangs
- 5.4.3. Prozentsatz der unvorhergesehenen Ausgaben

5.5. Betriebskonto

- 5.5.1. Erstellung des Betriebskontos
- 5.5.2. Rentabilität des Betriebskontos
- 5.5.3. Maßnahmen, die auf der Grundlage des Betriebskontos umzusetzen sind

5.6. Verwaltung der Leistungen

- 5.6.1. Zweck der Veranstaltung und ihr Gewinn
- 5.6.2. Verwaltung von Stipendien und Beihilfen
- 5.6.3. Investitionsmöglichkeiten

5.7. Cash Flow

- 5.7.1. Was ist *Cash Flow*?
- 5.7.2. *Cash Flow*-Eingaben
- 5.7.3. Zu ergreifende Maßnahmen auf der Grundlage des *Cash Flow*

5.8. Besteuerung

- 5.8.1. Besteuerung von Gewinnen nach Verwendung
- 5.8.2. Mehrwertsteuer und ihre Auswirkungen (international)
- 5.8.3. Unterschied zwischen kommerziellen und gemeinnützigen Unternehmen

5.9. Verwaltung von Provisionen

- 5.9.1. Festlegen der Anzahl der zu erzielenden Provisionen
- 5.9.2. Verwaltung von Provisionen nach Maßgabe des Kunden
- 5.9.3. Provisionsvereinbarung mit dem Lieferanten

5.10. Abschreibungen. ROI

- 5.10.1. Berechnung der Kapitalrendite
- 5.10.2. *Timing* für die Kapitalrendite
- 5.10.3. Abschreibung der Investition(en)

Modul 6. Strategien für Marketing und Kommunikationsmanagement

6.1. Strategische Kommunikation

- 6.1.1. Strategische Kommunikation bei Veranstaltungen
- 6.1.2. Die Bedeutung der Umgebung in der Strategie
- 6.1.3. Das Engagement der Marken für *Long Term Return*

6.2. Verbraucherverhalten

- 6.2.1. Neue Interpretation von Maslow
- 6.2.2. Psychologie des heutigen Verbrauchers
- 6.2.3. Google propagiert ein neues Verhaltensmuster

6.3. Zweck der Marke

- 6.3.1. Aktuelle Bedeutung des Markenzwecks
- 6.3.2. Markenwert und -zweck finden
- 6.3.3. Integration oder Koexistenz von Zweck und CSR

6.4. Nachhaltigkeit als Strategie

- 6.4.1. Entdeckung und Praxis der Nachhaltigkeit
- 6.4.2. Ziele der nachhaltigen Entwicklung vermitteln
- 6.4.3. Die Umsetzung der SDGs bei Veranstaltungen

6.5. Globale Herausforderungen in der Kommunikation

- 6.5.1. Theorien zum internationalen Marketing
- 6.5.2. *Cross-Cultural Marketing* und seine Anwendung
- 6.5.3. Übertragung von Marken und Botschaften in andere Länder

6.6. Werbung und Marketing

- 6.6.1. Traditionelle und digitale Werbung
- 6.6.2. Kreativität: Kunst oder Wissenschaft
- 6.6.3. Aktionen und Tools für Veranstaltungen

6.7. Modelle der Analyse

- 6.7.1. Interne Analyse: SWOT und CAME
- 6.7.2. Strategische Analyse: Boston und Ansoff
- 6.7.3. Externe Analyse: Die 5 Kräfte von Porter und PESTEL

6.8. Beziehung zu den Medien

- 6.8.1. Pressekonferenzen, Pressemitteilungen und andere Instrumente
- 6.8.2. Ausbildung zum Pressesprecher
- 6.8.3. Krisenkommunikation

6.9. Beziehungen zu Agenturen

- 6.9.1. Ausschreibungen, Verträge und andere Praktiken
- 6.9.2. Projektmanagement und Implementierung
- 6.9.3. Projektmessung und Ergebnisse

6.10. Der Kommunikationsplan

- 6.10.1. Der Kommunikationsplan
- 6.10.2. Entwicklung des taktischen Teils des Kommunikationsplans
- 6.10.3. Umsetzung und Überwachung des Kommunikationsplans

Modul 7. Event-Marketingmanagement und -Digitalisierung

7.1. Digitalisierung bei Veranstaltungen 7.1.1. Neue Kommunikationstechnologien 7.1.2. Digitale Events 7.1.3. Big Data. Metriken und Analysen	7.2. Digitale Segmentierung 7.2.1. Neue Zielgruppen und Nutzertypologien 7.2.2. Neue Segmentierungsvariablen 7.2.3. Die <i>Buyer Persona</i> und ihre Entwicklung	7.3. Digitalisierung von Informationen 7.3.1. Digitales Denken und Kommunizieren 7.3.2. Neue <i>Knowledge Management</i> -Modelle 7.3.3. <i>Fake News</i> und andere Feinde der Digitalisierung	7.4. Digitales Reputationsmanagement 7.4.1. Persönliches Branding 7.4.2. <i>Social Listening</i> 7.4.3. <i>Inbound Marketing</i>
7.5. Digitales Branding 7.5.1. <i>Branding</i> der Marke 7.5.2. <i>Branding</i> des Events 7.5.3. Maßnahmen, die auf der Grundlage Betriebskontos zu treffen sind	7.6. Der Benchmarking-Prozess 7.6.1. Zweck der Veranstaltung 7.6.2. Analyse der Konkurrenz 7.6.3. <i>Benchmarking</i> der Ergebnisse	7.7. Event-Kampagnen 7.7.1. <i>Brainstorming</i> und Ideenfindung 7.7.2. Interner und externer Teil der Kampagne 7.7.3. Durchführung und Überwachung der Kampagne	7.8. Digitale Werkzeuge 7.8.1. Festlegung von Zielen und Strategien 7.8.2. Auswahl der Kanäle und Plattformen 7.8.3. Optimierung der Echtzeit-Ergebnisse
7.9. Soziale Netzwerke 7.9.1. Kenntnis und Nutzung von sozialen Netzwerken 7.9.2. Wichtigste Rollen für einen Event 7.9.3. Ausführung der sozialen Medien live für einen Event	7.10. Management von Marketing- und Kommunikationsteams 7.10.1. Führungsqualitäten 7.10.2. Schlüssel zum pragmatischen <i>Management</i> 7.10.3. Tägliches Management		

Modul 8. Veranstaltungsbetrieb und Logistikmanagement

8.1. Betrieb und Logistik der Aktivitäten 8.1.1. Studie über die Bedürfnisse der Aktivität 8.1.2. Planung der notwendigen Operationen 8.1.3. Die Bedürfnisse des Personals der Operation kennen	8.2. Transport und Zugangslogistik 8.2.1. Logistik je nach Art des Transports für die Veranstaltung 8.2.2. Logistik je nach Zugang 8.2.3. Kapazität an Zugangs- und Transportpunkten	8.3. Personalmanagement der Veranstaltung 8.3.1. Für die Veranstaltung verfügbare Arten von Personalwesen 8.3.2. Interne Kommunikation 8.3.3. Hierarchien und Befehlsketten	8.4. Management von Lieferanten 8.4.1. Kommunikationspolitik mit Lieferanten 8.4.2. Verwaltung der Geschäfte der einzelnen Lieferanten 8.4.3. Anpassungsfähigkeit und Bedürfnisse der einzelnen Anbieter
8.5. Einsätze der Redner und VIP-Gäste 8.5.1. VIP-Kontakt-Protokoll 8.5.2. Verwaltung der Bedürfnisse von VIP-Gästen (Zugangsbereiche, Sicherheit, Transport usw.) 8.5.3. Management von VIP-Pflege- und Assistenzpersonal. Referent	8.6. Verwaltung der Zugänglichkeit 8.6.1. Verwaltung der Zugänglichkeit zur Veranstaltung. Zu erledigende Aufgaben 8.6.2. Inklusive und respektvolle Gastronomie 8.6.3. Inklusionsprogramme für Teilnehmer mit speziellen Bedürfnissen	8.7. Management der Nachhaltigkeit 8.7.1. Gastronomie in der Nähe 8.7.2. Abfallmanagement für Veranstaltungen 8.7.3. Auswahl von nachhaltigen Materialien und Produkten	8.8. Transfers und interne Transportvorgänge 8.8.1. Protokoll für die Verwaltung der <i>Transfers</i> der Gäste 8.8.2. Die Schwierigkeit des Flughafens und seines Betriebs 8.8.3. Verwaltung und Lösung von Vorfällen
8.9. Operative Aspekte der Pflege von Teilnehmern 8.9.1. Der <i>Hospitality Desk</i> 8.9.2. Segmentierung der Servicebereiche 8.9.3. Management von besonderen Ereignissen	8.10. Auf- und Abbau der Veranstaltung 8.10.1. Berechnung von <i>Timing</i> und Personal für den Aufbau 8.10.2. Anforderungen an die Logistik des Aufbaus 8.10.3. Die Logistik des Abbaus der Veranstaltung		

Modul 9. Event-Sponsoring

9.1. Planung und Strategie des Sponsorings: Auswahl der Target Group

- 9.1.1. Zu analysierende Aspekte des zu fördernden Sektors
- 9.1.2. Auswahl der besten Sponsoren
- 9.1.3. Was gesponsert werden soll und Gründe für das Sponsoring

9.2. Sektorspezifische Politiken. Ethischer Kodex. Compliance

- 9.2.1. Ethikkodex der einzelnen Sektoren
- 9.2.2. Die Verwaltung der Daten von Sponsoren
- 9.2.3. Compliance-Abteilungen und ihre Bedeutung

9.3. Erstellung des Dossiers für das Sponsoring. Präsentation

- 9.3.1. Präsentation
- 9.3.2. Identifizierung
- 9.3.3. Ziele

9.4. Erstellung des Dossiers für das Sponsoring. Technische Daten

- 9.4.1. Identifizierung von Endorsements und Empfehlungen
- 9.4.2. Historische Daten
- 9.4.3. Möglichkeiten des Sponsorings

9.5. Verwaltung der Verkaufspreise

- 9.5.1. Berechnung der Sponsoring-Preisgestaltung
- 9.5.2. Einzelverkauf nach Konzept
- 9.5.3. Gruppenverkauf von verschiedenen Patenschaften

9.6. Grundrisse und Standorte der Ausstellungsbereiche

- 9.6.1. Erstellung von *Stands*
- 9.6.2. Was reflektiert werden sollte
- 9.6.3. Transitfluss der Teilnehmer

9.7. Planung der Ausstellungsfläche

- 9.7.1. Visualisierung
- 9.7.2. Berühmtheit
- 9.7.3. Gleichmäßigkeit in Bezug auf das Volumen

9.8. Marketingpolitik

- 9.8.1. Wo kann man Sponsoring verkaufen
- 9.8.2. Wie verkauft man Sponsoring
- 9.8.3. Zahlungsbedingungen und Vertragsstrafen

9.9. Verwaltung und Nachbereitung von Sponsoring-Verkäufen

- 9.9.1. Realisierung und Prognose des Sponsorings
- 9.9.2. Durchführbarkeitsstudie
- 9.9.3. Erreichen der Ziele oder Neuausrichtung

9.10. Loyalität des Sponsors

- 9.10.1. Maßnahmen zum Aufbau von Sponsorentreue
- 9.10.2. Zu erbringende Dienstleistungen
- 9.10.3. Verbesserungen oder Innovationen

Modul 10. Digitalisierung von Events; wie entwickelt man einen digitalen Event?

10.1. Die COVID-19-Ära bei Veranstaltungen

- 10.1.1. Wichtige Informationen zum Thema
- 10.1.3. *Timing* für Entscheidungen

10.2. Digitale Eventplanung. Drehbuch-Überblick

- 10.2.1. Erstellung des Ablaufplans
- 10.2.2. Zu berücksichtigende Elemente im Ablaufplan
- 10.2.3. Aspekte, die im Ablaufplan berücksichtigt werden müssen. Prioritäten

10.3. Auswahl der Lieferanten

- 10.3.1. Wahl des Technologie-*Partners*
- 10.3.2. Anforderungen, die an den Lieferanten zu stellen sind
- 10.3.3. Auswahl der Lieferanten. Preisfaktor vs. Wert-Faktor. Erfahrung

10.4. Netzwerk- und Internetverwaltung

- 10.4.1. Zu berücksichtigende Fragen der Netzwerkverwaltung
- 10.4.2. Vergabe von Internetdiensten
- 10.4.3. Stress- und Sättigungstests von Netzwerken

10.5. Ziele der Aufklärungsarbeit. Publikum

- 10.5.1. Die Zielgruppe bestimmen
- 10.5.2. Ausstrahlung in anderen Sprachen
- 10.5.3. Senderäume

10.6. Interaktion der Teilnehmer. Abstimmen

- 10.6.1. Implementierung des Interaktionssystems
- 10.6.2. Elemente, die bei der Interaktion der Teilnehmer zu berücksichtigen sind
- 10.6.3. Formulare und Verfahren für die Entwicklung der Interaktion

10.7. Einführende Videos. Kyrons. Musik

- 10.7.1. Kyrons
- 10.7.2. Die Bedeutung von Einleitungen
- 10.7.3. Zu berücksichtigende Ressourcen

10.8. Koordination vor Ort und digital. Referenten vor Ort und remote

- 10.8.1. Kontakt mit Referenten
- 10.8.2. Übergabe des Aktionsprogramms an die Referenten
- 10.8.3. *Timing* und Organisation der Redner. Zu befolgende Regeln

10.9. Erzeugung von virtuellen Sets

- 10.9.1. Chroma
- 10.9.2. Rückseite
- 10.9.3. *Leds*-Bildschirm

10.10. Virtuelle und hybride Ereignissteuerung

- 10.10.1. Überwachung des Ereignisses über das Ereigniskontrollsystem
- 10.10.2. Zeitplan und Reihenfolge der Ausstrahlung
- 10.10.3. Lösung von Live-Vorfällen

07

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Die TECH Wirtschaftsschule verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.



Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen"

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

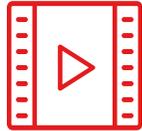
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



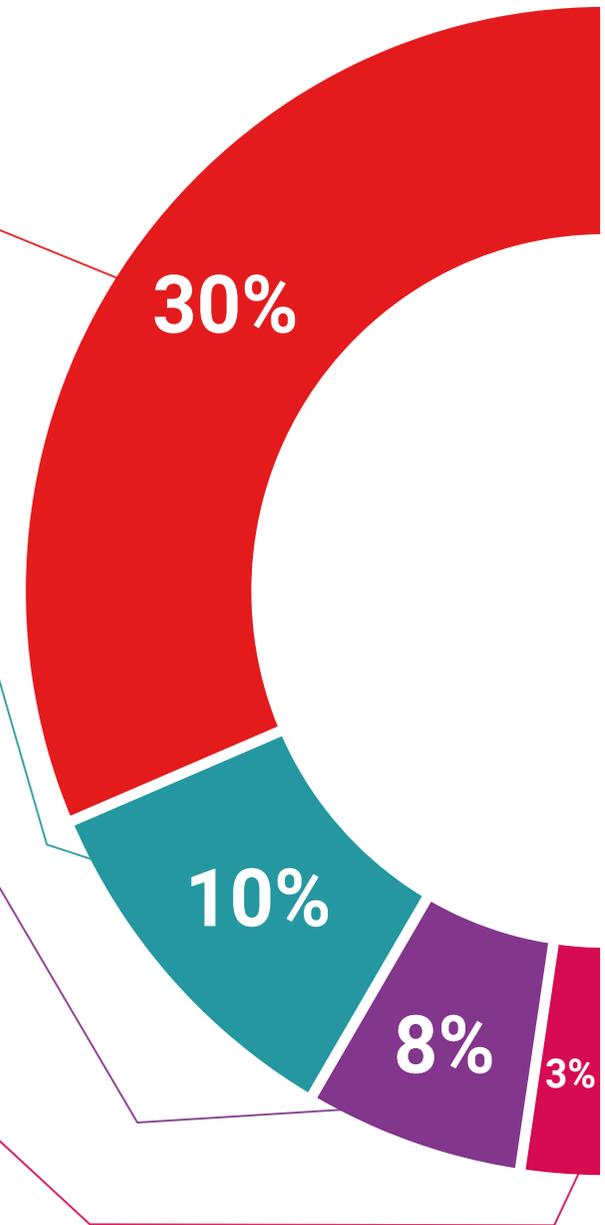
Praxis der Managementfähigkeiten

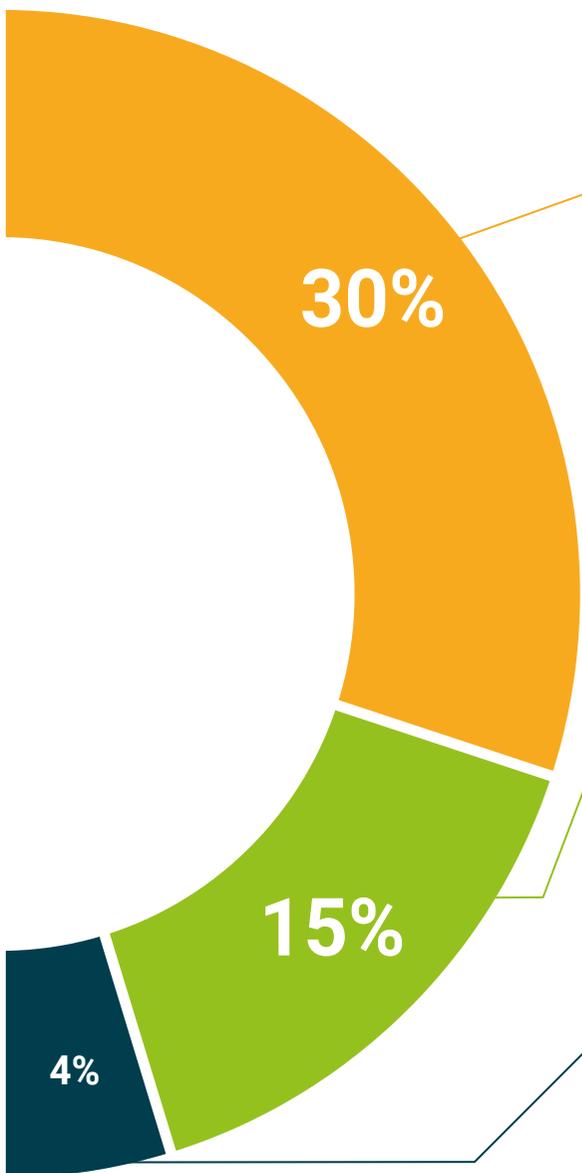
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



08

Profil unserer Studenten

Dieses Programm richtet sich an Fachleute aus den Bereichen Kommunikation, Marketing oder Wirtschaft, die sich für die Organisation von Events begeistern und einen qualitativen Sprung in ihrer beruflichen Laufbahn machen möchten. Entweder als Eventmanager oder als Unternehmer eines eigenen Unternehmens. Durch die Gründung ihrer eigenen Eventagentur erhalten sie das nötige Rüstzeug, um Events mit einer strategischen, innovativen, multidisziplinären Vision und einem hohen Erlebniswert zu leiten oder zu managen.



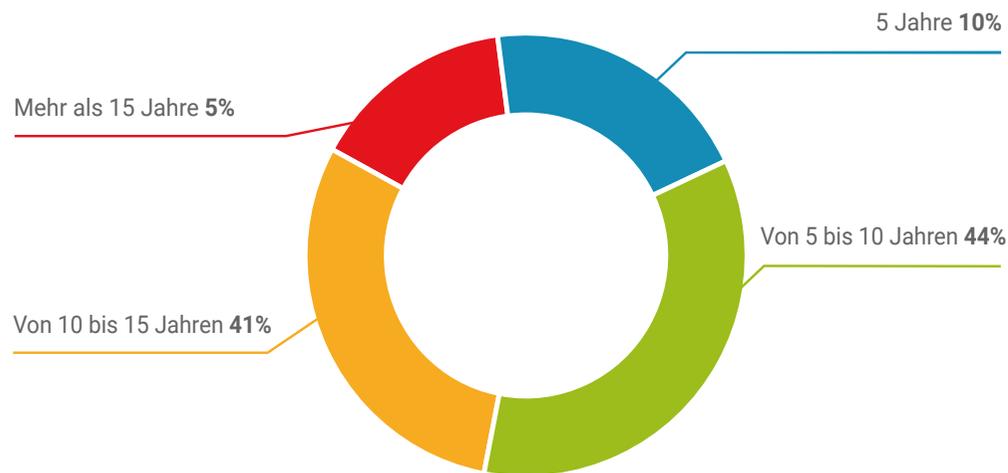
“

Sie werden von Menschen umgeben sein, die Ihre Ambitionen und Interessen teilen, was ein wichtiger Motivationsfaktor für den Erfolg in diesem Programm ist"

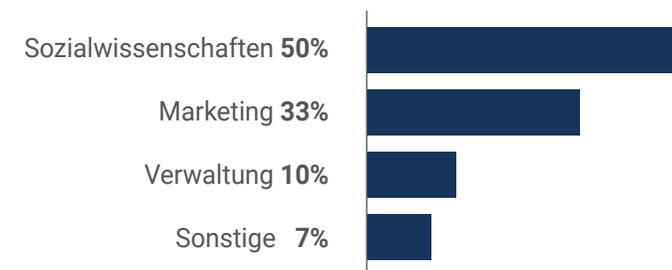
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

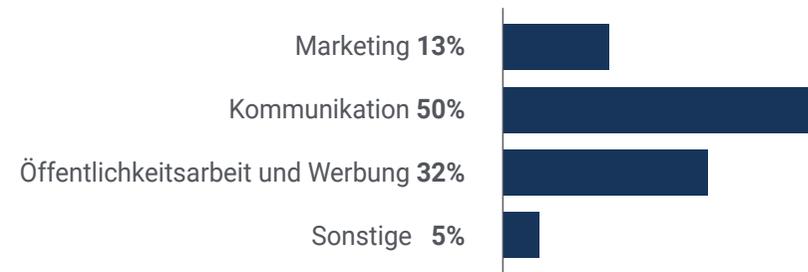
Jahre der Erfahrung



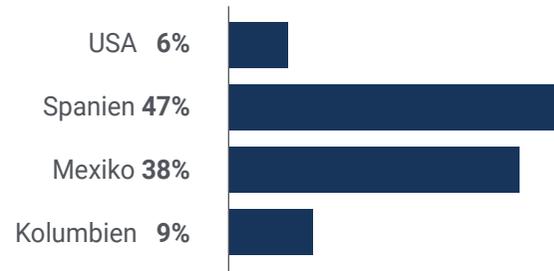
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Paola Fernández

Stage Manager

“Der Lehrplan und die Methodik des Programms haben mich dazu bewogen, mich einzuschreiben. Mit meiner derzeitigen Arbeit und Verantwortung hatte ich keine Zeit, das Ziel der Professionalisierung zu erreichen, das ich mir vor Jahren gesetzt hatte. Aber mit TECH konnte ich das Programm in nur wenigen Monaten abschließen und dank der neuesten Kenntnisse und Instrumente, die ich in diesem Executive Master erworben habe, eine bessere Position in dem Unternehmen einnehmen, für das ich arbeite”

09

Kursleitung

TECH hat ein Programm mit exklusiven Inhalten zusammengestellt, die von professionellen Event-Organisatoren ausgewählt wurden, die sich erfolgreich in der Entwicklung ihrer beruflichen Laufbahn befinden und über einen breiten Hintergrund und große Erfahrung sowohl im kommerziellen als auch im akademischen oder pädagogischen Bereich verfügen. Dies verleiht dem Programm seine eigene Identität, mit ausgezeichneten Inhalten und unschlagbaren praktischen Fällen, die absolut aktuell sind.



“

Sie werden von erfahrenen Dozenten unterrichtet, die beruflich in diesem Bereich tätig sind. Diese haben sich in ihrer Forschung auf den Einsatz neuer Technologien in Marketing und Kommunikation spezialisiert”

Leitung



Hr. Gil Tomas, Tommy

- ♦ Gründer und CEO von Atelier MICE
- ♦ Projektmanagement-Berater für die UNESCO-Weltkonferenz zur Hochschulbildung
- ♦ Direktor für Entwicklung bei Creativalab S.L.
- ♦ Direktor Barcelona Congrèso Mèdic S.L.
- ♦ Masterstudiengang in Marketing Management
- ♦ Masterstudiengang in Pharmazeutischem Marketing von ISM-ESIC
- ♦ Hochschulabschluss in Steuerrecht von ESINE

Professoren

Hr. Perelló Sobrepere, Marc

- ♦ Manager für Unternehmenskommunikation und Marketing
- ♦ Direktor des Bereichs Digital und Strategie bei Creativalab SL
- ♦ Dircom und Leiter des Bereichs Kommunikation und Marketing bei der Abantia Group
- ♦ Dircom und Leiter des Bereichs Kommunikation und Marketing bei Managing Incompetence
- ♦ Dozent für Marketing und Kommunikation für universitäre Aufbaustudiengänge
- ♦ Autor und Mitautor von Artikeln für Kommunikationsfachzeitschriften
- ♦ Promotion in Kommunikationswissenschaften an der Universität Ramon Llull
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus von der Universität CEU Abat Oliba
- ♦ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit von der Universität CEU Abat Oliba
- ♦ Masterstudiengang in Geistes- und Sozialwissenschaften von der Universität CEU Abat Oliba



10

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH schätzt die Investition in Zeit und Geld von Fachleuten, die sich zu diesem Schritt und zur Teilnahme an diesem Programm entschließen. Aus diesem Grund werden maximale Anstrengungen unternommen, um Inhalte anzubieten, die den Erwartungen entsprechen und die größtmöglichen positiven Auswirkungen auf die berufliche Laufbahn der Studenten haben. So können sie die vorgeschlagenen Ziele kurz-, mittel- und langfristig erreichen. Außerdem verbessern sie ihre Organisations- und Planungsfähigkeiten mit dem Ziel, ein eigenes Unternehmen zu gründen oder eine Führungsposition in einem Unternehmen zu übernehmen.



“

Dieses Programm wird für Ihren Karriereweg entscheidend sein, da Sie die Kompetenzen und Fähigkeiten erwerben, die für den Erfolg im Eventmanagement erforderlich sind”

Sie werden Strategien zur Planung von Veranstaltungen aller Art beherrschen und sich mit den in diesem Programm erworbenen Fähigkeiten auf dem Gebiet der Organisation hervorheben.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.

Der Executive Master in Eventmanagement der TECH ist ein intensives Programm, das den Studenten auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich der Organisation und Planung von Veranstaltungen verschiedener Art vorbereitet. Sein Hauptziel ist es, sein persönliches und berufliches Wachstum zu fördern und ihm zu helfen, erfolgreich zu sein.

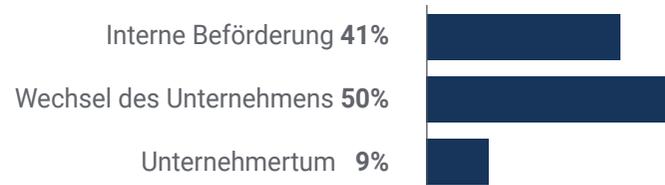
Wenn man sich verbessern will, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene anstreben und sich mit den Besten austauschen möchten, ist man hier genau richtig.

Schreiben Sie sich jetzt ein und erleben Sie die Erfahrung, ein Event-Organisator zu werden, 100% online und in 12 Monaten.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Executive Master in Eventmanagement trägt durch die Weiterbildung von Führungskräften dazu bei, dass die Talente der Organisation ihr volles Potenzial entfalten können.

Die Teilnahme an diesem Programm ist eine einzigartige Gelegenheit, Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten zu erhalten, in dem Sie zukünftige professionelle Partner, Kunden oder Lieferanten finden können. Zusätzlich zum Erwerb neuer Erfahrungen im Bereich der Digitalisierung und Organisation.



“

In der neuen digitalen Ära ist die Beherrschung der Organisation von hybriden oder digitalen Veranstaltungen ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal auf dem hart umkämpften Arbeitsmarkt. Mit diesem Programm können Sie dies erreichen”

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

12

Qualifizierung

Der Executive Master in Eventmanagement garantiert neben der präzisen und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

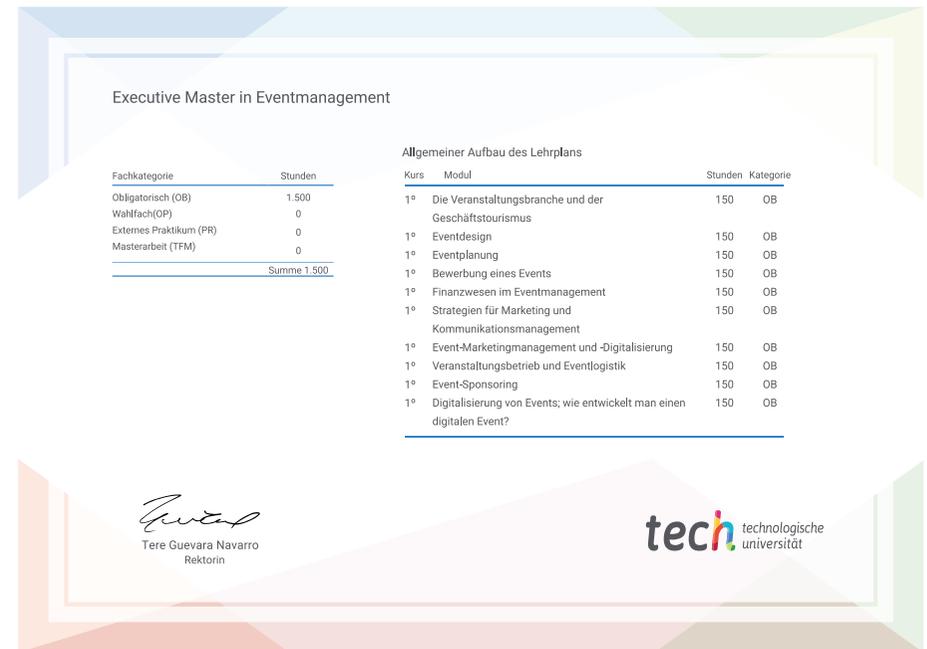
Dieser **Executive Master in Eventmanagement** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Executive Master in Eventmanagement**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



Executive Master Eventmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Executive Master Eventmanagement

