

Executive Master

Eventmanagement

M E



tech global
university



Executive Master Eventmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Akkreditierung: 60 ECTS
- » 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 Global University

66

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 Global University



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 großen 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.



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”

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.

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.

66

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

Rigorese 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 Global University.

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.

66

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

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

04

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



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 Veranstaltungunternehmens 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

Beherrschung 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



07

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

08

Kennen des Protokolls für das Vorgehen bei einem Notfall

09

Anwenden grundlegender Konzepte für die Budgetplanung und deren Umsetzung

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.



66

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 Global University 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 1.800 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 Studienzeit 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	1.2. Akteure und Sektor im Überblick; wirtschaftliche Auswirkungen	1.3. Kongresse, Tagungen, Incentives	1.4. Messen
1.1.1. Was ist der MICE-Sektor? 1.1.2. Wer ist darin enthalten? 1.1.3. Wie groß ist ihr Aktionsradius?	1.2.2. Anzahl der Veranstaltungen und beteiligten Personen pro Jahr 1.2.3. Wachstumserwartungen in der Post-Covid-19-Ära	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	1.4.1. Hauptmerkmale von Messen 1.4.2. Arten von Messen 1.4.3. Die Fachausstellung
1.5. Die Rolle des Convention Bureau	1.6. Vermarktung eines Reiseziels	1.7. Kulturelle Veranstaltungen	1.8. Musikveranstaltungen
1.5.1. Was ist ein Convention Bureau? 1.5.2. Zweck eines Convention Bureaus 1.5.3. Koordinierung zwischen öffentlichen und privaten Einrichtungen	1.6.1. Stärken und Schwächen des Reiseziels 1.6.2. Bedrohungen und Stärken des Reiseziels 1.6.3. Differenzierung und Wettbewerbsvorteile	1.7.1. Der Markt für kulturelle Veranstaltungen 1.7.2. Arten von kulturellen Veranstaltungen 1.7.3. Wie man profitable kulturelle Veranstaltungen organisiert	1.8.2. Die Bedeutung von <i>Ticketing</i> , <i>Merchandising</i> und Sponsoring von Konzerten
1.9. Soziale Veranstaltungen	1.10. Sportliche Ereignisse		
1.9.2. Die Rolle des Wedding Planners 1.9.3. Feiern und andere Partys	1.10.1. Große Sportereignisse 1.10.2. Regelungen für sportliche Veranstaltungen 1.10.3. <i>Sponsoring</i>		

Modul 2. Eventdesign

2.1. Projektmanagement	2.2. Forschungstechniken. <i>Design Thinking</i>	2.3. Erlebnisorientiertes <i>Design Thinking</i>	2.4. Definition des Zielpublikums
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	2.2.1. Kartierung der Akteure 2.2.2. <i>Focus Group</i> 2.2.3. <i>Benchmarking</i>	2.3.1. Kognitive Vertiefung 2.3.2. Verdeckte Beobachtung 2.3.3. <i>World Café</i>	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	2.6. Personalisierung und Raumgestaltung	2.7. Erlebnismarketing	2.8. Beschilderung
2.5.1. Neue Trends bei der Inszenierung 2.5.2. Digitale Inputs 2.5.3. Immersive und erlebnisreiche Veranstaltungen	2.6.1. Anpassung des Raums an die Marke 2.6.2. <i>Branding</i> 2.6.3. Markenhandbuch	2.7.1. Die Erfahrung leben 2.7.2. Immersives Ereignis 2.7.3. Die Erinnerung fördern	2.8.1. Beschilderungstechniken 2.8.2. Die Vision des Teilnehmers 2.8.3. Kohärenz der Geschichte. Veranstaltung mit Beschilderung
2.9. Die Veranstaltungsorte	2.10. Vorgeschlagene Inszenierung. Arten von Veranstaltungsszenarien		
2.9.1. Studien über mögliche Veranstaltungsorte. Die 5 Warum's 2.9.2. Wahl des Veranstaltungsortes je nach Veranstaltung 2.9.3. Auswahlkriterien	2.10.1. Neue Inszenierungsvorschläge 2.10.2. Priorisierung der Nähe zum Sprecher 2.10.3. Szenarien im Zusammenhang mit Interaktion		

Modul 3. Eventplanung

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

Modul 4. Bewerbung eines Events

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

Modul 5. Finanzwesen im Eventmanagement

5.1. Budget der Veranstaltung	5.2. Einkommen	5.3. Ausgaben	5.4. Plan für unvorhergesehene Ereignisse
5.1.1. Realisierung des Veranstaltungsbudgets 5.1.2. Timing für das Budget 5.1.3. Präsentation des Budgets	5.2.1. Arten von Einkünften 5.2.2. Möglichkeiten der Bestätigung der Einkünfte 5.2.3. Erleichterungen bei der Bezahlung von Einkünften	5.3.1. Arten von Ausgaben: fix und variabel 5.3.2. Handlungsmöglichkeiten in Bezug auf die Ausgaben 5.3.3. Zahlungsvereinbarungen mit Lieferanten	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	5.6. Verwaltung der Leistungen	5.7. Cash Flow	5.8. Besteuerung
5.5.1. Erstellung des Betriebskontos 5.5.2. Rentabilität des Betriebskontos 5.5.3. Maßnahmen, die auf der Grundlage des Betriebskontos umzusetzen sind	5.6.1. Zweck der Veranstaltung und ihr Gewinn 5.6.2. Verwaltung von Stipendien und Beihilfen 5.6.3. Investitionsmöglichkeiten	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	5.8.1. 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	5.10. Abschreibungen. ROI		
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	5.10.1. 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	6.2. Verbraucherverhalten	6.3. Zweck der Marke	6.4. Nachhaltigkeit als Strategie
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	6.2.1. Neue Interpretation von Maslow 6.2.2. Psychologie des heutigen Verbrauchers 6.2.3. Google propagiert ein neues Verhaltensmuster	6.3.1. Aktuelle Bedeutung des Markenzwecks 6.3.2. Markenwert und -zweck finden 6.3.3. Integration oder Koexistenz von Zweck und CSR	6.4.1. 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	6.6. Werbung und Marketing	6.7. Modelle der Analyse	6.8. Beziehung zu den Medien
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	6.6.1. Traditionelle und digitale Werbung 6.6.2. Kreativität: Kunst oder Wissenschaft 6.6.3. Aktionen und Tools für Veranstaltungen	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	6.8.1. Pressekonferenzen, Pressemitteilungen und andere Instrumente 6.8.2. Ausbildung zum Pressesprecher 6.8.3. Krisenkommunikation
6.9. Beziehungen zu Agenturen	6.10. Der Kommunikationsplan		
6.9.1. Ausschreibungen, Verträge und andere Praktiken 6.9.2. Projektmanagement und Implementierung 6.9.3. Projektmessung und Ergebnisse	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	7.2. Digitale Segmentierung	7.3. Digitalisierung von Informationen	7.4. Digitales Reputationsmanagement
7.1.1. Neue Kommunikationstechnologien 7.1.2. Digitale Events 7.1.3. Big Data. Metriken und Analysen	7.2.1. Neue Zielgruppen und Nutzertypologien 7.2.2. Neue Segmentierungsvariablen 7.2.3. Die Buyer Persona und ihre Entwicklung	7.3.1. Digitales Denken und Kommunizieren 7.3.2. Neue Knowledge Management-Modelle 7.3.3. <i>Fake News</i> und andere Feinde der Digitalisierung	7.4.1. Persönliches Branding 7.4.2. Social Listening 7.4.3. Inbound Marketing
7.5. Digitales Branding	7.6. Der Benchmarking-Prozess	7.7. Event-Kampagnen	7.8. Digitale Werkzeuge
7.5.1. Branding der Marke 7.5.2. Branding des Events 7.5.3. Maßnahmen, die auf der Grundlage Betriebskontos zu treffen sind	7.6.1. Zweck der Veranstaltung 7.6.2. Analyse der Konkurrenz 7.6.3. Benchmarking der Ergebnisse	7.7.1. Brainstorming und Ideenfindung 7.7.2. Interner und externer Teil der Kampagne 7.7.3. Durchführung und Überwachung der Kampagne	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	7.10. Management von Marketing- und Kommunikationsteams		
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	7.10.1. Führungsqualitäten 7.10.2. Schlüssel zum pragmatischen Management 7.10.3. Tägliches Management		

Modul 8. Veranstaltungsbetrieb und Logistikmanagement

8.1. Betrieb und Logistik der Aktivitäten	8.2. Transport und Zugangslogistik	8.3. Personalmanagement der Veranstaltung	8.4. Management von Lieferanten
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	8.2.1. Logistik je nach Art des Transports für die Veranstaltung 8.2.2. Logistik je nach Zugang 8.2.3. Kapazität an Zugangs- und Transportpunkten	8.3.1. Für die Veranstaltung verfügbare Arten von Personalwesen 8.3.2. Interne Kommunikation 8.3.3. Hierarchien und Befehlsketten	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	8.6. Verwaltung der Zugänglichkeit	8.7. Management der Nachhaltigkeit	8.8. Transfers und interne Transportvorgänge
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	8.6.1. Verwaltung der Zugänglichkeit zur Veranstaltung. Zu erledigende Aufgaben 8.6.2. Inklusive und respektvolle Gastronomie 8.6.3. Inklusionsprogramme für Teilnehmer mit speziellen Bedürfnissen	8.7.1. Gastronomie in der Nähe 8.7.2. Abfallmanagement für Veranstaltungen 8.7.3. Auswahl von nachhaltigen Materialien und Produkten	8.8.1. Protokoll für die Verwaltung der Transfers 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	8.10. Auf- und Abbau der Veranstaltung		
8.9.1. Der Hospitality Desk 8.9.2. Segmentierung der Servicebereiche 8.9.3. Management von besonderen Ereignissen	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	9.2. Sektorspezifische Politiken. Ethischer Kodex. Compliance	9.3. Erstellung des Dossiers für das Sponsoring. Präsentation	9.4. Erstellung des Dossiers für das Sponsoring. Technische Daten
<ul style="list-style-type: none"> 9.1.1. Zu analysierende Aspekte des fördernden Sektors 9.1.2. Auswahl der besten Sponsoren 9.1.3. Was gesponsert werden soll und Gründe für das Sponsoring 	<ul style="list-style-type: none"> 9.2.1. Ethikkodex der einzelnen Sektoren 9.2.2. Die Verwaltung der Daten von Sponsoren 9.2.3. Compliance-Abteilungen und ihre Bedeutung 	<ul style="list-style-type: none"> 9.3.1. Präsentation 9.3.2. Identifizierung 9.3.3. Ziele 	<ul style="list-style-type: none"> 9.4.1. Identifizierung von Endorsements und Empfehlungen 9.4.2. Historische Daten 9.4.3. Möglichkeiten des Sponsorings
9.5. Verwaltung der Verkaufspreise	9.6. Grundrisse und Standorte der Ausstellungsbereiche	9.7. Planung der Ausstellungsfläche	9.8. Marketingpolitik
<ul style="list-style-type: none"> 9.5.1. Berechnung der Sponsoring-Preisgestaltung 9.5.2. Einzelverkauf nach Konzept 9.5.3. Gruppenverkauf von verschiedenen Patenschaften 	<ul style="list-style-type: none"> 9.6.1. Erstellung von Stands 9.6.2. Was reflektiert werden sollte 9.6.3. Transitfluss der Teilnehmer 	<ul style="list-style-type: none"> 9.7.1. Visualisierung 9.7.2. Berühmtheit 9.7.3. Gleichmäßigkeit in Bezug auf das Volumen 	<ul style="list-style-type: none"> 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	9.10. Loyalität des Sponsors		
<ul style="list-style-type: none"> 9.9.1. Realisierung und Prognose des Sponsorings 9.9.2. Durchführbarkeitsstudie 9.9.3. Erreichen der Ziele oder Neuausrichtung 	<ul style="list-style-type: none"> 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 Ereignissesteuerung

- 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.



66

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 Ihr 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.



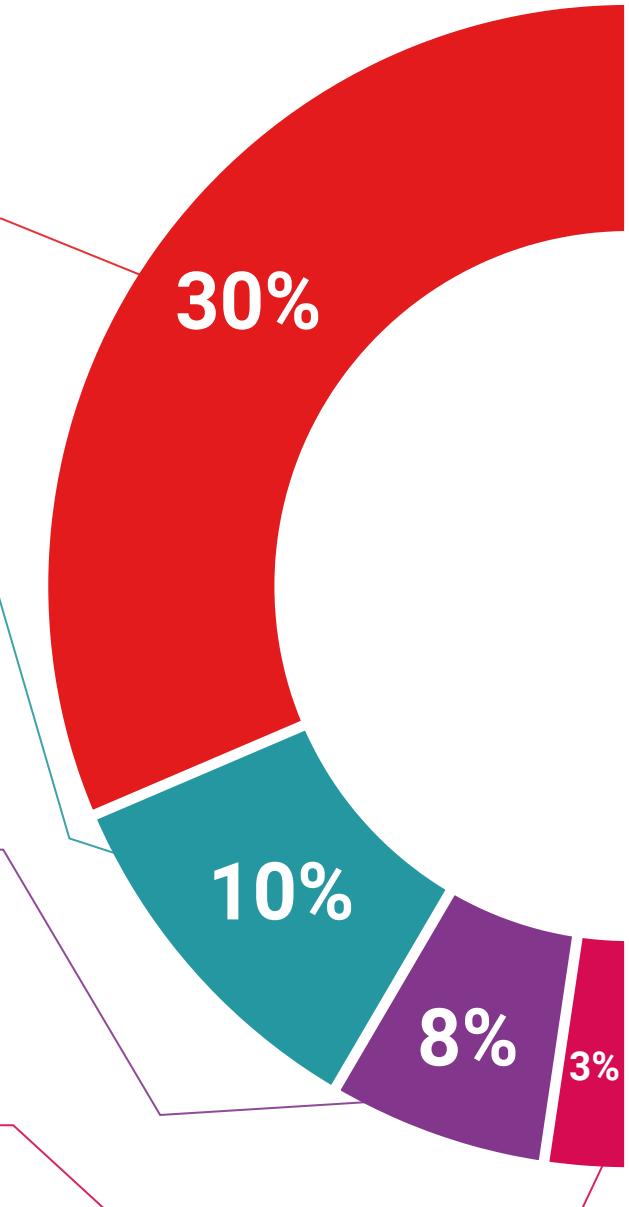
Praxis der Managementfähigkeiten

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.

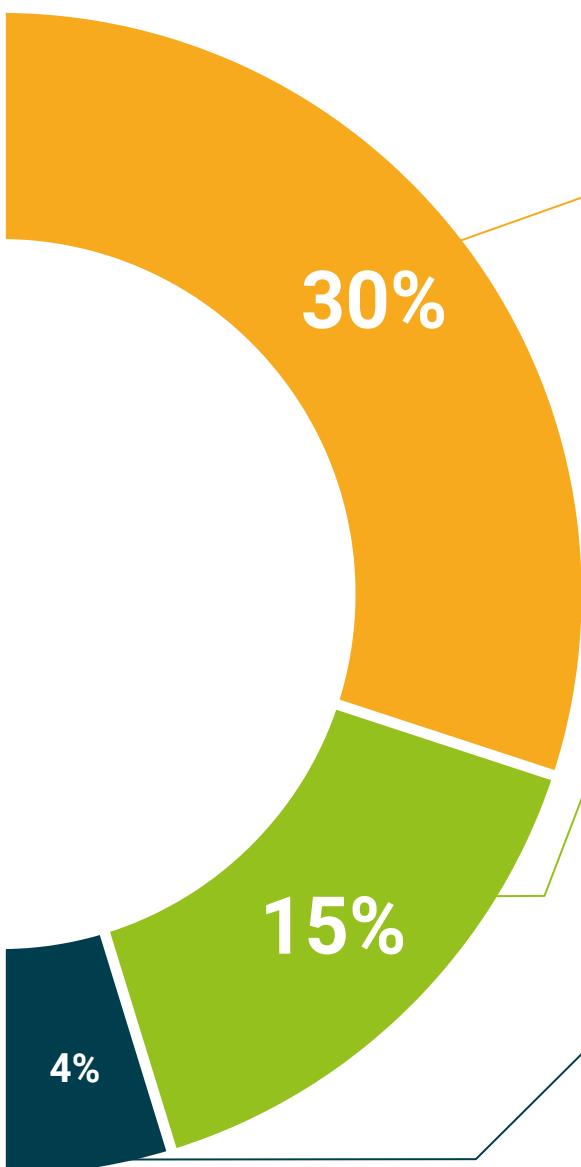


30%

10%

8%

3%



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.



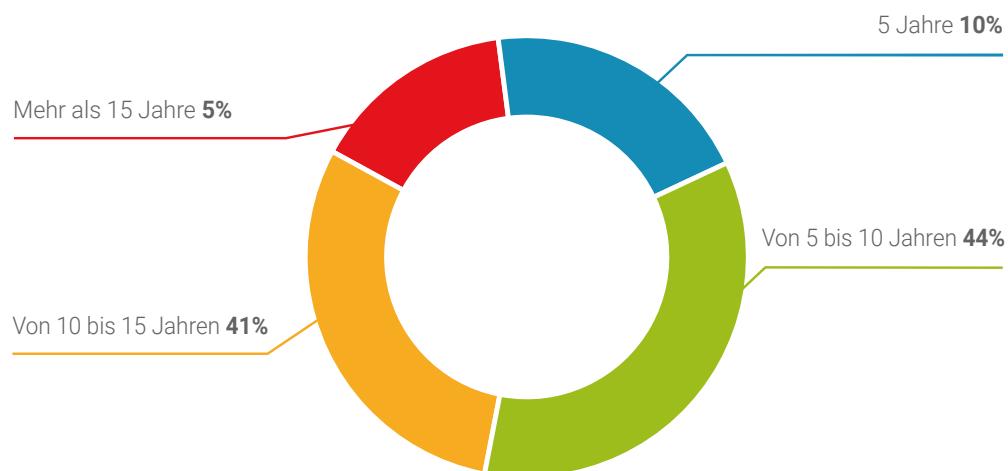
“

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

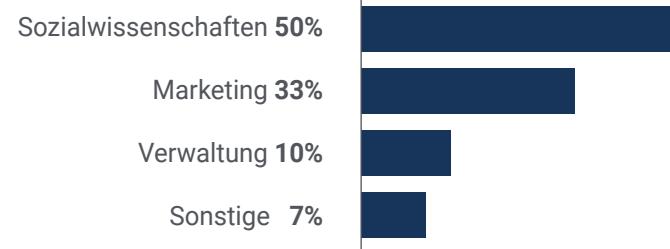
Durchschnittliches Alter

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

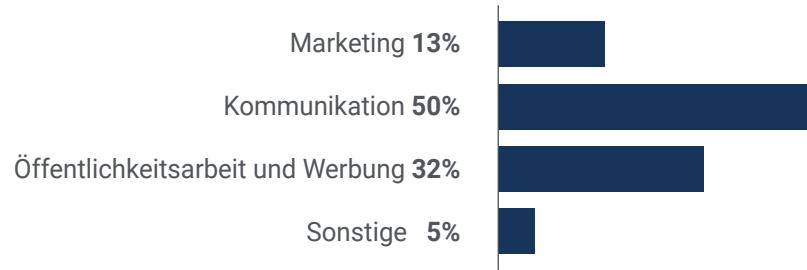
Jahre der Erfahrung



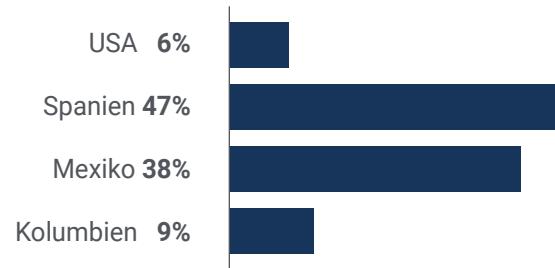
Ausbildung



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 Creativialab S.L.
- Direktor Barcelona Congrés Médic S.L.
- Masterstudiengang in Marketing Management
- Masterstudiengang in Pharmazeutischem Marketing von ISM-ESIC
- Hochschulabschluss in Steuerrecht von ESINE

Professoren

Hr. Perelló Sobrepera, Marc

- Manager für Unternehmenskommunikation und Marketing
- Direktor des Bereichs Digital und Strategie bei Creativialab 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.

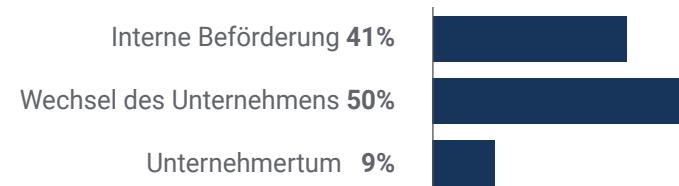
Wenn man sich verbessern will, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene anstreben und sich mit den Besten austauschen möchten, ist man hier genau richtig.

*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%**



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.



66

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.

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

01

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

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

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

02

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

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 präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Global University ausgestellten Diplom.



66

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

Mit diesem Programm erwerben Sie den von **TECH Global University**, der größten digitalen Universität der Welt, bestätigten eigenen Titel **Privater Masterstudiengang in Eventmanagement**.

TECH Global University ist eine offizielle europäische Universität, die von der Regierung von Andorra ([Amtsblatt](#)) öffentlich anerkannt ist. Andorra ist seit 2003 Teil des Europäischen Hochschulraums (EHR). Der EHR ist eine von der Europäischen Union geförderte Initiative, die darauf abzielt, den internationalen Ausbildungsrahmen zu organisieren und die Hochschulsysteme der Mitgliedsländer dieses Raums zu vereinheitlichen. Das Projekt fördert gemeinsame Werte, die Einführung gemeinsamer Instrumente und die Stärkung der Mechanismen zur Qualitätssicherung, um die Zusammenarbeit und Mobilität von Studenten, Forschern und Akademikern zu verbessern.

Dieser eigene Abschluss der **TECH Global University** ist ein europäisches Programm zur kontinuierlichen Weiterbildung und beruflichen Fortbildung, das den Erwerb von Kompetenzen in seinem Wissensgebiet garantiert und dem Lebenslauf des Studenten, der das Programm absolviert, einen hohen Mehrwert verleiht.

Titel: **Privater Masterstudiengang in Eventmanagement**

Modalität: **online**

Dauer: **12 monate**

Akkreditierung: **60 ECTS**



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



Executive Master Eventmanagement

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Akkreditierung: 60 ECTS
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Executive Master

Eventmanagement



tech global
university