

Rahmenplan Event-, Messe- und Kongressmanagement

Events, Messen und Kongresse sind wesentliche Elemente moderner Marketingkommunikation. Die Eventbranche ein wachsender und dynamischer Markt, der jährlich ein Umsatzwachstum zu verzeichnen hat. Neue Trends im Bereich von Events, Messen und Kongressen verlangen von Anbietern, Dienstleistern und Veranstaltern gleichermaßen ein hohes Maß an Flexibilität und Kompetenz in Management und der Beratung, sowohl im Bereich der Angebotsgestaltung als auch der Umsetzung individueller Kundenwünsche. Veranstaltungen werden nicht nur in der Marketingkommunikation genutzt, sondern sind gleichzeitig multimediale Ereignisse in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Freizeit, Kultur und Sport. Vor diesem Hintergrund ergibt sich die Anforderung an gut ausgebildete Nachwuchskräfte im Management von Veranstaltungen. Im Rahmen des Studiums werden die Studierenden innerhalb eines komplexen und managementorientierten Fachstudiums branchenaktuell und adäquat auf die Lösung dieser Managementaufgaben vorbereitet.

1. Semester

Theorie

Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Studierenden lernen die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge kennen. Wichtige Bestandteile sind dabei die Grundlagen des Managements, die betriebswirtschaftlichen Rahmenentscheidungen sowie die Aufgabenstellungen der wesentlichen Funktionsbereiche im Unternehmen. Die Einführung in das externe Rechnungswesen umfasst neben theoretisch vermittelten Inhalten praktische Übungen, die die Studierenden mit unterschiedlichen Buchungsvorgängen vertraut machen. Weitere Themen sind z.B. die Einführung in die für das Unternehmensumfeld relevanten rechtlichen Zusammenhänge sowie die Vermittlung von Präsentations- und Moderationstechniken.

Fachspezifische Inhalte

Das Modul „Grundlagen des EMK-Management und der MICE-Branche“ vermittelt Kenntnisse die wesentlichen Veranstaltungsgrundlagen. Die Studierenden erlangen einen Überblick über die Veranstaltungsbranche und ihre vielschichtigen Erscheinungsformen sowie die Anforderungen an Anbieter und Dienstleister innerhalb dieser Branche. Sie können die erworbenen Grundlagen als Entscheidungsgrundlage bei der Veranstaltungskonzeption berücksichtigen. Sie kennen unterschiedliche Kreativitätstechniken und können diese im Rahmen der Ideenentwicklung und Veranstaltungsplanung nutzen. Von der Akquise bis zum Follow-up lernen die Studierenden das Projektmanagement von Veranstaltungen sowie die inhaltlichen Bestandteile eines Veranstaltungskonzeptes kennen.

Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Den Studierenden werden die betriebswirtschaftlichen Strukturen des Praxisbetriebes vermittelt. Sie lernen die unternehmensinternen Begriffsdefinitionen sowie die Auftrags-, Produkt- und Kundenstruktur kennen. Darüber hinaus erhalten sie einen Einblick in die Finanzbuchhaltung. Die Studierenden werden mit der Aufbau- und Ablauforganisation des Praxisbetriebes sowie den betriebsspezifischen Betriebs- und Arbeitsordnungen vertraut gemacht. Sie gewinnen einen Eindruck von der Positionierung und Aufgabenstellung des Unternehmens in der Eventbranche und im Marktumfeld. Sie werden an der täglichen Arbeit des Praxisbetriebs beteiligt. Dazu gehört auch die angeleitete Mitarbeit in Projekten. Hierbei erkennen die Studierenden im konkreten Praxis-transfer die unterschiedlichen Stufen eines Projektes.

2. Semester

Theorie

Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Kenntnisse über das externe Rechnungswesen, insbesondere den Jahresabschluss, werden vertieft. Die Studierenden erlernen, wie Steuer- und Handels-Bilanzen und die GuV nach Gesamt- und Umsatzkostenverfahren erstellt werden. Ansatzwahlrechte und -gebote werden ebenso aufgezeigt wie die Möglichkeiten der Bilanzanalyse mithilfe von Kennzahlensystemen. Mit der Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung werden wichtige Inhalte des internen Rechnungswesens vermittelt wie Kostenarten, -stellen und -trägerrechnung sowie verschiedene Kalkulationsverfahren. Der gezielte Einsatz von Marketing- und Vertriebsinstrumenten zur Steigerung des Absatzvolumens ist weiterer betriebswirtschaftlicher Schwerpunkt des 2. Semesters. Zudem werden die Kenntnisse der juristischen Arbeitsmethodik vertieft sowie Grundlagen volkswirtschaftlicher Modelle und Zusammenhänge vermittelt.

Fachspezifische Inhalte

Im 2. Fachsemester vertiefen die Studierenden im Modul „Vertiefung MICE-Management“ ihre Kenntnisse über zwei der wichtigsten Zweige der Veranstaltungsbranche, die Messe- sowie Tagungs- und Kongresswirtschaft. Sie gewinnen einen Einblick in die Grundlagen des nationalen und internationalen Messe- und Kongressmarktes sowie des ergebnisorientierten Messe- und Kongressmanagements. Sie lernen das Thema Messe- und Kongressmanagement aus zwei Perspektiven kennen: Der Perspektive des Veranstalters und der Perspektive des Ausstellers und/oder Organisers. Die Studierenden sind in der Lage, Messe- und Kongresskonzepte zu entwickeln, zu planen und durchzuführen. Sie können dabei die beiden Veranstaltungsarten miteinander verbinden und erkennen die Bedeutung starker Kongresszentren und Messestandorte für die örtliche Stadt- und Tourismusentwicklung.

Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Den Studierenden werden die Grundlagen der Managementaufgaben aufgezeigt. Dabei lernen sie die einzelnen Dienstleistungsprodukte kennen, sie überschauen die betriebliche Wertschöpfungskette, die Marktposition und das Wettbewerbsumfeld ihres Praxisunternehmens, das sie zu vergleichbaren Dienstleistern abgrenzen können. Außerdem erhalten sie Einblicke in das Rechnungswesen, insbesondere in die Kosten- und Leistungsrechnung, indem sie in die Kostenkalkulation von Angeboten einbezogen werden. Sie sind in der Lage, eigenverantwortlich Teilaufgaben bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Veranstaltungsdienstleistungen zu übernehmen. Sie verfügen über die Fähigkeit, Geschäftskorrespondenz eigenständig durchzuführen. Sie werden in die Neukundenakquise des Praxisbetriebs einbezogen. Sie analysieren Aufbau und Inhalt des Marketing-Mix im Unternehmen mit Fokus auf dem betriebseigenen Werbematerial. Die Studierenden entwickeln eigene Lösungsansätze zur Neukundenakquise und setzen in der Theorie vermitteltes Wissen in der Praxis um.

3. Semester

Theorie

Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Grundkenntnisse des Controllings werden erweitert. Die Studierenden lernen den Zusammenhang zwischen Budgetierung und Forecast, Kennziffern, Jahresabschluss und Kosten- und Leistungsrechnung. Des Weiteren werden Finanzierungsarten, Investitionsrechnungen sowie die Bedeutung der Investitions- und Finanzplanung als strategischer Erfolgsfaktor vermittelt. Im Modul „Informatik“ lernen Studierende erkennen, wie durch geeignete Informations- und Kommunikationstechnologien Unternehmensprozesse effizient abgewickelt und unterstützt werden. Das Modul „Projektmanagement“ befähigt insbesondere zur Durchführung der Projektstrukturierung sowie dem Einsatz ausgewählter Projektmanagement-Methoden und -Techniken. Die Kenntnisse volkswirtschaftlicher Zusammenhänge werden vertieft.

Fachspezifische Inhalte

Im Modul „Veranstaltungsmarketing und Kommunikation“ steht das marktorientierte Management von Veranstaltungen im Mittelpunkt. Die Studierenden lernen die wesentlichen Bestandteile eines Marketingkonzeptes zur Vermarktung von Veranstaltungen sowie Erscheinungsformen des Eventmarketings kennen. Sie wissen, wie zur Unterstützung von Veranstaltungen Kommunikationsmaßnahmen zielgerichtet eingesetzt werden können und welche Instrumente dazu nutzbar sind. Ebenso beherrschen die Studierenden den konsequenten Einsatz von Events zur Unterstützung umfassender Kommunikationsstrategien. Sie haben ein Verständnis für die Arbeit im Bereich von Medien und Öffentlichkeit und können diese im Rahmen des Veranstaltungskontextes planen.

Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in dem Bereich „Controlling“. Sie lernen die Grundlagen der Budgetierung, der Liquiditätsplanung sowie die Bedeutung von Kennzahlen kennen. Betriebsinterne Technologien bzw. Softwarelösungen werden eingeübt und genutzt. Die Studierenden sind in der Lage, die Eigenvermarktung ihres Praxisbetriebes selbständig zu unterstützen. Dazu gehören die Kundenakquise im Bereich des Direktmarketings, die Konzeption von Werbematerialien und die Erstellung von Presseinformationen. Im Bereich des Online- und Social-Media-Marketings entwickeln sie eigenständig Konzepte. Sie verstehen die umfassende Konkurrenzbeobachtung und -analyse als Bestandteil der komplexen Steuerung der Eigenvermarktung.

4. Semester

Theorie

Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Einen Schwerpunkt bildet die Vermittlung von Kenntnissen im Hinblick auf Entscheidungssituationen. Dazu gehören die Zusammenhänge von Aufbau- und Ablauforganisation und die Techniken der Organisationsgestaltung. Des Weiteren erhalten die Studierenden einen Überblick über Führungsmodelle und die Grundzüge betrieblicher Personalarbeit, z.B. Personalplanung, Ausgestaltung von Arbeitssystemen und Leistungsbeurteilung und Entgeltsysteme. Die Studierenden lernen weitere Rechtsgebiete innerhalb des betrieblichen Kontextes kennen. Dazu gehören ausgewählte Fragestellungen des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts. Im Rahmen des Informatik-Moduls werden der Aufbau und die Arbeitsweise von Datenbanksystemen sowie deren technische Möglichkeiten und Grenzen vermittelt.

Fachspezifische Inhalte

Die Studierenden kennen die Herausforderungen eines ganzheitlichen Eventmanagements und vertiefen mit dem Modul „Vertiefung Eventmanagement“ ihr eventspezifisches Wissen. Sie kennen die Bedeutung und Besonderheiten der prozessorientierten Gestaltung von Events und lernen Eventkonzeptionen in konkrete Master- und Ablaufpläne umzusetzen. Sie können ihr Wissen in den Kontext des operativen Eventprozessmanagement einbringen. Die Studierenden haben einen Überblick über Finanzierungsmöglichkeiten und verstehen die Notwendigkeit veranstaltungsbezogener Budgetierung, Budgetkontrolle und -überwachung sowie des Schnittstellenmanagements im Rahmen der Ziel- und Erfolgskontrolle von Veranstaltungen. Sie können auf der Basis ihres Wissens Kosten und Ertragsübersichten, Personaleinsatzpläne sowie Checklisten zur operativen Eventdurchführung und -kontrolle erstellen.

Assistentenarbeit

Erstellen einer schriftlichen Studienarbeit über einen in Verbindung mit dem Praxisunternehmen vorgegebenen Themenbereich aus den Modulinhalt der vorhergehenden Semester.

Projekttablauf:

- ▲ Themendefinition,
- ▲ Gliederung,
- ▲ Literaturrecherche,
- ▲ Praxistransfer,
- ▲ Synthese (Theorie/Praxis),
- ▲ Präsentation.

Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt, eigenständig Projekt- und Eventkonzeptionen zu erstellen, kostenmäßig zu kalkulieren und zu präsentieren. Sie übernehmen eigenverantwortlich Projektleitungen und sind an Projektabrechnung und am Kostencontrolling beteiligt. Die Vorgaben der Arbeitssicherheit sind ihnen in ihrer praktischen Bedeutung vertraut.

5. Semester

Theorie

Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Studierenden lernen die Grundzüge betrieblicher Personalarbeit kennen. Dies umfasst u.a. Personalplanung, Ausgestaltung von Arbeitssystemen und Leistungsbeurteilung und Entgeltsysteme. Die Auswirkungen zunehmender Internationalisierung und Globalisierung auf die Geschäftstätigkeit ist Inhalt von zwei Teilmodulen. Die Studierenden lernen, wie sich strategische und operative Managementaufgaben bei länderübergreifenden Fragestellungen verändern. Ebenso werden die unterschiedlichen Umgangsformen im internationalen Kontext vermittelt. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Bedeutung des Prozess- und Performancemanagements im Unternehmen. Den Studierenden wird aufgezeigt, wie der innerbetriebliche Einsatz ausgewählter Instrumente und die Gestaltung von Prozessabläufen den ständig steigenden Kosten- und Qualitätsanforderungen Rechnung trägt. Themen sind das Supply Chain Management, das Total Quality Management und das Performance Measurement System.

Fachspezifische Inhalte

Pflichtbestandteil des 5. Semesters ist das Teilmodul „Rechtliche Rahmenbedingungen des EMK-Management“ in dessen Rahmen die rechtlichen Besonderheiten im Kontext des Veranstaltungsmanagement beleuchtet werden. Die Studierenden kennen die Grundlagen von der Vertragsanbahnung bis hin zu steuerrechtlichen Aspekten und können rechtliche Sachverhalte einordnen. Im Bereich des Risikomanagement in der Veranstaltungsbranche sind die Studierenden in der Lage, veranstaltungsbezogene Risiken in Bezug auf Veranstaltungseinschränkungen und -ausfall, Witterung, Sicherheit und Crowdmanagement.

Den Studierenden werden Wahlpflichtmodule angeboten: Im Wahlpflichtmodul „Veranstaltungscontrolling“ lernen die Studierenden die Grundlagen sowie typische Aufgaben im Rahmen des Veranstaltungscontrollings und der Veranstaltungsevaluation kennen und sind in der Lage, diese zur Überwachung und Erfolgsmessung von Veranstaltungen einzusetzen und diesen zu beurteilen. Sie beherrschen die Methoden der Eventmarketingkontrolle ebenso wie unterschiedliche Ansätze der Wirkungsmessung und Eventimpaktforschung. Sie sind in der Lage, Machbarkeitsstudien für Veranstaltungen zu erstellen und die Auswirkungen von Veranstaltungen ex-ante und ex-post zu ermitteln. Das Wahlpflichtmodul „Veranstaltungstourismus“ vermittelt Grundlagen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft. Darin behandelte Themenbereiche sind das Freizeitverhalten und Freizeitmärkte sowie Tourismusentwicklungen im Kontext des Freizeitverhaltens. Im Rahmen des Destinationsmanagement und des Eventtourismusmanagement liegt der Schwerpunkt auf Themen im Kontext eines effektiven Destinationsmanagement. Im Fokus stehen Veranstaltungen zur Tourismusförderung von Städten und Regionen sowie Eventtouristen. Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit der Einbindung von Veranstaltungen in das Management von Destinationen im Sinne einer nachhaltigen Tourismusförderung und können dies in der Planung von Eventtourismuskonzepten zu berücksichtigen.

Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Die Studierenden sind mit den betrieblich relevanten Rechtsgebieten vertraut und können Veranstaltungsverträge hinsichtlich ihrer Vollständigkeit und rechtlichen Implikationen einschätzen. Veranstaltungsbezogene Risiken die im Zusammenhang mit der Veranstaltungsplanung und -durchführung entstehen können richtig abgeschätzt und im Praxisbetrieb kommuniziert werden. Den Studierenden werden betriebliche Standards im Bereich des Prozess- und Qualitätsmanagement verdeutlicht. Sie lernen das Personalwesen kennen, indem sie dort Aufgaben übernehmen (z.B. die Einarbeitung neuer Mitarbeiter). Im Rahmen der Verantwortung von Teilaufgaben des Projektmanagements übernehmen die Studierenden auch Personalverantwortung und leiten Kolleginnen und Kollegen bei der Ausführung der Aufgaben an. Sie erhalten einen grundlegenden Überblick über die betriebswirtschaftliche Steuerung und Positionierung des Unternehmens. Sie werden im Rahmen des Business Development in grundsätzliche unternehmerische Aufgabenstellungen einbezogen. Dazu gehören Überlegungen zu Geschäftsfelderweiterungen oder Portfolioergänzungen. Ebenso lernen sie das betriebliche Risikomanagement kennen.

6. Semester

Theorie

Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Steuerung der Performance von Unternehmen und die hierfür notwendigen Instrumente, Konzepte und Kennzahlen(-systeme) sind Schwerpunkte des 6. Semesters. Darüber hinaus werden Aspekte des Entrepreneurship, der Unternehmensgründung und des unternehmerischen Handelns vermittelt.

Fachspezifische Inhalte

Innerhalb des Pflichtmoduls „Facility und Venue Management“ lernen die Studierenden, welche grundlegenden Anforderungen an die Planung, Einrichtung und den Betrieb von Veranstaltungsstätten wie Multifunktionshallen, Kongresszentren und Messeeinrichtungen gestellt werden. Dazu gehören die Organisation von Einzelveranstaltungen und die dauerhafte Bewirtschaftung der Veranstaltungsstätte unter Berücksichtigung der einzelnen Funktionsbereiche Finanzen, Personal und Vertrieb. Sie überblicken das breite Spektrum im Bereich der Veranstaltungstechnik und sind mit den zentralen Anforderungen an Event-Staging und -Rigging im Rahmen des Eventkulissen und Bühnenbaus vertraut. Im Mittelpunkt steht die Eventtechnik sowie technische Inszenierungen u.a. Technikplanung und -steuerung sowie logistische Abwicklung von technischen Produktionen.

Den Studierenden werden Wahlpflichtmodule angeboten: Innerhalb des Wahlpflichtmoduls „Medien- und Agenturmanagement im Bereich EMK“ erwerben die Studierenden Kenntnisse der Aufgaben im Bereich des Medien- und Agenturmanagements in der Veranstaltungsbranche. Die Bedeutung einer professionellen Medienarbeit ist ihnen bewusst und sie werden befähigt, Aufgaben und Instrumente der Öffentlichkeits- und Pressearbeit zu übernehmen. Die Studierenden erkennen die Herausforderungen im Akquisitionsprozess von Veranstaltungsagenturen und überblicken unterschiedliche Lösungsansätze für den B2B- und den B2C-Bereich. Die Arbeitsweise von Agenturen ist ihnen bekannt und sie sind in der Lage, Problemstellungen im Rahmen des Agenturaufbaus, -ausbaus oder der Weiterentwicklung von Agenturen lösen. Sie kennen die zentralen Entscheidungsprobleme und wichtigsten Funktionsbereiche der Agenturgründung. Das zweite Wahlpflichtmodul „Angewandtes EMK-Management“ beinhaltet die projektbezogene Veranstaltungsorganisation. Die Studenten werden befähigt, eine Veranstaltung von Konzeption bis zum Follow-up als Projekt in Kleingruppen zu organisieren. Sie überblicken das gesamte Spektrum des Eventmanagements und können ihr erworbenes theoretisches Fachwissen praxisorientiert einsetzen. Ihre praktischen Erfahrungen im Projekt können sie in Konzepte einordnen und kritisch bewerten. Das Projekt wird von den Studierenden als Gesamt ereignis von der Konzeption bis zur Erfolgskontrolle organisiert, inszeniert und in Meilensteinen dokumentiert.

Bachelorarbeit

Erstellen einer schriftlichen Bachelor-Thesis über ein Thema, das von der HWTK in Abstimmung mit dem Praxisunternehmen festgelegt wird.

Projekttablauf:

- ⤴ Themendefinition,
- ⤴ Gliederung,
- ⤴ Literaturrecherche,
- ⤴ Praxistransfer,
- ⤴ Synthese (Theorie/Praxis),
- ⤴ Kolloquium.

Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Die Studierenden wirken bei der Einhaltung und Verbesserung der betrieblichen Standards im Prozess- und Qualitätsmanagement mit. Sie sind in der Lage, alle tagesaktuell anfallenden Aufgaben innerhalb der Projekte und Veranstaltungen zu übernehmen. Dies umfasst z.B. Aufgaben des Sachbearbeiters oder eines Bereichsleiters. Ebenso sind sie in der Lage, qualifizierte Assistenz Tätigkeiten für die Unternehmensleitung zu übernehmen und auf Basis eigener Recherchen und Marktanalysen Entscheidungsgrundlagen in Form von Präsentationen zu erstellen und eigenständig zu präsentieren. Die Studierenden können einfache Planungen hinsichtlich der Veranstaltungstechnik durchführen und die dafür notwendigen Voraussetzungen einschätzen.