

Angewandtes Projekt- und Eventmanagement

Semester	Dauer / Häufig- keit	Art	Workload	Credits	Prüfungsform
	einmal jährlich	Wahlpflicht- fach	90 h, davon 30 h Kontaktstudium 60 h Selbststudium	3	Referat

Modulverantwortliche(r)	Voraussetzung für die Teilnahme
Ayke Witt	keine

Lehrinhalte

Angewandtes Projektmanagement

- Begriffliche Grundlagen
- Projektdefinition, -planung, -realisation und -abschluss
- Einführung in Zeitpläne
- Planungs- und Steuerungskonzepte
- Ablauf- und Ressourcenplanung
- Veranstaltungscontrolling
- Projektdokumentation

Angewandtes Eventmanagement

- Ablaufplanung
- Bühnentechnik
- Licht- und Tontechnik
- Medien-, Haus- und Effektechnik
- Sicherheit im Planungs- und Organisationskontext

Kommunikationspolitik

- Online Marketing
- Mediawerbung
- Social Media
- PR
- Integrierte Kommunikation

Kompetenzziele

Die Lehrveranstaltung befähigt Studierende zur eigenverantwortlichen Konzeption und Umsetzung von Veranstaltungen am Beispiel des Campus Open Air in Wolfsburg. Dabei werden theoretische Grundlagen aus dem Projekt- sowie Veranstaltungsmanagement vermittelt und im Praxisverbund angewandt. Sie erwerben grundlegendes Wissen und gewinnen einen Überblick über die Veranstaltungskoordination, die crossmediale Instrumentalisierung von Kommunikations- und Werbemitteln (online / offline) sowie die technischen, rechtlichen und organisatorischen Notwendigkeiten zur Durchführung von Veranstaltungen.

Zudem wird ein Überblick über das Basiswissen im Marketing des Veranstaltungsmanagements vermittelt, um die Marketinginstrumente der Veranstaltungsbranche und deren Ausgestaltung zu verstehen.

Die Studierenden sind nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls in der Lage, sich eigenverantwortlich und selbstständig in Teams zu organisieren und Veranstaltungen innerhalb eines definierten Zeitraumes zu konzipieren und durchzuführen. Dabei entwickeln die Studierenden in den Konzeptionsgesprächen differenzierte Kommunikationsfähigkeiten und lernen Sachverhalte zu visualisieren, zu präsentieren und zu moderieren.

Das Projekt wird inhaltlich, operativ und administrativ von dem Lehrenden begleitet, um den Planungsfortschritt zu überwachen und iterativ die konsolidierten Gruppenergebnisse der Studierenden zu kommentieren.

Vorgesehene Lehr- und Lernmethoden/ -formen

Projekt und Seminar

Literatur

- Schweitzer, T. (2019): Projektmanagement: Das große Buch für agiles Projektmanagement in der Praxis! + wie Sie Scrum und Kanban, 1. Auflage, Deggendorf: Cherry Media
- Bruhn, M.: Kommunikationspolitik (2018): Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, 9. Auflage, München: Vahlen
- Wirtz, Bernd (2019): Medien- und Internetmanagement, 10. Auflagen, Wiesbaden: Springer Gabler, Springer Fachmedien
- Schäfer-Mehdi, S.: Eventmarketing (2012): Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung, 4. Auflage, Berlin: Cornelsen Verlag
- Moroff, M., Luppold, S. (2018). Planung mit Konzepten und gedanklichem Walk Through. In: Planung und Umsetzung sicherer Events. essentials. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Homburg, C. (2017): Marketingmanagement – Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 6. Auflage, Springer Gabler, Springer Fachmedien
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M. (2019): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Auflage, Springer Gabler, Springer Fachmedien, Wiesbaden
- Kreutzer, R. T. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte - Instrumente - Checklisten, 3. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden
- Röttger, U.; Preusse, J.; Schmitt, J. (2014): Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden: Springer

Dozent(in)	Unterrichtssprache	Verwendbarkeit im weiteren Studienablauf/ in anderen Studiengängen
Ayke Witt	deutsch	