

INHALT

BERUFSBILD	4
KURSZIELE	4
BILDUNGSVERSTÄNDNIS	5
VORAUSSETZUNGEN	5
IWB-DIPLOM/TITEL	5
ZIELGRUPPE	6
KURSPROFIL	6
KURSDAUER	7
KURSTAGE/ZEIT	7
KOSTEN	7
KURSinHALTE	8
KURSORGANISATION	12
INFORMATIONSSABEND	12
ANMELDUNG/AUSKUNFT	13

BERUFSBILD

Als «Dipl. Event Manager/in IWB (inkl. Sponsoring)» verfügen Sie über umfassende Kompetenzen, Events in Verbindung mit Sponsoring professionell zu betreuen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Interessen zu koordinieren und in ein praktikables Eventkonzept (inkl. Sponsoring) zu überführen.

Die praxisorientierte und professionelle Ausbildung schafft die Voraussetzung, um Sie als Fachkraft in und um Eventprojekte zu qualifizieren und den Anforderungen des dynamischen Eventmarkts gerecht zu werden.

KURSZIELE

RICHTZIELE

Den Teilnehmenden wird ein solides Basiswissen über die Themengebiete Events und Sponsoring vermittelt.

Die Teilnehmenden sind in der Lage, nach abgeschlossenem Lehrgang eigene Event- und Sponsoringprojekte professionell durchführen zu können.

GROBZIELE

1. Die Teilnehmenden sind in der Lage, ein komplettes Eventkonzept zu erstellen.
2. Die Teilnehmenden verstehen, wo Eventmarketing und Sponsoring innerhalb einer Unternehmung angeordnet sind.
3. Die Teilnehmenden können erklären, wie Eventmarketing entstanden ist.
4. Die Teilnehmenden sind in der Lage, das Eventmarketing professionell einzusetzen.
5. Die Teilnehmenden wissen, woher Sponsoring kommt, wie man Sponsoren sucht und nach welchen Kriterien Sponsoring-Engagements eingegangen werden.
6. Die Teilnehmenden kennen die gesetzlichen Vorgaben im Eventbereich sowie im Sponsoring und können die wichtigsten Kennzahlen zur Erfolgskontrolle interpretieren.

BILDUNGSVERSTÄNDNIS

Der Unterricht ist handlungs- und erkenntnisorientiert aufgebaut. Niveaugerechtes und praxisgerichtetes Unterrichten hat oberste Priorität, damit die Teilnehmenden das erworbene Wissen, die neuen Erkenntnisse und Fähigkeiten optimal in die berufliche Praxis transferieren können.

VORAUSSETZUNGEN

Zur IWB-Diplomprüfung wird zugelassen, wer einen der nachstehenden Ausweise besitzt:

- Fähigkeitszeugnis eines Berufes, dessen Ausbildungszeit mindestens zwei Jahre dauert
- Fachausweis einer kaufmännischen oder technischen Berufsprüfung
- Diplom einer kaufmännischen Höheren Fachprüfung
- Diplom einer vom Bund anerkannten Handelsmittelschule.

Eine 80 %ige Teilnahme am Unterricht ist Zulassungsbedingung zur Diplomprüfung.

IWB-DIPLOM/TITEL

«DIPL. EVENT MANAGER/IN IWB (INKL. SPONSORING)»

Am Schluss des Lehrgangs wird den Teilnehmenden ein Diplom des INSTITUTS FÜR WEITERBILDUNG IWB ausgestellt, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Besuch von 80 % der Kurslektionen;
- Annahme der Diplomarbeit;
- Bestehen der Abschlussprüfung (mündliche Prüfung über die Diplomarbeit).

ZIELGRUPPE

- Praktiker, die an ihrem Arbeitsplatz mit Eventprojekten und Sponsoring zu tun haben
- Mitglieder von Vereinen, Verbänden oder Organisationskomitee-Mitglieder, die Events organisieren und die passenden Sponsoren dazu suchen
- Interessierte, die sich in Zukunft im Bereich Events und Sponsoring weiterentwickeln möchten
- Personen, die aktuell an einem Eventprojekt arbeiten oder in der nahen Zukunft damit zu tun haben werden.

KURSPROFIL

INHALTE	LEKTIONEN
Marketinggrundlagen	12
Bedeutung und Trends im Event- und Sponsoringbereich	4
Einbindung von Events und Sponsoring in die Unternehmenskommunikation	4
Vorgehen für die Suche von geeigneten Sponsoren für Events	4
Planung und Organisation von Events	8
Wahl der geeigneten Lokalitäten und Infrastruktur	4
Das Eventkonzept inkl. Einbindung von Sponsoring	8
Budget/Kalkulation	4
Dramaturgie und Inszenierung von Events	8
Der kreative Eventprozess: Wie entstehen Ideen?	4
Rechtsgrundlagen im Event- und Sponsoringbereich (Vertrag, Konfliktpotenzial etc.)	6
Rhetorik und Präsentationstechnik	8
Zusammenarbeit mit externen Partnern	4
Integration von Sponsoring im Eventmarketing (Planung und Umsetzung)	8
Workshop	8
Total	94

Änderungen bleiben vorbehalten.

KURSDAUER

Ca. 8 Monate berufsbegleitend (ca. 94 Lektionen)

KURSTAGE/ZEIT

Jeweils Dienstag und/oder Mittwoch, 17.45–21.00 Uhr/
1 Samstagvormittag, 8.00–13.10 Uhr

KOSTEN

Gemäss aktuellem KursInfo und www.kbz.ch

KUR SINHALTE

MARKETINGGRUNDLAGEN (INKL. MARKETINGINSTRUMENTE)

- Wie ist Marketing entstanden?
- Welche Aufgaben erfüllt Marketing innerhalb des Unternehmens?
- Was ist ein Marketingkonzept?
- Was bedeuten Begriffe wie Marktsystem, Marktkennziffern, Marktsegmentierung, Teilmärkte?
- Wie funktioniert das Zusammenspiel der Marketinginstrumente?
- Welche Stellung hat Sponsoring innerhalb des Marketings?

BEDEUTUNG UND TRENDS IM EVENT- UND SPONSORING-BEREICH

- Weshalb hat Eventmarketing in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen?
- Wie lässt sich der Event- und Sponsoring-Markt Schweiz charakterisieren?
- Welche «Facts and Figures» muss ich kennen?
- Wohin geht der Trend im Event- und Sponsoringbereich?

EINBINDUNG VON EVENTS UND SPONSORING IN DIE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION (CI/CC UND CD)

- Wo positionieren sich Eventmarketing und Sponsoring innerhalb der Corporate Identity?
- Wie integriere ich Eventmarketing und Sponsoring in die Unternehmenskultur?
- Welches sind mögliche unternehmerische Visionen im Rahmen eines Sponsorings?
- Warum ist eine Übereinstimmung von Wertvorstellungen und Zielen im Event- und Sponsoringbereich so wichtig?

VORGEHEN FÜR DIE SUCHE VON GEEIGNETEN SPONSOREN FÜR EVENTS

- Welche Sponsoren kommen in Frage?
- Welche Kriterien motivieren den potenziellen Sponsor zum Sponsoring?
- Was sollte ich über den potenziellen Sponsor wissen?
- Welche Rolle spielt das Argumentarium bei der Sponsorenwahl?
- Wie bereite ich einen ersten Kontakt und Termin mit dem Sponsor vor?
- Wie sind die Entscheidungsprozesse beim Sponsor?

- Was kann ich tun, um einen zweiten Termin beim Sponsor zu erhalten?
- Wie gehe ich mit einem «Nein» des Sponsors um?

PLANUNG UND ORGANISATION VON EVENTS

- Was gehört alles in den Event-Projektordner?
- Welche Checklisten helfen mir bei der Planung?
- Wie erstelle ich einen konkreten Aufgaben- und Terminplan?
- Wer benötigt welche Informationen in einem Eventprojekt und wie gewährleiste ich diesen Informations- und Kommunikationsfluss?
- Wie setze ich die richtigen Prioritäten bei der Organisation von Events?
- Wer hat was wann zu tun (Erstellung des Regieplanes)?
- Wann macht das Erstellen eines Drehbuches Sinn?

WAHL DER GEEIGNETEN LOKALITÄTEN UND INFRASTRUKTUR

- Wie finde ich die geeignete Lokalität für meinen Event?
- Welche Kriterien gilt es bei der Wahl der Lokalität zu berücksichtigen?
- Für welche Art von Event benötige ich welche Infrastruktur?
- Wo kann ich allenfalls geeignete technische Hilfsmittel besorgen?

DAS EVENTKONZEPT INKL. EINBINDUNG VON SPONSORING

- Wie erstelle ich ein Eventkonzept inkl. Sponsoringbereich (Ausgangslage, Vision, Zielgruppen, Ziele, Strategie, Botschaft, Massnahmen, Budget, Erfolgskontrolle)?
- Welche Inhalte gehören in das Eventkonzept?
- Wie erfasse ich mögliche Stärken/Schwächen von Sponsoring-Nehmern?
- Wie wird das Eventkonzept zur Visitenkarte des Unternehmens, des Vereins etc.?

BUDGET/KALKULATION

- Wie ist ein Budget aufgebaut?
- Was gehört ins Eventbudget (Vorbereitungs-, Durchführungs- und Nachbereitungskosten)?
- Wie funktioniert die Deckungsbeitrags-Rechnung?

DRAMATURGIE UND INSZENIERUNG VON EVENTS

- Welche Fixpunkte machen eine Veranstaltung zum Event?
- Wie setze ich die Dramaturgie richtig ein (konventionell oder unkonventionell)?
- Welchen Einfluss haben Zeit und Dynamik auf den Event?
- Wie binde ich dramaturgische Feinheiten in den Event ein?
- Welche technischen Hilfsmittel habe ich für die Inszenierung zur Verfügung?
- Welcher Akteur kann meine Themen am angemessensten und besten vermitteln?
- Welche kommunikative Botschaft soll das Catering vermitteln?
- Was muss ich bei der Inszenierung sonst noch beachten?

DER KREATIVE EVENTPROZESS: WIE ENTSTEHEN IDEEN?

- Welches sind die Eigenschaften kreativer Menschen?
- Wie funktioniert der kreative Eventprozess?
- Welches sind die wichtigsten Kreativitätsmethoden und wie werden sie angewandt?

RECHTSGRUNDLAGEN IM EVENT- UND SPONSORINGBEREICH (VERTRAG, KONFLIKTPOTENZIAL ETC.)

- Was muss ich bezüglich Haftung und Versicherung bei Events berücksichtigen?
- Wo liegt allenfalls Konfliktpotenzial im Sponsoring?
- Was gehört alles in den Mietvertrag einer Eventlokalität?

RHETORIK UND PRÄSENTATIONSTECHNIK

- Was gehört zur sinnvollen Vorbereitung einer Präsentation?
- Welche Hilfsmittel gibt es und wie gehe ich damit um?
- Wie führe ich eine erfolgreiche Präsentation durch?
- Wie gehe ich mit Störfaktoren um?
- Wie setze ich die Körpersprache wirkungsvoll ein?

ZUSAMMENARBEIT MIT EXTERNEN PARTNERN

- Welche Vorteile gibt es aus der Zusammenarbeit mit einer Agentur?
- Wie suche ich die richtige Agentur für mein Eventprojekt aus?
- Wie erstelle ich ein professionelles Briefing für eine Agentur?
- Wie gestaltet sich die erfolgreiche Zusammenarbeit mit einer Agentur?

INTEGRATION VON SPONSORING IM EVENTMARKETING (PLANUNG UND UMSETZUNG)

- Wie manage ich einen Sponsoren-Event erfolgreich?
- Wie kann ich Sponsoren optimal in einen Event einbinden?
- Welche Chancen bieten sich für Sponsoren bei Events?
- Wie wird mein Event für mich und für meine Sponsoren erfolgreich?
- Welche Werkzeuge stehen mir zur Verfügung, um dem Sponsor nach dem Event den Erfolg aufzuzeigen?

WORKSHOP-ABEND

- Wie gehe ich bei der Planung und Erstellung meiner Diplomarbeit vor?
- Welches sind die Bewertungskriterien für die Diplomarbeit?

KURSOORGANISATION

TEILNEHMERZAHL

Maximal 20 Personen

KURSLEISTUNGEN

- ca. 94 Lektionen (inkl. 2 Workshop-Abende)
- Kursunterlagen
- Diplom oder Kursausweis
- mündliche Besprechung der Diplomarbeit
(30 Min. an einem vom IWB vorgegebenen Termin)

INFORMATIONSBEND

ZEITPUNKT

Gemäss aktuellem KursInfo und www.kbz.ch

ORT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20
6006 Luzern

INHALT

- Zulassungsbedingungen
- Kursinhalt, Aufbau und Kosten
- Prüfungsformen und Termine
- Diplom/Titel
- Kursleistungen

ANMELDUNG/AUSKUNFT

Schriftlich mit der Anmeldekarte, die Sie im aktuellen KursInfo finden, oder online über www.kbz.ch.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

ADMINISTRATIVE AUSKUNFT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB
Dreilindenstrasse 20
6000 Luzern 6
Telefon 041 417 16 23
Telefax 041 417 16 01
iwb@kbz.ch
www.kbz.ch

FACHLICHE AUSKUNFT

Sandra Rogger, Lehrgangsheiterin
Telefon 041 282 05 06
sandra.rogger@bluewin.ch

Luzern, Dezember 2009

NOTIZEN