

Rahmenplan Manager of Eventorganisation (vame) / Veranstaltungsfachwirt (IHK)

Zielmanagement, Coaching, NLP	Check yourself! Was will ich? Was habe ich für Ziele? Wie kann ich diese erreichen?
	Die Abläufe eines Coachingprozesses, das Repertoire eines Coachs, Gruppen- und Teamcoaching, Zielmanagement, Grundlagenwissen NLP
Storytelling	Workshop: professionell Geschichten erzählen, die nachhaltig Wirkung zeigen: wie geht das?
Lern- und Arbeitsmethodik	Die Lern- und Arbeitsmethodik in ihrer Bedeutung für das „Lernen zu lernen“ erkennen
	Subjektive und objektive Rahmenbedingungen erkennen und deren Einfluss auf das Lernen berücksichtigen: Motivation, Lerntypen, Lernrhythmus, Lernumgebung
	Lerntechniken anwenden: Lernstoff erfassen (Quellen kennen, Protokolltechniken anwenden), Lernstoff strukturieren und ordnen (Darstellungstechniken anwenden, Gliederungstechniken anwenden), Lernstoff reduzieren und zusammenfassen, Lernstoff lernen und wiederholen
	Zeit- und Themenplanung anwenden: Zeitmanagementmethoden überblicken, Möglichkeiten der Themenplanung kennen
	Lernmethoden und eingesetzte Lernmedien überblicken: Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Rollen- und Planspiele, CBT, Flip-Chart, Pinnwand, Projektoren, audiovisuelle Medien
	Gruppenarbeit praktizieren: Organisationsformen und Einsatzmöglichkeiten kennen, Probleme wahrnehmen und Lösungsmöglichkeiten beurteilen (Rollen, Kommunikationsregeln, gruppenspezifische Prozesse)
	Grundlagen der Rede- und Präsentationstechniken anwenden: Sprechtechniken und Artikulation, Statements und/oder Präsentationen vorbereiten (Aufbau, Layout), Manuskripte unter Berücksichtigung der Zielgruppe erarbeiten, Vortrags- und Berichtstechniken, Diskussionstechniken
Trend- und Zukunftsforschung	Trends, Veränderungen, Zukunftsherausforderungen, das Umfeld verstehen lernen, Entwicklung eines Szenario Rahmens, Chancen

Kundenmanagement	Kunden und Zielgruppen, Kundenorientierte Strategien: Planung, Kennzahlen, Organisation, Wettbewerb, Kundenerwartungen und Angebotsrealität, Bedeutung der Kundenorientierung für ein Unternehmen und seine Mitarbeiter, Kundenbeziehungen, Kundenbindungs- und Kundenrückgewinnungsmanagement, Beschwerdemanagement
Persönlicher Verkauf	Der Soft- und Hardselling-Ansatz, der Verkaufsprozess, Argumentation, Produktpräsentation, das Verkaufsgespräch, Kundenbesuche
Recht	Staatsorganisationen, Staatsorgane, Freiheitsrechte, Gleichheitsrechte, Rechtsgebiete, Europarecht, Strafrecht, Privatrecht / Wirtschaftsrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht, Wettbewerbsrecht, EU-Kartellrecht, Arbeitsrecht kompakt,
Psychologie	Systematische Beobachtung, Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Neugierde & Involvement, Werbewirkungsmodelle, Prinzipien des Lernens, Emotionen, Formale Aspekte, Ethik, Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie
Marketingmanagement	Unternehmensphilosophie und Corporate Identity, Marketingziele und -situation in Bezug auf Ergebnisse der Umfeldanalyse, Marketingstrategie, alternative Marketingstrategien, Integration der Marketingstrategie in die Marketingorganisation, Corporate-Social-Responsibility-Konzept, produktspezifische- bzw. dienstleistungsbezogene Ziele und Zielgruppen, Marketingmaßnahmen, Planungs- und Steuerungstechniken, Teilziele, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogene Marketingorganisation, Produkt- bzw. Dienstleistungsmanagement, Arten des Marketing, Produkt- bzw. dienstleistungsbezogener Marketing-Mix, Instrumentarium des Marketing-Mix, Produkt-, Programm- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik, Personalpolitik, Prozesspolitik, Zielerreichungsgrad, Planungs- und Steuerungstechniken zur Kontrolle, Ursachenanalyse unter Berücksichtigung der Zielhierarchien, Optimierungsmaßnahmen, Marketingprozesse, Qualitätsmanagement im Marketing, am betrieblichen Umsetzungsprozess mitwirken
Int. Marketing	Internationalität, das strategische int. Marketingmanagement, Motive der Internationalisierung, Teilbereiche des int. Marketingmanagements, Grundorientierungen, Barrieren, der Planungsprozess, int. Zielplanung, Auslandsmärkte, Standardisierung oder Differenzierung?

Präsentation	Die Kunst der guten Rede, erfolgreich präsentieren, Regeln für ein faires Feedback, Präsentationen gestalten, Zielgruppen, Drehbuch, Körpersprache, Lampenfieber & Blackout, die Rede, das Gespräch, Grundlagen der Visualisierung, Grafiken & Symbole, Rhetorik
Projektmanagement	Organisation des Projektes, Ziele definieren - Ziele erreichen, Projektplanung, Projektstrukturplan, Ablauf- und Terminmanagement, Aufwandschätzung, Projektsteuerung, Kostenpläne, Risiken, Projektdurchführung Kontrolle
Weddingplanning	Berufsbild, Ringe, Kleidung, Einladungen, Locationwahl, Ambiente, Catering, Bräuche, Standesamt, Kirche, freie Trauungen, Gesamtkonzeption einer Hochzeit, Rechtsfragen, Reisen
Media (Print & TV + Radio)	Auflagen und Auflagerten (Print), Kennziffern, Seeherrschaft, Hörschaft, Kinobesucher, Mediengattungen, Medialeistung (Tageszeitungen), Medialeistung (Publikumszeitschriften), Medialeistung (Fachzeitschriften), Medialeistung TV-Werbung, Medialeistung Kinowerbung, Außenwerbung, Mediaplanung, Radio: das unterschätzte Medium, Werbeformen im Radio, alternative Sonderwerbeformen, das Radio und das Internet
Controlling	Marketingcontrolling als Instrument der Unternehmensführung, Übereinstimmung von strategischen und operativen Marketingprozessen, Controllinginstrumente, Marketing-Audio, Aufgaben, Steuerung, Früherkennungssysteme, Aufbau eines Controllingkonzeptes, Ergebnisse, Schlussfolgerungen, Marketingkonzeption, -organisation und -prozesse
Direktmarketing	Erscheinungsformen, Instrumente, Möglichkeiten des Direktmarketings im Internet, Konzeption, Planung, Kundenclubs, Telefonmarketing, Aufbau einer Datenbank
Public Relations & Text	Texte verfassen und analysieren, Public Relations, das Geschäft um die Aufmerksamkeit, der Kontakt zu Journalisten, Instrumente der Presse- und Medienarbeit, Verbände, AKTION-Formel, PR Evaluation in der Praxis, Medienethik, Lügenpresse, Erfolgsgarantien

Kreation & Konzeption	Corporate Baustelle, Bilder, Bildinterpretation, Corporate Design, Basiswissen Typografie, Farbenlehre, Formen & Maße, Konzeption: Briefing Recherche, Ziele, Zielgruppen, Kampagneninhalte, Strategie, Taktik, Präsentation & Dokumentation
Eventmanagement	Einführung in das Event- und Erlebnismarketing, typische Unternehmensformen in der Veranstaltungsbranche, die wichtigsten Fachverbände, die Integration des Eventmarketings in die Unternehmenskommunikation, Konsumentenverhalten, Die Grundlagen des Erlebnismarketings, Wertewandel, die Kommunikation von Erlebniswerten, Techniken & Instrumente, die Integration in den Marketing-Mix, Chancen, Grenzen und Risiken, von der Analyse bis zur Erfolgskontrolle, Konzeption, Praxisbeispiele, Tourneemanagement, Versicherungen, Catering, Ticketing, Einladungsszenario, ökologische Einflüsse, Abgaben und Steuern, Licensing, Merchandising
Sponsoring	Möglichkeiten, Entwicklung, Bereiche, Sponsorenakquisition, Typen, Artenunterschiede, Product Placement, Konzeption, Sponsoringverträge
Messe- und Kongressmanagement	Messen im Marketing-Mix, Messeziele, die Bedeutung des Wettbewerbs, Messeplanung, die rechnerische Planung & Nacharbeit, Versicherungen, Messestände & Standplätze, Organisatorisches, Messerfolgskontrolle, der Trend zum Event, Messedekorationen
Kultur- und Bildungsmanagement	Kulturmanagement, Kunden-/Besucherorientierung, die strategische Planung, Marketing für Kultureinrichtungen, Ziele, Strategien, Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Werbung & Kommunikationspolitik, Servicepolitik, Controlling, Bildungsmarketing, Bildung aus funktionaler Sicht, Bildung als Personalentwicklungsmaßnahme, Bildungsmarketing, Kundenzufriedenheit, Wettbewerb, Strategieplanung, operatives Bildungsmarketing
Veranstaltungstechnik	Strom, Kommunikation, Tontechnik, Lichttechnik, Traversensysteme, Rigging, Bühnenelemente, Videotechnik, Effekttechnik, Brandschutz

Produktion	Theorie, Druckvorstufe und Drucktechnik, Licht und Farbe, Prüfsysteme, Druck, Druckveredelung, Weiterverarbeitung, Werkstoffe, Einkaufspraxis, Dateiformate, 3D Druck
Social Media Management / Neue Medien	Social Media Strategie, Konzeption, Monitoring, Tools
Verkaufsförderung & Promotion	Die Bedeutung der Verkaufsförderung, Mittel und Maßnahmen, Planung, Konzeption, Durchführung, Kontrolle
Kommunikation	Situationsbezogene Kommunikation, der Kommunikationsbegriff, Kommunikationsmodelle, Kommunikation & Sprache, integrierte Unternehmenskommunikation, Analysen im Rahmen der Kommunikationsstrategie, das Kommunikationskonzept, Copy Strategy, kritische Beurteilung von Kommunikationsstrategien
Finanzwirtschaftliche Steuerung	Controlling, Budgetierung, Aufbau eines kennzahlengesteuerten Managementinformationssystems, Steuerung und Beschaffung von Mitteln, Kapitalbedarfsermittlung, Kapitalbedarfsdeckung, Lenkung der Mittelverwendung, Prozesskostenrechnung
Organisation	Unternehmensorganisation, Marketingorganisation, Arbeitsorganisation, Aufbauorganisation, Ablauforganisation, Büroorganisation, die persönliche Arbeitsmethodik, Organisationsstrukturen international tätiger Unternehmen
Konfliktmanagement	Konfliktarten, Konflikte in Unternehmen, Verhaltensweisen in Konflikten, Eskalation / Deeskalation, Tools
Personalwesen	Aus den Unternehmenszielen die Anforderungen an das Personalmanagement ableiten, Personalbedarf im eigenen Aufgabenbereich, Anforderungsprofile für erforderliches Personal im eigenen Aufgabenbereich, Prozesse der Personalbeschaffung, Personalauswahl, Planen und Steuern des Personaleinsatzes

Unternehmens- und Menschenführung	Anwenden von situationsgerechten Führungsmethoden, Führungsaufgaben, Führungstechniken und Führungsinstrumente, Planen und Durchführen der Berufsausbildung, Fördern der beruflichen Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeitern, Gestalten des Arbeits- und Gesundheitsschutzes
Steuerwesen	Grundbegriffe des Steuerrechts, Steuerklassen, Lohnsteuerpflichten, Buchführungspflichten, Unternehmenssteuern
Rechnungswesen	Geld & Währung, die grundlegenden Aspekte des Rechnungswesens, Bilanzierung und Bewertung, Finanzbuchhaltung, die Kosten- und Leistungsrechnung, Kostenstellenrechnung, Auswertung betriebswirtschaftlicher Zahlen, Veranstaltungskalkulation
Business English	Optional: 3 x 30 Min. Einzeltraining im virtuellen Klassenzimmer