

Eventmarketing / Messen / Live-Kommunikation (MBA) (berufsbegleitend)

Technische Universität Chemnitz
Master of Business Administration



Allgemein

Live-Kommunikation strategisch planen, operativ umsetzen und schließlich im Sinne des Controllings bewerten

"Kreativer Tausendsassa und Meister der Improvisation – das war einmal. Das Berufsbild 'Eventmanager' hat sich grundlegend geändert. Denn mit Wachstum und Professionalisierung der Eventbranche sind qualifizierte Fachleute gefragt. Nach einer Studie der Wirtschaftswoche gehört eine Tätigkeit in der Live-Kommunikation zu den 10 wichtigsten Berufsprofilen im Dienstleistungssektor."

Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger, Studiengangleiterin, Technische Universität Chemnitz

Ob Markteinführung eines neuen Produktes, Jubiläumsgala oder Messe, Eventmarketing ist als Instrument moderner Marketingkommunikation nicht mehr wegzudenken und hat einen festen Platz im Mix der Instrumente der Marketingkommunikation eingenommen. Gegenüber klassischen Kommunikationsinstrumenten lässt sich die emotionale Kundenbindung mittels Events verbessern und eine nachhaltigere Erinnerungswirkung erreichen.

Mit dem in Deutschland einzigartigen berufsbegleitenden Masterstudiengang (MBA) Eventmarketing auf universitärem Niveau erhalten Sie den qualitativ hochwertigsten Abschluss in diesem Fachbereich. Chemnitz gilt als Zentrum der Eventforschung. Die Studiengangleiterin, Frau Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger, hat mit ihrer Professur seit Mitte der neunziger Jahre wesentlich dazu beigetragen, beispielsweise mit der jährlich stattfindenden wissenschaftlichen Konferenz zur Eventforschung.



Eventmanagement und Messemanagement (B.Sc.)
(berufsbegleitend)

Kontakt

Fachstudienberatung:
Dipl.-Kfm. Michael Wenisch
michael.wenisch@tuced.tu-chemnitz.de

[Zur Webseite >](#)

Gestaltung

Was erwartet Sie?

Der MBA-Studiengang behandelt das Eventmarketing interdisziplinär aus den drei Perspektiven Betriebswirtschaftslehre/ Marketing, Kommunikation und Management. Wir vermitteln wir Ihnen grundlegendes Wissen sowohl zur strategischen Eventplanung als auch zum operativen Eventmanagement. Das betrifft insbesondere das Zusammenspiel von Eventmarketing mit anderen Kommunikationsinstrumenten in der Gesamtunternehmensstrategie und das Controlling für Eventmaßnahmen. Dieser umfassenden Sicht werden die Lehrinhalte gerecht, die Ihnen Hochschulprofessoren aus Deutschland und dem europäischen Ausland sowie Praxisexperten vermitteln.

Sie können Aufgabenstellungen direkt aus der Praxis in das Studium einbringen und individuelle Problemlösungen entwickeln. So werden Event-Projekte mit unternehmensrelevanten Untersuchungszielen vorangebracht und wissenschaftlich kritisch analysiert. Daraus ergibt sich ein konkreter Nutzen für das beteiligte Unternehmen und **Arbeitszeit wird zu Studienzeit**.

Insgesamt besteht das Studium aus 15 fachspezifischen Modulen, 5 allgemeinen General Management-Modulen sowie der studienbegleitenden Projekt- und Masterarbeit. Abgegrenzte Themenstellungen werden durch textbasierte Selbststudienarbeit inhaltlich vor- und nachbereitet und in Präsenzphasen vertieft und angewendet.

Die folgenden Schwerpunkte werden modular behandelt:

- Wissenschaftliches Verständnis des Eventmarketing/der Live-Kommunikation, Übersicht zu Einsatzfeldern und Eventmarkt
- Kommunikationstheoretische Erkenntnisse für das Eventmarketing und die weitere Marketingkommunikation,
- Social Media und Eventmarketing
- Markenmanagement
- Zielgruppenbestimmung, Kundenverhaltens- und Marktforschung inklusive des spezifischen Eventcontrollings
- Eventkreation und Eventdesign
- Projektmanagement-Tools für die Eventproduktion, Soft Skills
- Integration im Kommunikationsmix: Eventmarketing & Messen, Sponsoring, Öffentlichkeitsarbeit, Promotion, Handel
- Eventrecht
- Nutzung von Sportarten für die Live-Kommunikation
- Studienbegleitende Projektarbeit zu einem individuellen Thema aus dem Berufsfeld
- Module des General Management wie Unternehmensführung, Marketingmanagement, Controlling, Finanzierung (können bei einschlägigem Erststudium anerkannt werden)
- Masterarbeit anhand eines selbst gewählten oder auf Wunsch vorgegebenen Forschungsthemas

Vorzüge

Ihre Vorteile / Einsatzfelder

Ob Imageverbesserung, Brand Management, die medienwirksame Markteinführung neuer Produkte oder die erlebnisorientierte Gestaltung von Botschaften an Kunden, Mitarbeiter oder Geschäftspartner – die Erwartungen an ein professionelles Eventmarketing sind hoch und der Bedarf an studierten und praxiserfahrenen Eventmanagern ist enorm. Mit dem Studium eröffnen sich Ihnen darum breite Einsatzfelder, sowohl in der Eventbranche (z. B. Agenturen, Messeveranstalter, Event-Locations, Sport und Kongressveranstalter etc.), als auch in Unternehmen aller Branchen oder Non-Profit-Organisationen. Profitieren Sie von einem einzigartigen universitären Masterstudium, unserem Fachnetzwerk aus Agenturen und Unternehmen, der engen Verbindung zum FAMAB Kommunikationsverband e.V. und dem Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) sowie zu den Absolventen der Studiendurchgänge seit dem ersten Start im Jahre 2005.

Fakten

Wichtige Fakten auf einen Blick

Voraussetzungen: erster Hochschulabschluss (mind. 180 Credits), nicht fachgebunden, d.h. offen für alle Erststudienabschlüsse und berufspraktische Erfahrungen im Umfang von zusammengerechnet mindestens einem Jahr

Abschluss / Credits: staatlich anerkannter Master of Business Administration (MBA) der TU Chemnitz mit 120 Leistungspunkten (ECTS Credits)

Studienkonzept: berufsbegleitendes weiterbildendes Masterstudium mit E-Learning- und Selbststudienabschnitten sowie Präsenzlehrphasen (Absolvierung neben dem Beruf möglich, aktuelle Berufstätigkeit jedoch nicht erforderlich)

Vor-Ort-Seminare: 15 Präsenzphasen, i.d.R. einmal monatlich am Freitag und Samstag in den ersten 1,5 Jahren (anschließend Masterarbeit)

Teilnehmerzahl: limitiert auf Kleingruppen (15-20 Studenten) pro Studiendurchgang, individuell betreut

Studiengebühr: 13.980,-€ (4 Raten zu je 3.495,-€)

Studienbeginn: Das Studium beginnt jeweils zum Wintersemester, in der letzten Oktoberwoche; ein Einstieg in ein laufendes Studienprogramm ist nach Absprache möglich. Genauere Informationen zu den Terminen erhalten Sie auf Anfrage über die Fachstudienberatung: kontakt@tuced.de

Regelstudienzeit: 24 Monate (4 Semester)

Zulassungsmodus: Die Studienplätze werden nach dem zeitlichen Eingang der Bewerbungsunterlagen vergeben. Bewerbungen sind fortlaufend möglich. Aufgrund des offenen Bewerbungsverfahrens gibt es keinen Bewerbungsschluss.

Adresse:

TUCed – An-Institut für Transfer und Weiterbildung an der TU Chemnitz
Reichenhainer Str. 29
D-09126 Chemnitz

Tel.: +49 (0) 371 / 90 94 90
Fax: +49 (0) 371 / 90 94 94 9
tuced.de/studiengaenge

Informatik

Medien

Wirtschaftswissenschaften