

Modulbezeichnung:	Aktuelle Themen im Eventmanagement	
Modulnummer: DLBEMATEM	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5
Zugangsvoraussetzungen: keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none">Aktuelle Themen im Eventmanagement (DLBEMATEM01)		Workload: Selbststudium: 120 h Selbstüberprüfung: - Tutorien: 30 h
Kurskoordinatoren/Tutoren:: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Modulverantwortliche(r): Dr. Dirk Gutzeit
Bezüge zu anderen Programmen: keine		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none">Business EventsMeeting EventsInternationales Eventmarketing
Qualifikations- und Lernziele des Moduls: Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> kennen die Studierenden aktuelle Themen im Eventmanagement und können diese wissenschaftlich bearbeiten. verstehen die Studierenden, wie eine Literaturrecherche durchgeführt werden kann. sind die Studierenden mit der Methodik zur Erarbeitung einer Seminararbeit vertraut. sind die Studierenden in der Lage, aus der Recherche heraus eine wissenschaftliche Arbeit über aktuelle Themen zu verfassen. 		
Lehrinhalt des Moduls: <ul style="list-style-type: none"> Hybrid Events – Innovationstrend in der Live-Kommunikation Gamification – Steigerung der Nutzungsmotivation durch Spielkonzepte während des Events Storytelling im Eventmarketing – Neurokommunikation und Geschichtenerzähler Virtuelle Meetings – Orte des Schreckens als Tourismusdestinationen 		
Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	

Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (100 %)

Kursnummer: DLBEMATEM01	Kursname: Aktuelle Themen im Eventmanagement	Gesamtstunden: 150 h
		ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester	Zugangsvoraussetzungen: keine	
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System	Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung	
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Das Seminar beschäftigt sich mit speziellen Themen aus dem Eventmanagement. Die Studierenden werden mit der Methodik der Erarbeitung einer Seminararbeit vertraut gemacht. Dabei wird auf die Bereiche Recherche, Methodik und Analyse im Besonderen eingegangen. Die Studierenden wählen in Abstimmung mit dem Tutor ein konkretes Thema aus dem bereitgestellten Themenkatalog aus und bearbeiten es in Form einer 7-10-seitigen Seminararbeit (unter Beachtung der Vorgaben im Leitfaden für Seminararbeiten). Hierbei sollen die Studierenden anhand der einleitenden Literaturhinweise mit dem Thema Literaturrecherche vertraut gemacht werden.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Studierenden aktuelle Themen im Eventmanagement und können diese wissenschaftlich bearbeiten. • verstehen die Studierenden, wie eine Literaturrecherche durchgeführt werden kann. • sind die Studierenden mit der Methodik zur Erarbeitung einer Seminararbeit vertraut. • sind die Studierenden in der Lage, aus der Recherche heraus eine wissenschaftliche Arbeit über aktuelle Themen zu verfassen <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten einen kursabhängigen Mix aus Skripten, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-)Tutorien, Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Thema 1: Hybrid Events - Innovationstrend in der Live-Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dams, C. M./Luppold, S. (2016): Hybride Events. Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658126001. • Luppold, S. (Hrsg.) (2011): Event-Marketing: Trends und Entwicklungen. Verlag Wissenschaft und Praxis, Sternenfels. ISBN-13: 978-3896735898. • Passecker, P./Kammerzelt, H. (Hrsg.) (2014): Erfolgsmessung von Offline-, Online- und Hybrid-Events. Angewandtes Eventmarketing und -management. epubli, Berlin. ISBN-13: 978-3737518901. <p>Thema 2: Gamification - Steigerung der Nutzungsmotivation durch Spielkonzepte während des Events</p> <ul style="list-style-type: none"> • Duggan, K., Shoup, K. (2013): Business Gamification For Dummies. Wiley, London. ISBN-13: 978-1118466933. • Heidt, M. (2012): Gamification. Grundlagen der Implementierung spieltypischer Elemente im Wirtschaftskontext. AV Akademikerverlag, Saarbrücken. ISBN-13: 978-3639459999. 		

- Kapp, K. M. (2012): The Gamification of Learning and Instruction. Game-based Methods and Strategies for Training and Education. Wiley, London. ISBN-13: 978-1118096345.

Thema 3: Storytelling im Eventmarketing - Neurokommunikation und Geschichtenerzähler

- Domning, M./Elger, C./Rasel, A. (2007): Neurokommunikation im Eventmarketing. Wie die Wirkung von Events neurowissenschaftlich planbar wird. Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834907233.
- Sammer, P. (2014): Storytelling. Die Zukunft von PR und Marketing. O'Reilly, Köln. ISBN-13: 978-3955618186.
- Thinius, J./Untiedt, J. (2012): Events - Erlebnismarketing für alle Sinne. Mit neuronaler Markenkommunikation Lebensstile inszenieren. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834935373.

Thema 4: Virtuelle Meetings - Orte des Schreckens als Tourismusdestinationen

- Harms, S. (2012): Virtuelle Events. Neue Perspektiven für das Eventmarketing. AV Akademikerverlag, Saarbrücken. ISBN-13: 978-3831142118.
- Passecker, P./Kammerzelt, H. (Hrsg.) (2014): Erfolgsmessung von Offline-, Online- und Hybrid-Events. Angewandtes Eventmarketing und -management. epubli, Berlin. ISBN-13: 978-3737518901.
- Zanger, C. (2014): Ein Überblick zu Events im Zeitalter von Social Media. Springer Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3658057701.

Literatur:

Siehe „Inhalte des Kurses“

Prüfungsleistung:

Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierenden (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
 Selbstüberprüfung (in Std.): -
 Tutorien (in Std.): 30