

Beuth Verlag GmbH Burggrafenstraße 6 10787 Berlin

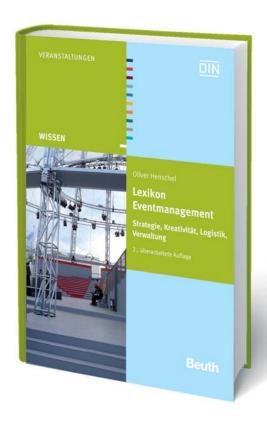
www.beuth.de





Lexikon Eventmanagement

Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung



Auch als E-Book unter www.beuth.de/scr/veranstaltungstechnik

Mit der Entwicklung der Event-Branche steigt nicht nur die Nachfrage nach qualifiziertem Personal und Fortbildungsmöglichkeiten, es besteht auch Bedarf an praxisorientierter Literatur. Begriffe aus der Eventpraxis müssen definiert und vermittelt werden, um langfristig die Qualität der Eventmarketing-Maßnahmen zu gewährleisten.

Schon die erste Auflage des Lexikons Eventmanagement fand in der Fachwelt großen Anklang.
Oliver Henschel legt der schnelllebigen Branche jetzt eine umfassend aktualisierte Auflage seines Nachschlagewerks vor.

Einführend gibt der Autor einen Überblick über die Grundlagen, Aufgaben und Zielstellungen des Eventmarketings. Der alphabetisch aufgebaute Lexikonteil zeigt, was im Einzelnen hinter den Fachbegriffen des Eventmanagements steht. Er enthält zusätzlich zahlreiche Abbildungen, Tabellen, Diagramme und fachsprachliche Verweise, die das Buch zu einem in jeder Hinsicht hilfreichen Fachlexikon für die praktische Arbeit eines Eventmanagers machen. Es eignet sich auch ausgezeichnet als Grundlage für die Aus- und Weiterbildung.

Beuth Wissen

Lexikon Eventmanagement

Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung von Oliver Henschel

2., überarbeitete Auflage 2010. 302 S. A5. Gebunden. 48,00 EUR | ISBN 978-3-410-16718-1



Aus dem Inhalt

Mehr unter www.beuth.de/scr/veranstaltungstechnik

Einleitung

Events sind nichts Neues
Der Unterschied zwischen Event und Event
Eventmarketing als Kommunikationsinstrument
Zielgruppen im Eventmarketing
Eventmarketing in der Praxis
Aufgabengebiete des Eventmanagements
Nachbearbeitung als Instrument des Qualitätsmanagements
Eventmarketing in der Zukunft

Lexikonteil

715 ausführlich erläuterte Begriffe von "6-3-5-Methode" bis "Zwischenkalkulation"

Stichwortverzeichnis

Verzeichnis relevanter Normen und Norm-Entwürfe

Anhang

Musterverordnung über den Bau und Betrieb von Versammlungsstätten Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättV) in der Fassung vom Juni 2005 Checkliste zur Organisation von Veranstaltungen Beratungsvertrag (Muster) Gastspielvertrag (Muster) Sponsoringvertrag (Muster)

Mustereintrag:

EventagenturStrategie256Da es keine einheitliche Ausbildung im Eventmanagement gibt und keine fachlichen Voraussetzungen für die Gründung einer Eventagentur bestehen, gibt es eine Vielzahl von Agenturen mit verschiedenen Ausrichtungen, Erfahrungen und Tätigkeitsfeldern. Sie alle verbindet, dass sie für die Realisierung von Veranstaltungen zuständig sind.

Einige Eventagenturen haben sich auf Marketing-Events [⇒258] spezialisiert, andere veranstalten eher Kultur-Events. Eine weitere Unterscheidung ist der regionale Tätigkeitsschwerpunkt der jeweiligen Agentur. So gibt es Agenturen, die ihre Leistungen nur in einer Stadt ausführen, aber auch große Networkagenturen, die weltweit tätig sind.

Weiterhin kann es Unterschiede in der Leistungspalette geben. So konzentrieren sich die einen auf Teilleistungen, währenddessen andere den Fullservice $[\Rightarrow 308]$ anbieten. Die Berechnung von Agenturleistungen $[\Rightarrow 030]$ ist nicht einheitlich geregelt.

Seit 1997 versucht das FME [⇒289] einheitliche Richtlinien für Marketing-Eventagenturen durchzusetzen.

BESTELLFAX +49 30 2601-1260 TELEFON +49 30 2601-2260 E-MAIL info@beuth.de

lch/Wir bestelle/n ___ Exemplar/e

Beuth Wissen

Lexikon Eventmanagement

Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung von Oliver Henschel

2., überarbeitete Auflage 2010. 302 S. A5. Gebunden. 48,00 EUR | ISBN 978-3-410-16718-1

Auch als E-Book unter www.beuth.de/scr/veranstaltungstechnik

_							
Δ	h	e	۵	n	Ы	۵	r

Firma			
Kundennummer:	К	 _	
Name			
Straße			
PLZ/0rt			
Telefon/Telefax			
E-Mail			

Datum, Unterschrift

Alle Preise inkl. deutscher MwSt., zzgl. Versandkosten. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten Ihre personenbezogenen Daten werden bei uns gemäß §28 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) gespeichert und in automatisierten Verfahren bearbeitet. Der Nutzung Ihrer Daten zum Zweck der Werbung oder der Markt- und Meinungsforschung können Sie jederzeit widersprechen.