





Seit über 20 Jahren spielt die DHBW Ravensburg eine Vorreiterrolle in Studium und Ausbildung des Managementnachwuchses in der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft. Zu den Partnerunternehmen des Studiengangs zählt mittlerweile das „Who is who“ der gesamten Veranstaltungsbranche. Aufbauend auf einem betriebswirtschaftlichen Fundament bietet der Studiengang heute ein breit gefächertes und deutschlandweit führendes Kompetenzzentrum und ermöglicht damit eine praxisorientierte Spezialisierung in der Veranstaltungswirtschaft.

Die Nachfrage nach Dienstleistungen für Veranstaltungen ist in den vergangenen Jahren geradezu explosionsartig gestiegen. Neben den traditionell starken Wirtschaftsbereichen Messen, Ausstellungen und Kongresse werden zunehmend ergänzend und zum Teil auch alternativ Event-Veranstaltungen nachgefragt. Die starken weltweiten Wirtschaftsverflechtungen Deutschlands haben eine wachsende interkulturelle Kommunikation zur Folge. Dieser Informationsaustausch muss gelernt, gestaltet und organisiert werden.

Studieninhalte

Das Studium qualifiziert die Studierenden für eine Tätigkeit im Projektmanagement (Projektleitung oder -assistenz) oder als sachverständiges Teammitglied in Unternehmen der Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft. Diese Branche ist breit gefächert und umfasst auch Betriebe aus anderen Bereichen, zum Beispiel Werbe-, Public Relations-Agenturen, Messe-Consulter, Event-Agenturen, Messebaubetriebe, Seminaranbieter, Konzertveranstalter, Verbände und Wirtschaftsunternehmen mit umfangreicher Veranstaltungstätigkeit.

Im Zentrum dieses Studiengangs steht kompetentes Projekt- und Dienstleistungsmanagement in allen seinen Facetten, um den Anforderungen der Unternehmen Rechnung zu tragen. Die Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft ist eine fächerübergreifende Disziplin, deren Wurzeln in der Betriebswirtschaft liegen. Diese Eigenheit spiegelt sich in dem dargebotenen Fächerkanon wider. Die Kernfächer der „Allgemeinen Betriebswirtschaft“ gehören zum Standardprogramm des betriebswirtschaftlichen Studiengangs. Darüber hinaus werden neben den klassischen Marketing-Vorlesungen insbesondere auch übergreifende Vorlesungsinhalte aufgegriffen, wie etwa Logistik, Catering, Dolmetschen, Konzertmanagement, Messebau, Dramaturgie, Rechtsfragen, Tourismuswirtschaft, Veranstaltungstechnik, interkulturelles Management, Film und Fotografie.



„Menschen fangen“ und überzeugen

Während des Studiums, der Ausbildung und später im Beruf steht der Umgang mit Menschen im Vordergrund. Messen, Kongresse und Events dienen der persönlichen Begegnung. Kontakte und Beziehungen zu Kunden und Dienstleistern sowie Teamarbeit sind Bestandteil der täglichen Arbeit.

Das Gegenteil von langweilig

Das Studium lebt von seiner Vielfältigkeit. Fächer wie Technik, Sprachen, Musik und Entertainment, Catering, Logistik und Rhetorik, Fotografie, Kreativität und andere wechseln sich ab. Die eigenen Stärken werden erkannt und können gezielt weiterentwickelt werden.

Die Welt der Events ist international

Deutschland ist die Top-Adresse für Messen, Kongresse und Events. Deutschland ist aber auch größter Exporteur. Wer in dieser Branche arbeiten will, muss Sprachen können, Kulturen verstehen und mobil sein. Entsprechend ist das Studium aufgebaut: Pflichtsprachen, Veranstaltungen in englischer Sprache, international erfahrene Dozentinnen und Dozenten.

| Modulgruppe | 1. Studienjahr | 2. Studienjahr | 3. Studienjahr | CP* |
|---------------------|--|--|---|-----|
| Betriebliche Praxis | Praxismodul I Marketing/Vertrieb, funktionsübergreifende Einsätze | Praxismodul II Finanz-/Rechnungswesen, Personal, Organisation und Datenverarbeitung | Praxismodul III Funktionsübergreifende Einsätze | 60 |

Allgemeine Studieninhalte

81

| | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|--|---|--|--|----|
| Allgemeine Betriebswirtschaftslehre | Grundlagen Marketing | Kosten- und Leistungsrechnung Dienstleistung und Produktion | Bilanzierung Unternehmensbesteuerung Investition und Finanzierung | Organisation und Projektmanagement Personalwirtschaft | Mitarbeiterführung Unternehmensführung Integrative Managementsysteme Bilanzanalyse Konzernbilanz Finanzmanagement | 32 |
| Volkswirtschaftslehre | Einführung Mikroökonomie I | Mikroökonomie II | Makroökonomie | Geld und Währung | Wirtschaftspolitik I Wirtschaftspolitik II Soziale Sicherung, Verteilungspolitik | 12 |
| Recht | Einführung BGB I | BGB II | Handelsrecht, Gesellschaftsrecht | Arbeitsrecht, Insolvenzrecht | | 8 |
| Technik der Finanzbuchführung | Technik der Finanzbuchführung I | Technik der Finanzbuchführung II | | | | 5 |
| Mathematik und Statistik | Mathematik | Statistik | | | | 5 |
| Informationstechnologie | | | Grundlagen | Kommunikation, Netze | | 4 |
| Wissenschaftliches Arbeiten | Einführung | Wissenschaftstheorie | | | | 3 |
| Sprache | Sprache I | | Sprache II | | Sprache III | 12 |

Spezifische Inhalte des Studiengangs BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement

57

| Spezielle BWL | Pflichtmodule 1. Studienjahr | Pflichtmodule 2. Studienjahr | Pflichtmodule 3. Studienjahr | CP* |
|-------------------|---|--|--|-----|
| Spezielle BWL I | Messe-, Kongress-, Eventmanagement und Marketing 1 und 2 | Messe-, Kongress-, Eventmanagement und Marketing 3 und 4 | Internationales und strategisches Marketing | 36 |
| Spezielle BWL II | | | Projekt- und Personalmanagement Controlling/Internationales Finanz- und Rechnungswesen | 9 |
| Spezielle BWL III | Profilfach 1: Grundlagen Veranstaltungsmanagement Profilfach 2: Operatives Facility Management | Profilfach 1: Vertiefung Veranstaltungsmanagement Profilfach 2: Vertrags- und Konzertmanagement | Profilfach 1: Management und Kultur Profilfach 2: Vertiefung Versammlungsstätten- und Vertriebsmanagement | 12 |
| Bachelor-Arbeit | | | Bearbeitung einer praxisbezogenen Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden | 12 |
| Summe | | | Präsenzstunden Theorie 1755 | 210 |
| Präsenzstunden | 650 | 637 | 468 | |

* CP Credit Points
grafisch werden Module durch Rahmen dargestellt

Das Angebot der Speziellen Betriebswirtschaftslehre kann in vier Teilgebiete unterteilt werden. Vor allem werden Management- und Marketingfragestellungen während des Studiums aufgegriffen.

| | |
|--|---|
| Veranstaltungsmanagement Projektmanagement Eventmanagement Facility Management Interkulturelles Management Kulturmanagement Konzertmanagement | Veranstaltungsmarketing Eventmarketing Sponsoring Vertriebsmanagement Internationales Marketing CRM Angewandte Marktforschung |
| Dienstleistungsmanagement Tourismuswirtschaft Standbau Incentives Catering Logistik Dolmetschen | Interdisziplinäre Veranstaltungen Film Fotografie Dramaturgie und Regieführung Kreativität und Textgestaltung Veranstaltungstechnik Rhetorik und Kommunikation |

Voraussetzungen

Zulassungsvoraussetzungen sind ein Ausbildungsvertrag mit einem geeigneten Unternehmen sowie die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife. Unter bestimmten Voraussetzungen können auch Studierende mit Fachhochschulreife zugelassen werden. Die Studierenden erhalten während des Studiums eine monatliche Ausbildungsvergütung. Die Studiengebühren betragen, wie an allen Universitäten und Hochschulen in Baden-Württemberg, pro Semester 500 Euro.

Duales Konzept

Theoretische Studienabschnitte wechseln im Dreimonatsrhythmus mit Praxisphasen in kooperierenden Unternehmen. Die Inhalte der Theorie- und Praxisphasen sind aufeinander abgestimmt. Das Studienjahr beginnt am 1. Oktober und endet am 30. September. Der Studiengang Messe-, Kongress- und Eventmanagement beginnt mit zwei parallelen Kursen. Die A-Kurse beginnen mit der Theoriephase am 1. Oktober. Die Studierenden der B-Kurse starten ihr Studium zum selben Zeitpunkt im Partnerunternehmen.

Abschluss

Mit erfolgreichem Abschluss wird der Bachelor of Arts (B.A.) mit 210 Credit Points erworben.

Bewerbung

Die Bewerbung um einen Studienplatz erfolgt direkt bei einem Partnerunternehmen, das mit der Dualen Hochschule im Studiengang Messe-, Kongress- und Eventmanagement kooperiert. Bewerberinnen und Bewerber können auch selbst ein Unternehmen vorschlagen, das bereit ist, einen Ausbildungsvertrag abzuschließen. Firmenlisten können der Homepage des Studiengangs entnommen werden.

Berufsfelder

Seit den Anfängen des Studiengangs haben sich die Berufschancen für die Absolventinnen und Absolventen vervielfacht. Professionelle Veranstaltungsmanager werden zunehmend in allen Branchen und für jede Art von Veranstaltung nachgefragt. Dazu zählen u.a. die Einführung neuer Produkte (Promotion), die Vorbereitung und Durchführung von Hauptversammlungen, Tagungen, Messen, Pressekonferenzen oder Weiterbildungsmaßnahmen. Diese Beschreibung zeigt, dass die Berufsfelder entsprechend vielfältig sind. Zu den Kooperationspartnern des Studiengangs zählen Messe- und Kongressveranstalter, Eventagenturen, öffentliche Verwaltung, mittelständische Unternehmen mit entsprechenden Fachabteilungen, Freizeitparks, Konzertveranstalter, Seminaranbieter, Handelskammern, Werbeagenturen, Verbände und Vereine.

Sie haben noch Fragen?

Rufen Sie uns einfach an oder schreiben Sie uns.

DHBW Ravensburg
BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement I
 Marienplatz 2
 88212 Ravensburg
<http://www.dhbw-ravensburg.de>

BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement II

Studiengangsleiter

Prof. Dr. Jörg Beier
 Telefon. +49.751.18999.2792
beier@dhbw-ravensburg.de

Prof. Dr. Michael Streich
 Telefon. +49.751.18999.2109
streich@dhbw-ravensburg.de

Sekretariat

Sabine König
 Telefon. +49.751.18999.2795
s.koenig@dhbw-ravensburg.de

Sabrina Langer
 Telefon. +49.751.18999.2953
 Telefax. +49.751.18999.2701
langer@dhbw-ravensburg.de