

Geprüfte Veranstaltungsfachwirte

Strukturierung der schriftlichen Prüfung*

Analysieren von Märkten und Definieren von Marktchancen

Rahmenplan	Thema	Punkte ca.
5.1	Beobachten und Analysieren von bestehenden und potenziellen Märkten	
5.2	Auswahl und Durchführung von Primär- und Sekundärerhebungen	50
5.4	Definieren und Segmentieren von Märkten und Zielgruppen	
5.3	Ermitteln und Auswerten branchenspezifischer Kennzahlen	15
5.5	Definieren von Veranstaltungszielen, -arten und -formen	15
5.6	Berücksichtigen ökologischer Einflüsse	
5.7	Entwickeln von Marketingstrategien	20
		100

Konzipieren von Veranstaltungsprojekten

Rahmenplan	Thema	Punkte ca.
6.1	Erkennen der Bedeutung von Veranstaltungen zur Erreichung von Unternehmens- und Marketingzielen	
6.2	Entwickeln, Strukturieren und Präsentieren von Konzeptionen für die verschiedenen Veranstaltungsbereiche	40
6.3	Bestimmen von relevanten Zielgruppen	
6.4	Erarbeiten und Definieren von strategischen und operativen Veranstaltungszielen sowie von zielführenden Maßnahmen	30
6.5	Erkennen und Beurteilen von Trends und Innovationen	
6.6	Berücksichtigen von interkulturellen Aspekten	10
6.7	Erarbeiten von Budget-, Finanzierungs- und Liquiditätsplänen	20
		100

* Bei den Angaben in der Übersicht handelt es sich um Richtwerte, von denen in einzelnen Fällen in geringem Umfang abgewichen werden kann.

Die Strukturierung gilt ab der Frühjahrsprüfung 2012.



Geprüfte Veranstaltungsfachwirte

Strukturierung der schriftlichen Prüfung*

Planen, Vorbereiten, Durchführen und Nachbereiten von Veranstaltungen

Rahmenplan	Thema	Punkte ca.
7.1	Beurteilen von Veranstaltungsorten und -stätten sowie Aufplanungen unter Berücksichtigung der Infrastruktur und Logistik	10
7.2	Erstellen, Umsetzen und Kontrollieren von Orts- und Termin-, Programm-, Bedarfs-, Ablauf-, Finanz-, Zeit- und Tätigkeitsplanung	
7.3	Beurteilen, Auswählen und Beschaffen von Produkten und Dienstleistungen	
7.4	Planen und einsetzen von Personal und Dienstleistern	50
7.5	Beurteilen von Informationstechnologie, branchenspezifischer Software, Veranstaltungs-, Tagungs- und Medientechnik sowie des Messebaus	
7.6	Auswahl und Beurteilung der Veranstaltungsgastronomie	
7.7	Planen und Realisieren von Serviceleistungen für Veranstaltungsbeteiligte	15
7.8	Umsetzen von Marketingmaßnahmen	10
7.9	Nachbereiten der Veranstaltung und Bewerten des Erfolgs	
7.10	Analysieren und Lösen von Konflikten; Beschwerdemanagement	15
		100

Akquisition von Kunden sowie kundenorientierte Vermarktung von Veranstaltungen

Rahmenplan	Thema	Punkte ca.
8.1	Erarbeitung und Potenzialanalyse von Kundenprofilen als Basis für Akquisition	
8.2	Analysieren von unterschiedlichen Vertriebswegen sowie deren Auf- und Ausbau	40
8.3	Planen und Durchführen von Marketing- und Vertriebscontrolling anhand von Kennzahlen	
8.4	Aufbauen und Durchführen von Produkt- und Leistungspräsentation unter Einsatz von Präsentationstechnik und -medien sowie Moderationstechnik	
8.5	Erarbeiten von kommunikationspolitischen Strategien für eine Veranstaltung oder Veranstaltungsbeteiligung	35
8.6	Einbindung von Veranstaltungen oder Veranstaltungsbeteiligungen in der integrierte Marketingkommunikation	
8.7	Einsetzen von Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management)	
8.8	Planen, Realisieren und Kontrollieren von Aktionen der Aussteller-, Besucher- und Teilnehmerwerbung	25
		100



Geprüfte Veranstaltungsfachwirte

Strukturierung der schriftlichen Prüfung*

Führung und Zusammenarbeit

Rahmenplan	Thema	Punkte ca.
9.1	Zusammenarbeit, Kommunikation und Kooperation erläutern	
9.2	Mitarbeitergespräche durchführen	30
9.3	Konfliktmanagement anwenden	
9.4	Mitarbeiterförderung umsetzen	
9.5	Ausbildung planen und durchführen	50
9.6	Moderation von Projektgruppen vorbereiten und durchführen	
9.7	Präsentationstechniken einsetzen	20
		100

* Bei den Angaben in der Übersicht handelt es sich um Richtwerte, von denen in einzelnen Fällen in geringem Umfang abgewichen werden kann.

Die Strukturierung gilt ab der Frühjahrsprüfung 2012.