

Tilmeld dig direkte på www.ibceuroforum.dk/distanceevent



Distancekursus Event Management

Få tilsendt skriftligt distancekursus i 8 kompendier og deltag i et fagligt træf

Med kompendierne kan du:

- Udvide din Event Management-værktøjskasse
- Blive bedre til at samarbejde med dine leverandører
- Styrke dine kompetencer inden for planlægning, projektledelse og budgettering

Kurset fuldføres på 8 uger og gør dig i stand til at omsætte din viden direkte til praksis

Kursusstart 28. august 2006

DISTANCEKURSER



crone & co | eventcommunication

Styrk dine kompetencer – når det passer dig!

Flere og flere virksomheder har fået øjnene op for værdien af at skabe effektive, relationsskabende oplevelser for og med deres mange interessenter, og området er i hastig vækst. Store og små virksomheder kæmper for at få opmærksomhed i medierne og hos kunder. Det øger behovet for en mere professionel tilgang til Event Management.

Med dette distancekursus får du en struktureret palette af praktiske værktøjer og erfaringer. Via distancekurset kan du udvide dine kompetencer og styrke udgangspunktet for dit videre arbejde med Event Management.

Kurset giver dig mulighed for at:

- Udvide eller genopfriske din Event Management-værktøjskasse
- Få inspiration til dine kommende aktiviteter
- Få indsigt i en eventmanagers arbejde
- Blive bedre til at samarbejde med dine leverandører
- Forbedre evnen til at sælge dine idéer
- Blive bedre til at planlægge og budgettere

IBC Euroforum har introduceret en ny kursusserie, der tilgodeser kravet om løbende opkvalificering kombineret med stor fleksibilitet.

Distancekurset "Event Management" starter den 10. april 2006, og som kursusedtager modtager du hver uge med posten et kompendium, der trin for trin giver dig en detaljeret gennemgang af alle forhold omkring Event Management.

Kompendierne er skrevet af nogle af landets førende eksperter. De formidler teorien med en praktisk indfaldsvinkel, som giver dig det størst mulige udbytte af selvstudiet. Du har desuden mulighed for at møde et udvalg af forfatterne på kursets faglige træf, hvor du kan udveksle erfaringer og netværke med dine medkursister.

Konkret dækker kompendierne følgende emner:

- Eventmarkedsføring – hvad og hvorfor?
- Projektledelse – Event Management
- Eventstrategi, koncept og planlægning
- Eventorganisering, gennemførelse og evaluering
- Hvilke lovmæssige aspekter skal du have styr på?
- Budgetter, kontrol og økonomisk evaluering
- Sponsoring
- Public Relations

Har du spørgsmål til kurset, er du velkommen til at kontakte:

Philip Sårde
Publisher
35 25 31 41
philip.sarde@ibceuroforum.dk
IBC Euroforum

Vi tager forbehold for ændringer i distancekurset.

Hvorfor deltage i distancekurset?

- Du får kvalificeret videreuddannelse uden tidsspilde og uden rejseomkostninger
- Skridt for skridt indarbejder du den nødvendige fagkundskab
- Du bestemmer tidsforløbet – du indlærer uden tidspres, hvornår og hvor du ønsker det
- Studiernes indhold er topaktuelt og praktisk tilrettelagt
- Alle forfatterne står til disposition for spørgsmål under hele kursusforløbet
- Ved at løse øvelsesopgaverne i slutningen af hvert kompendium kan du kontrollere din indlærings succes. Opgaverne skal ikke afleveres, men er for din egen øvelses skyld.
- Kompendierne er et ideelt opslagsværk – også for dine kolleger
- Kurset er fuldført på 8 uger og gør dig i stand til at omsætte din viden direkte til praksis.

Hvad får du?

- 8 kompendier, der belyser emnet dybtgående i en kombination af teori, praktiske eksempler og aktuel information. De er læse- og notatvenlige og sendes med posten.
- En samlemappe, der efterfølgende gør det nemt at bruge kompendierne som opslagsværk
- Mulighed for at stille spørgsmål til forfattere og redaktøren via e-mail
- Et diplom på, at du har gennemført studiet



Kursets omfang

Kursusforløbet strækker sig over foråret og slutter før sommerferien 2006. Alt efter dit personlige indlærings tempo vil et kompendium kunne læses på 4-6 timer. Hvert kompendium består af mellem 40 og 70 sider og afsluttes med opgaver, der yderligere konkretiserer indholdet. Opgaverne skal ikke afleveres, men er for din egen øvelses skyld.

Tidsplan

28. august	Kompendium 1
4. september	Kompendium 2
11. september	Kompendium 3
18. september	Kompendium 4
25. september	Kompendium 5
2. oktober	Kompendium 6
9. oktober	Kompendium 7
16. oktober	Efterårsferie
23. oktober	Kompendium 8
30. oktober	Træf i København

Kompendium 1

Eventmarkedsføring – hvad og hvorfor?

Massekommunikationen har toppet. Der er for meget af den, og for meget er ligegyldigt. Tilmed begynder markedsføreren at miste kontrollen med reklamen. Mere og mere bliver modtagerstyret. Tidsånden er imod massekommunikation. De individualiserede forbrugere vil have valgfrihed, nærvær og ikke mindst oplevelser. På indkøbsturen, på arbejdet og i fritiden. Dette kompendium giver dig forståelse for eventmarkedsføringens baggrund, funktion og typer.

- Hvad er eventmarkedsføring ?
- Hvorfor er events i hastig vækst?
- Hvilke typer events findes der?
- Hvem kan benytte eventmarkedsføring?
- Hvad er de basale mekanismer i eventmarkedsføring?
- Hvordan skal den integreres med andre kommunikationsformer?



Ole E. Andersen

Selvstændig rådgiver, underviser, foredragsholder og skribent. Uddannet sociolog fra Københavns Universitet. Har arbejdet på analyseinstituttet AIM i 12 år – primært med kommunikationsundersøgelser. Herefter fem år som adm. direktør i Dansk Reklame Film. Selvstændig i

fem år inden for kommunikations- og mediaudvikling. Rektor på Den Danske Reklameskole 1998-2004. Ekstern lektor på CBS (Handelshøjskolen i København) siden 1984.

Kompendium 2

Projektledelse – Event Management

Projektledelse er eventmanagerens vigtigste værktøj. Hvad er god projektledelse, når vi taler eventmanagement? Mange spørgsmål rejser sig:

- Hvorfor være flere om at løfte en opgave, når det var mig der fik ideen?
- Hvornår er der tale om en opgave eller et projekt?
- Hvilke forventninger er der til en projektleder?
- Hvad skal en projektplan indeholde?
- Hvilke forventninger er der til medlemmerne af en projektgruppe?

Få svar på ovenstående spørgsmål, og lær en række konkrete projektledelsesværktøjer, som du kan bruge, når du har afdækket behovene, sat nogle forretningsmæssige mål og skal i gang med en event.

Mette Fisker er kontaktdirektør i Pfizer Denmark og har de sidste 12 år arbejdet med møder, kongresser og team events. Hun er i dag leder for otte medarbejdere, der ikke beskæftiger sig med andet. Målgrupperne er inden for sundhedssektoren og internt personale. En kursuskoordin



nator blev syg tre uger før et stort arrangement, og der var ingen projektplan, det er årsagen til, at Mette Fisker indførte projektledelse i hendes afdeling. Hun deler hermed sine erfaringer med dig.

Kompendium 3

Eventstrategi, koncept og planlægning

Planlægning og forberedelse træder ofte meget hurtigt i baggrunden. Når der arbejdes med oplevelser, events, arrangementer, møder osv., er det meget let at falde i "implementeringsfælden". Der er typisk mange ting, der skal gøres og nås, inden arrangementet skal finde sted. Derfor ryger man let i den fælde, hvor man med det samme går til to-do fasen, før man har besluttet sig for, hvorfor man egentlig ønsker den givne aktivitet, om det nu er det rigtige at gøre, og hvad det egentlig er, man ønsker at opnå. Dette kompendium vil gennemgå en række væsentlige værktøjer til brug for de indledende faser:

- Målsætningen
- Briefingen
- Eventstrategien
- Udvalgte kreative teknikker – fra idé til koncept
- Konceptoplægget
- Den endelige "plan"



René Crone er stifter og adm. direktør for oplevelses- og kommunikationsbureauet crone & co I eventcommunication. Han har mere end 15 års marketingerfaring, strategisk som operationelt både fra kunde- og leverandørsiden. Med udgangspunkt i sine erfaringer og en forståelse for integreret kommunikation er han i

dag rådgiver og leverandør i oplevelsesbaseret kommunikation. René har som leverandør bl.a. været med til at udvikle og gennemføre effektfulde oplevelser for kunder som Toyota, Carlsberg, IBM, ISS, Unilever, MTV, Lundbeck, Lee, Microsoft, Electronic Arts. Oplevelser for få såvel som flere tusinde deltagere.

Kompendium 4

Eventorganisering, gennemførelse og evaluering

Når de grundlæggende definitioner er på plads, og det indledende planlægningsarbejde er veludført, kan der tages fat på den mere operationelle fase med koordinering, organisering og gennemførelse.

I denne fase er der naturligvis rigtig mange konkrete og praktiske gøremål at forholde sig til. Du får med dette kompendium en gennemgang af de centrale, konkrete elementer, der skal afdækkes og struktureres i en endelig plan.

- Programmet
- Aktører
- Valg af lokation
- Infrastruktur
- Teknik
- Catering
- Sikkerhed
- Budgetter
- Evaluering



René Crone er stifter og adm. direktør for oplevelses- og kommunikationsbureauet crone & co I event-communication.

Kompendium 5

Hvilke lovmæssige aspekter skal du have styr på ved events?

Kompendiet indeholder en gennemgang af de forhold, arrangørerne af events bør tage højde for i relation til aftalerne om leje af lokationer, kontraktforhold til indlægsgholdere, aftaler med underleverandører mv. Desuden gennemgås de forsikrings- og ansvarsmæssige forhold knyttet til gennemførelsen af events.

Kompendiet indeholder også gode råd vedrørende markedsføringen af events, samt en beskrivelse af de juridiske aspekter, du bør tage højde for ved brugen af ophavsretligt beskyttet materiale, så som bøger, visning af film, afspilning af musik og brug af ideer fra andre koncepter.

Indholdet i ansættelsesaftaler og formidlingsaftaler mellem eventbureauer og salgsagenter gennemgås:

- Kontraktforholdene i relation til lokationer, leje af lokaler og forplejning
- Kontraktforhold til indlægsgholdere
- Forsikringsmæssige forhold

- Kontrakten til den ordregivende virksomhed, herunder regulering af ansvarsfraskrivelse
- Juridiske aspekter relateret til anvendelsen af ophavsretligt beskyttet materiale, visning af film, afspilning af musik, brug af koncepter
- Beskyttelse af de koncepter og ideer en event baseres på
- Formidlingsaftaler mellem eventbureau og salgsagenter
- Juridiske aspekter i relation til markedsføring af events
- Ansættelsesaftalerne med instruktører



Claus F. Sørensen er advokat og partner i advokatfirmaet Dall, Koch & Boll. Blandt hans øvrige hverv kan nævnes: formand i foreningen Danske IT-advokater, forfatter til flere artikler og bøger inden for det juridiske område. Derudover underviser han og er en meget benyttet foredragsholder.

Kompendium 6

Hvordan holder du styr på omkostningerne og måler effekten af din event?

Dette kompendium handler om, hvordan du holder styr på alle omkostninger forbundet med din event, samt ikke mindst hvordan du måler effekten af dine events. Møder, konferencer og events er ofte væsentlige og afgørende investeringer. Produkter skal præsenteres, nye strategier lanceres, eller måske skal salgsstyrken motiveres.

I dette kompendium får du redskaber, der kan hjælpe dig med budgetlægning og tjeklister, som hjælper dig med at holde styr på alle trådene. Samtidig præsenteres værktøjer til at hjælpe dig til effektmåling (Return of Investment) af dine arrangementer.

- Budgettering og budgetkontrol
- Tjeklister til planlægning, gennemførelse og evaluering
- Værktøj til effektmåling af dine events



Ole Sorang Nordisk ansvarlig for marketing for Radisson SAS og Park Inn hotellerne og har tidligere været ansvarlig for den internationale markedsføring af København som konference- og kongresdestination. Sidder i dag i den internationale bestyrelse for Meetings Professionals International, som er verdens største organisation inden for mødeindustrien.

Kompendium 7

Sponsoring

Sponsormarketing er i sin natur en afart af eventmarketing. Forskellen er simpel. Et sponsorat er en event, hvor sponsørsælger (event) overdrager en række rettigheder til en sponsorkøber. I en tid, hvor store og kendte mærkevarer er under stærkt pres fra både B-brands og Speciality Brands med en stærk historie, er det essentielt, at mærkevaren ikke kun opfattes som reklameskabte helium balloner uden reelt indhold og historie.

Sponsorater er den ideelle platform til at skabe troværdige historier omkring brandet. Der er imidlertid ingen hurtige gevinster på Brand Equity-kontoen – sponsorater skal opfattes som en langsigtet investering. Dermed ikke sagt, at sponsorater ikke skal opfattes som en kommerciel drivkraft, hvor resultaterne kan og skal spores. Indholdet i dette kompendium klarlægger sponsoraters rolle ikke kun i marketingmixet, men som et vidtrækkende effektivt kommercielt værktøj.

- Hvad kan sponseres og hvorfor?
- Sponsoreringens rammer og betingelser
- Planlægningsprocessen
- Strategi
- Effektkontrol



Steen Albrechtslund begyndte sin karriere hos pladeselskabet BMG, og det var musikken, der i 1995 bragte ham til Tuborg, hvor han fik ansvaret for Tuborgs musiksponsorater, herunder Grøn Koncert og Roskilde Festival, samt Tuborgs sæsonprodukter. Han har ligeledes ledet Carlsberg Danmarks sponsor- og eventafdeling.

Før sin nuværende stilling var han markedschef i Carlsbergs og Coca Colas salgsorganisation. Han er i dag leder af Carlsbergs operationer på Taiwan. Han er tilknyttet Københavns Universitets DIS-program som associate professor i international marketing.

Kompendium 8

Public Relations

Events er blot en af mange måder du kan skabe kontakt med markedet. Gennem diverse medier kommer man ofte mere bredt ud til et publikum, mens man i forbindelse med en event har et mere snævert fokus. Men de to medier kan med fordel understøtte hinanden.

Det sidste kompendium vil give dig en indsigt i de fundamentale tilgange til arbejdet med pr-områder – og især have fokus på de direkte eventrelaterede pr-områder og muligheder. Du vil blandt andet blive sat ind i:

- Pr – hvad er det, og hvad kan det bruges til?
- Hvad er pr ikke?
- Hvad er en god historie?
- Styr dine forventninger. Hvad kan lade sig gøre?
- Hvilket medie skal vi satse på? Og hvornår?
- Sådan bygger du relationer op til medier og journalister?
- Sådan fastholder du dem!
- Hvordan gør du en journalist interesseret i din historie?

Det er naturligvis langt fra alle eventaktiviteter, der har – eller overhovedet bør have et pr-mæssigt fokus. Men omvendt er der også mange, som ikke har det – der med fordel kunne have det. Dette og meget mere kan du læse om i kompendiet om pr.



Henrik Ørholst er marketingchef for PA Consulting Group i Norden. På trods af titlen er pr og kommunikation det, han bruger det meste af sin tid på. Han er endvidere hovedredaktør på Børsens Ledelsehåndbog om Corporate Communications, og er boganmelder hos JyllandsPosten. Tidligere har han været underviser på flere handelshøjskoler og andre læreanstalter, og i dag er han tilknyttet undervisningsmiljøet som censor. Henrik er cand.oecon. fra Århus Universitet.

Redaktøren



Rene Crone er stifter og adm. direktør for oplevelses- og kommunikationsbureauet crone & co | eventcommunication. Han har mere end 15 års marketingerfaring, strategisk som operationelt både fra kunde- og leverandørsiden. Med udgangspunkt i sine erfaringer og en forståelse for integreret kommunikation er han i dag rådgiver og leverandør i oplevelsesbaseret kommunikation. René har som leverandør bl.a. været med til at udvikle og gennemføre effektfulde oplevelser for kunder som Toyota, Carlsberg, IBM, ISS, Unilever, MTV, Lundbeck, Lee, Microsoft, Electronic Arts.

Oplevelser for få såvel som flere tusinde deltagere. Rene er ligeledes en ofte benyttet foredragsholder og underviser indenfor sit felt.

Afholdelsesdato

Distancekurset "Event Management" består af 8 kompendier, der fremsendes i kompendieform med posten fra perioden den 28. august til og med den 23. oktober 2006. Kurset afsluttes med et træf, der finder sted den 30. oktober i København.

Kursuspris

Prisen for distancekurset er kr. 10.995,- ekskl. 25 % moms. I prisen er inkluderet 8 kompendier, studiesupport samt et træf. Faktura og bekræftelse på din deltagelse vil blive fremsendt ved tilmelding.

Tilmelding

Send, ring eller fax din tilmelding til IBC Euroforum. Du kan også tilmelde dig på www.ibceuroforum.dk eller registration@ibceuroforum.dk. Tilmeldingen er bindende!

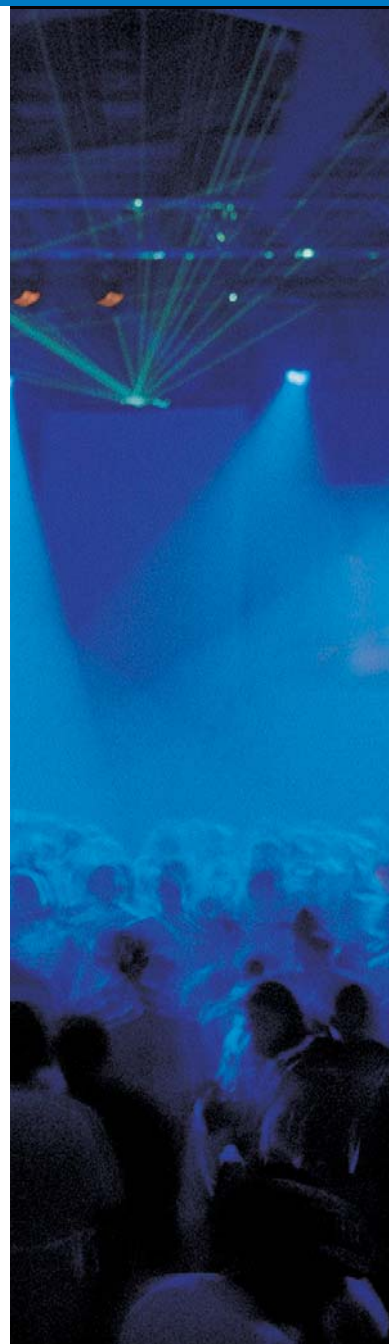
Afbestilling

Afbestilling skal ske skriftligt. Ved afbestilling indtil 14 dage før start på kurset tilbageholdes et gebyr på 10 %. Sker afbestillingen mindre end 14 dage før afholdelsen, tilbageholdes 50 %, og ved afbestilling senere end 2 dage før afholdelsen betales fuld pris. Er du selv forhindret, har du ligeledes mulighed for at overdrage deltagelsen til en kollega.

Vi tager forbehold for ændringer i distancekurset. Spørgsmål vedrørende kurset besvares af publisher Philip Sårde, telefon 35 25 31 41, e-mail philip.sarde@ibceuroforum.dk.

Se flere spændende arrangementer på www.ibceuroforum.dk

Læs også om vores distancekursus
Marketing for ikke-marketingfolk på
www.ibceuroforum.dk/marketing



Returneres ved varig adresseændring

T I L M E L D I N G

Distancekursus – Event Management

Kursuspris kr. 10.995,- ekskl. moms. Kursusstart den 28. august 2006

Navn 1 _____

Navn 2 _____

Stilling _____

Stilling _____

Afdeling _____

Afdeling _____

E-mail _____

E-mail _____

Ønsker du at modtage information om kommende arrangementer via e-mail?

Ja tak Nej tak

Ønsker du at modtage information om kommende arrangementer via e-mail?

Ja tak Nej tak

Firma _____

Adresse _____

Postnr. og by _____

Telefon (omstillingen) _____

Fax _____

Evt. EAN nr./ordrenr. _____

Sådan kan du tilmelde dig: (Venligst oplys tilmeldingskode – se adressefelt)

Telefon 35 25 35 45 · Fax 35 25 35 46 · **Internet** www.ibceuroforum.dk/distanceevent

Email registration@ibceuroforum.dk · **Brev** IBC Euroforum, Blegdamsvej 104 A, 2100 København Ø

IBC Euroforum

IBC Euroforum er en konference- og kursusarrangør, der arrangerer og afholder konferencer og kurser inden for aktuelle emner og problemstillinger. Gennem tæt kontakt til det danske erhvervsliv er det vores mål at skabe kvalitetskonferencer og kurser, der udvikler den enkelte deltagers kompetencer.

Vi arrangerer konferencer og kurser inden for salg, økonomi, administration, markedsføring, informations-teknologi, personaleforhold og ledelse. Arrangementernes indhold er en kombination af strategiske, taktiske og operationelle tilgange til den aktuelle problemstilling.



IBC Euroforum ApS

Blegdamsvej 104 A · Postboks 801 · 2100 København Ø · Telefon 35 25 35 45 · Fax 35 25 35 46
info@ibceuroforum.dk · www.ibceuroforum.dk · Giro 3 93 14 55 · CVR-nr 24 24 03 71