SLM

SWISS SCHOOL OF
LIVE MARKETING

Marketing Manager Communications & Events

Ausschreibung 2014 / 2015

Detailinformationen / Anmeldung

Der führende Fachlehrgang für Live-Marketing

In Partnerschaft und Unterstützung

ISMPAT starticket PRINT AT HOME ticketcorner.ch

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Liebe Interessentinnen, liebe Interessenten

Eventmarketing, Sportmanagement, Sponsoring, Athletenvermarktung, Künstlervermarktung, Markenführung, Kommunikation, Musikmanagement, Teamführung, Live-Entertainment, Showbusiness und allgemeines Marketing? Sprechen Sie diese Begriffe an und interessieren Sie sich dafür? Suchen Sie eine Fachschule, die all diese Themen in der Tiefe und in einem Berufslehrgang abdeckt?

Dann liegen Sie hier richtig.

Lassen Sie sich über ein Jahr lang von führenden Branchenprofis ausbilden. Nebst der Aneignung eines umfangreichen Fachwissens steht die Praxisanwendung für uns im Zentrum. Nur wer das Erlernte auch in die Praxis umsetzen kann, dient seinem Arbeitgeber und macht sich somit nützlich und attraktiv auf dem Arbeitsmarkt.

Unser Lehrgang ist für Frauen und Männer gemacht, die eine äusserst praxisnahe und intensive Aus- oder Weiterbildung absolvieren möchten im Fachbereich des Live-Marketings. Der Lehrgang ist aufgebaut und in Anlehnung konzipiert nach den Richtlinien eidgenössischer Marketingprüfungen auf Stufe „Marketing Manager“.

Wir bieten Ihnen die Gelegenheit, Teil einer auserwählten Schülerschaft zu werden für über ein Jahr lang. Dabei versuchen wir unsererseits das Beste zu geben: Leidenschaft für das Berufsbild, vollster Einsatz während den Unterrichtstagen, Fokus auf wirklich relevante Themengebiete des Live-Marketings, Praxisnähe, einen cleveren Aufbau des Lehrgangs und nicht zuletzt ein Referentenpool führender Fachprofis auf ihrem Gebiet. Im Zentrum der Ausbildung stehen Sie: Ihr Erfolg ist unser Erfolg. Der Nutzen zählt und wir möchten, dass Sie vom Lehrgang ein Höchstmass an Professionalität und Wissen für Ihre weitere Karriere mit auf den Weg nehmen.

Alle Informationen rund um den Fachlehrgang finden Sie im vorliegenden Dokument.

Befassen Sie sich damit in aller Ruhe und entscheiden Sie dann, ob Sie Teil einer faszinierenden Berufsreise werden möchten.

Alexander Haag
Schulleitung

© alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Inhaltsverzeichnis

Die Vorteile und Einzigartigkeiten (USP's) des Lehrgangs 4

Kursaufbau / Prüfungsfächer 5/6

Lerninhalt der Prüfungsfächer 7

Kursaufbau / Grobzeitplan 8

Prüfungen / Diplomprüfungen / individuelle Coachings 9

Zulassungsbedingungen zum Lehrgang 10

Kosten / Zahlungsmodalitäten 10

Prüfungszulassungen / Qualifikationen zum Erhalt des Diploms 11

Berechnung des Notendurchschnitts / Gewichtungen einzelner Prüfungen 12

Dozenten & Referenten 13-15

Organisation:

- Kurstage / Zeiten 16
- Terminplan / Übersicht 16
- Kursort / Lokalitäten 16
- Besuche an Live-Events / Spielstätten-Besichtigungen 17
- Zeitliche Investitionsübersicht in Stunden 18

Leistungsübersicht 18

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) 19

Anmeldung 20

Impressum 21

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Vorteile und Einzigartigkeiten (USP's) des Lehrgangs

Umfang und Inhalte

Unser Ziel war es von Anfang an, einen Lehrgang zu konzipieren, welcher in Umfang, Inhalt und Praxisbezug einzigartig ist in der Schweiz.

Über 200 schulische Lektionen rund ums Thema Live-Marketing. Referenten und Dozenten mit langjähriger Branchenerfahrung der Spitzenklasse. Zahlreiche Zwischenprüfungen zu jedem Fach. Mehrere Event- und Spielstätten-Besichtigungen. 3 Monate Diplomarbeit (schulbegleitend) inklusive persönlichen Coachings. Umfangreiche Diplomprüfungen (Abschlussprüfungen). 13 Monate Ausbildungszeit.
Der Lehrgang „Marketing Manager Communications & Events" ist keine 3-monatige Schnellbleiche, ein „Event-Kürsli" oder ein paar Wochenende Workshop, sondern ein umfangreicher Fachlehrgang für angehende Branchenprofis.

Ein Maximum an Praxisbezug sowie vorab fundierte theoretische Grundlagen zu jedem Thema bilden die Kernwerte des Lehrgangs und zeichnen diesen aus.

Referenten der Extraklasse aus Wirtschaft, Sport & Kultur

Den Referentenpool haben wir für Sie sehr sorgfältig ausgesucht und gezielt zusammengestellt.
Das Wissen und die Qualität der Referenten (inklusive aller Vorbereitungen die unsere Referenten treffen) werden Ihnen echtes Fachwissen aus der Praxis vermitteln. Sie bringen die Dinge auf den Punkt. Jedes Referat wird durch eine Fragerunde an die Referenten abgeschlossen. Damit höchstmöglicher Nutzen resultiert.

Fallstudien, Bewertungen und detaillierte Musterlösungen zu jedem Fach

Sie erhalten zu jeder gelösten Fallstudie eine mehrseitige, detaillierte Bewertung. Damit Sie jederzeit genau wissen, wo der eine oder andere Punkt verloren ging und wo der Schuh noch drückt.

Schriftliche und mündliche Diplomprüfungen

Die schriftlichen Diplomprüfungen dauern insgesamt 3 Tage. Dabei werden sämtliche Fächer geprüft (Prüfungsdauer 2 respektive 3 Stunden pro Fach). Dies ist vergleichbar mit eidgenössischen Fachprüfungen in Marketing & Verkauf. Auch mündliche Diplomprüfungen finden statt (pro Teilnehmer eine halbe Stunde).

Auch die Diplomarbeiten mit höchstem Praxisbezug

Themenvorschläge für Diplomarbeiten werden einerseits seitens der Referenten aus Wirtschaft, Sport und Musik vorgeschlagen, andererseits auch von den Mitgliedern der SMPA (Swiss Music Promoters Association), der Vereinigung aller bedeutendsten Veranstalter der Schweiz. So stellen wir auch hier höchsten Praxisbezug zur Realwirtschaft sicher. Das letztlich gewählte Kandidatenthema wird zwischen diesen und der Schulleitung festgelegt.

Transparente Investition

Wir werden Ihnen keine Nachverrechnungen für Fachbücher, mögliche Zusatzlektionen, Referate, Pausen-Kaffee, Parkplatzgebühren oder ähnliches stellen: sämtliche in diesem Dokument aufgeführten Leistungen sind mit dem Teilnehmerbetrag abgegolten.

Konzipiert und in Anlehnung eidgenössischer Fachprüfungen gemacht

Unsere Prüfungsinhalte sind aufgebaut und bewertet nach den Taxonomiestufen nach Bloom. Mit Basis EQF (European Qualifications Framework) entspricht der Lehrgang einem Niveau der Klasse 5 (aus insgesamt 8 Referenzniveaus).

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Kursaufbau & Prüfungsfächer

Basisfächer

Der Lehrgang beinhaltet in den Basisfächern „Marketing Grundlagen“ und „Event Grundlagen“ 75 schulische Lektionen à 55 Minuten. Diese werden auf insgesamt 15 Samstage verteilt unterrichtet (siehe auch Stundenplan, separates Dokument). Beide Basisfächer werden (wie alle anderen Kursblöcke auch) mit einer Blockprüfung beendet.
Begleitend zu jedem einzelnen Fachgebiet (in Marketing beispielsweise Marketing-Konzeption, Werbung, Verkaufsförderung, Sponsoring, PR, Marktforschung, Kommunikation, Markenführung und Verkauf) werden den Schülern Fallstudien als Aufgabe mit nach Hause gegeben (diese gilt es ausserhalb des Schulunterrichts zu lösen). Fallstudien werden individuell bewertet und müssen unter Angabe einer Dead-Line fristgerecht eingereicht werden. Jede Fallstudie wird bewertet nach Notensystem (1-6); eine Musterlösung dazu erhalten die Lehrgangsteilnehmer zu jeder fristgerecht eingereichten Lösung.

Fachspezifische Fächer

Die fachspezifischen Fächer: **IPR** Idee, Planung und Realisierung / **TST** Technik, Sicherheit und Technologie / **VKM** Vermarktung & Kundenmanagement / **MST** Musik, Sport & Talent-Management beinhalten rund 132 schulische Lektionen à 55 Minuten. Diese werden auf insgesamt 26 Samstage verteilt unterrichtet (siehe auch Stundenplan, separates Dokument).

Die Fachspezifischen Fächer sind so aufgebaut, dass den Lehrgangsteilnehmern vorab breites und tiefes theoretisches Wissen vermittelt wird. Begleitend zur Vermittlung der Theorie finden in regelmässigen Abständen *Fachreferate von Branchenprofis auf ihrem Fachgebiet* statt. So kann zu jedem Thema die Theorie und die Praxis miteinander querverglichen werden. Analysen zwischen Theorie und Praxis geben Aufschluss über Anwendbarkeit und Nutzen des vermittelten Wissens. Auch in den fachspezifischen Fächern werden den Teilnehmern Fallstudien zu jedem Themengebiet mit nach Hause gegeben, die fristgerecht gelöst werden müssen.

Der Bereich Musik, Sport & Talent-Management übermittelt den Teilnehmern fachspezifische Einblicke in alle drei Themengebiete. In Form eines Nachdiplomstudiums besteht die Möglichkeit, sich auf eines der drei Themengebiete zusätzlich zu vertiefen. Ein Nachdiplomstudienlehrgang dauert ca. 3 Monate und kann auf Wunsch nach erfolgreichem Abschluss des Primärlehrgangs absolviert werden.

Randbedingungen, Recht, Finance & Controlling

Der letzte Block der Ausbildung übermittelt den Teilnehmern während 30 schulischen Lektionen à 55 Minuten (verteilt auf 5 Samstage) die Randbedingungen des Live-Marketings. Dazu gehören insbesondere rechtliche Rahmenbedingungen (Rechtsordnung, Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrecht, Urheberrecht, Markenschutzgesetz, kommerzielles Kommunikationsrecht und das Vertragsrecht) sowie die Vermittlung von Wissen zum Thema „Finance & Controlling“. Auch die Themen Logistik, Hygiene, Sicherheit, Umwelt, Gesundheit und das Informationsmanagement bilden integraler Bestandteil dieses Blocks. Abgerundet wird dieser Block mit Aushändigung und Besprechung eines umfangreichen Glossariums. Auch dieser Block wird mit einer Blockprüfung sowie Fallstudien abgerundet.

Diplomprüfungen

Die schriftlichen Diplomprüfungen finden während 3 Tagen im Dezember 2015 statt. Diese umfassen sämtliche Fächer des kompletten Lehrgangs. Die mündlichen Diplomprüfungen finden ebenfalls im Dezember 2015 statt, direkt nach den schriftlichen Prüfungen. Die Dauer aller Prüfungen entnehmen Sie bitte nachstehendem Gesamtüberblick.

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Diplomarbeiten

Um realen Praxisbezug herzustellen, werden gemeinsam mit den Teilnehmern „echte“ Fälle aus Sport, Musik & Wirtschaft (unter Einbezug von Inputs der Referenten) festgelegt. Jeder Teilnehmer hat 3 Monate (schulbegleitend) vom 1. September 2015 bis 1. Dezember 2015 Zeit, eine Diplomarbeit aufzubereiten und einzureichen.

Gesamtüberblick

Aufbau	Fächer	Umfang	Prüfungen	
Basisfächer	**MG** Marketing Grundlagen	40 Lektionen à 55 Minuten	schriftlich	3 Std. Diplomprüfung (Dezember 2015) PLUS Blockprüfung
			mündlich	Gesamtdauer 30 Minuten pro Teilnehmer (Dezember 2015)
	EG Event Grundlagen	35 Lektionen à 55 Minuten	schriftlich	3 Std. Diplomprüfung (Dezember 2015) PLUS Blockprüfung
			mündlich	Gesamtdauer 30 Minuten pro Teilnehmer (Dezember 2015)
Fachspezifische Fächer	**IPR** Idee, Planung & Realisierung	35 Lektionen à 55 Minuten	schriftlich	3 Std. Diplomprüfung (Dezember 2015) PLUS Blockprüfung
			mündlich	Gesamtdauer 30 Minuten pro Teilnehmer (Dezember 2015)
	TST Technik, Sicherheit & Technologie	20 Lektionen à 55 Minuten	schrifltich	2 Std. Diplomprüfung (Dezember 2015) PLUS Blockprüfung
			mündlich	Gesamtdauer 30 Minuten pro Teilnehmer (Dezember 2015)
	VKM Vermarktung & Kunden-Management	17 Lektionen à 55 Minuten	schriftlich	2 Std. Diplomprüfung (Dezember 2015) PLUS Blockprüfung
			mündlich	Gesamtdauer 30 Minuten pro Teilnehmer (Dezember 2015)
	MST Musik, Sport & Talent-Management	30 Lektionen à 55 Minuten	schriftlich	3 Std. Diplomprüfung (Dezember 2015) PLUS Blockprüfung
			mündlich	Gesamtdauer 30 Minuten pro Teilnehmer (Dezember 2015)
Randbedingungen	**RRF** Randbedingungen, Recht, Finance & Controlling	30 Lektionen à 55 Minuten	schriftlich	3 Std. Diplomprüfung (Dezember 2015) PLUS Blockprüfung
			mündlich	Gesamtdauer 30 Minuten pro Teilnehmer (Dezember 2015)
Lektionen Total		**207**		

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Lerninhalt der Prüfungsfächer / Themenschwerpunkte

Fächer	Inhalt
MG Marketing Grundlagen	- Begriffe & Erklärungen des Marketings - Aufbau & Inhalt operativer Marketingkonzepte, Strategie-Arten, Umsetzungen - Marketing-Mix: Inhalt, Aufbau, Anwendung & Bedeutung - Markteinführung neuer Produkte und Dienstleistungen - Marketing-Analyse & Planung - Eigenschaften Dienstleistungsmarketing im Vergleich zu Konsumgüter-Marketing - Marktforschung: primäre und sekundäre Marktforschung - Werbung, Verkauf, PR, Kommunikation: Aufbau und Inhalte von Konzeptionen, Anwendungsbeispiele der Instrumente - Physische & numerische Distribution - Markenstrategien und Markenführung
EG Event Grundlagen	- Aufbau und Inhalt operativer Event-Konzepte - Veranstaltungsarten und Eigenschaften dieser - Sponsoring & Fundraising / Konzeptschwerpunkte / Realisation / Kontrolle - Eigenschaften des Messe & Conference Managements - Musik & Recht: Künstler-Verwertungsrechte, Urheber, Verlagswesen, Lizenzierungen etc. / Aufgaben der SUISA - Zusammenarbeit mit Künstlern und Agenturen - Vertragswesen: Vertragsarten in Musik & Sport, Inhalte, Vorteile - Hospitality-Management: Aufbau, Implementierung & Erfolgskontrolle
IPR Idee, Planung & Realisierung	- operative Implementierung eines Eventkonzepts: Bedeutung & Umsetzung - Strategische Massnahmen und Erfolgskontrollen - Projektmanagement & Prozesse - Bookings von Künstlern und Sportlern: Rechte und Pflichten - Warenlogistik und Anforderungen an Spielstätten - Catering: Auswahl und Bedeutung des richtigen Caterers
TST Technik, Sicherheit & Technologie	- Anlagen & Geräte - Licht / Ton / Technik - Lieferantenauswahl: Aufbau und Einsatz von Nutzwertanalysen - Bedeutung und Einsatz von: Brandschutz, Unfallschutz, Sicherheit, Risikobewertungen, Gefahrenabwehrbehörden - Verkehrsregelungen, Anbindungen, Zuschauerströme - Moderne Ticketing- und Zutrittslösungen / Distribution
VKM Vermarktung & Kunden-Management	- Verkauf von Veranstaltungen: wichtigste Eckdaten und Konzept-Aufbau - Kundenpflege, Kundenbindung, Empfehlungsmarketing - Online-Marketing: Suchmaschinen, Social Media, Kampagnen, Monitoring, Analytics - Einsatz und Möglichkeiten moderner Kommunikationsinstrumente - Medienpartnerschaften: Bedeutung und Inhalte - Compliance-Regelungen: Richtlinien / Gefahren / Chancen / Regelwerke
MST Musik, Sport & Talent-Management	- Grundsätze des Sportmarketings und der Athletenvermarktung / Aufgaben und Pflichten von Vermarktungsagenturen - Künstlermanagement in der Musik: Bedeutung, Markenaufbau und Inhalte - Möglichkeit zum Nachdiplomstudium mit Fachrichtung Musik, Sport oder Talent-Management
RRF Randbedingungen, Recht Finance & Controlling	- Einführung Rechnungswesen / Einführung Investitionsrechnung - Controlling (Budgetierung, Kontrolle und Massnahmen) - Bilanz-, Erfolgs- und Cashflow Analyse - Finanzmanagement aus betriebswirtschaftlicher Sicht - Vertragswesen, Haftung und Sicherheit - Gesundheit, Umwelt, Informationsmanagement - Hygiene, Logistik, Infrastruktur - Glossarium von A-Z

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Kursaufbau / Grobzeitplan

<table>
<tr><td>11
14</td><td>12
14</td><td>01
15</td><td>02
15</td><td>03
15</td><td>04
15</td><td>05
15</td><td>06
15</td><td>07
15</td><td>08
15</td><td>09
15</td><td>10
15</td><td>11
15</td><td>12
15</td></tr>
<tr><td colspan="5" rowspan="2">Grundlagen-Block</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="8" rowspan="2">Fachspezifischer Block</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="6" rowspan="2">Fachreferate</td><td colspan="3"></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="3"></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="3" rowspan="2">Diplomarbeit</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td rowspan="2">Abschluss-
prüfungen</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

Grundlagenblock/Basisfächer
Ziel: Die Studenten beherrschen sämtliche notwendigen theoretischen Grundlagen des Marketings und des Eventmarketings.

Fachspezifischer Block
Ziel: Die Studenten können die erlernten Grundlagen in praktischen Problemstellungen anwenden mit Schwerpunkt Live- und Eventmarketing. Sie beherrschen den vermittelten Stoff der weiter führenden, fachspezifischen Disziplinen.

Fachreferate von Persönlichkeiten aus Sport, Musik und Wirtschaft
Ziel: Die Referenten geben den Teilnehmenden fundierten Einblick in die Praxis
(mit Bezug zum Thema in welchem sie Profis sind). Ein Quervergleich zwischen Theorie und Praxis verstärkt den Bezug zur Berufsrealität.

Diplomarbeit
Ziel: Der Teilnehmer befasst sich intensiv mit einen fachspezifischen Thema seiner Wahl. Auch hier soll möglichst hoher Praxisbezug hergestellt werden, indem reale Themen von Veranstaltern, Spielstätten, Agenturen, Sportlern, Musikern oder Firmen bearbeitet werden.

Abschlussprüfungen
Ziel: die Teilnehmer werden auf Herz und Nieren in einer mehrtätigen Schlussprüfung in allen Fächern abschliessend geprüft. Dies anhand schriftlicher und mündlicher Prüfungen. Bewusst werden sämtliche Themen im Dezember 2015 abschliessend geprüft, da dadurch auch Repetitionen unumgänglich sind. Die Notengebungen zur Erreichung des Fachdiploms „Dipl. Marketing Manager Communications & Events“ finden Sie auf der Seite 11 im vorliegenden Dokument.

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Schulprüfungen & Coachings während des Lehrgangs

Prüfungen & individuelle Coachings

Die individuelle Lernentwicklung jedes Teilnehmers ist uns sehr wichtig. Gemeinsam verfolgen wir den erreichten Kenntnisstand während der gesamten Ausbildungszeit und unterstützen die Studenten punktuell dort, wo der Schuh drückt.

Blockprüfungen

Jeder Block wird mit einer Zwischenprüfung getestet und abgeschlossen.

Kurztests

Während der gesamten Ausbildung werden thematisch gegliederte Kurztests durchgeführt.

Diplomprüfungen schriftlich und mündlich

Die schriftlichen und die mündlichen Diplomprüfungen werden am Ende der Ausbildung abgehalten. Daten, Umfang und Inhalt ersehen Sie aus der nachfolgenden Tabelle:

Themen	***Art der Prüfung***	***Tag***	***Datum***	***Zeiten***	***Dauer***
MG Marketing Grundlagen **EG** Event Grundlagen	schriftlich schriftlich	Freitag Freitag	04.12.2015 04.12.2015	08:00h – 11:00h 12:00h – 15:00h	3 Std. 3 Std.
IPR Idee, Planung & Realisierung **TST** Technik, Sicherheit & Technologie	schriftlich schriftlich	Samstag Samstag	05.12.2015 05.12.2015	08:00h – 11:00h 12:00h – 14:00h	3 Std. 2 Std.
VKM Vermarktung & Kundenmanagement **MST** Musik, Sport & Talent-Management **RRF** Randbedingungen, Recht & Finance	schriftlich schriftlich schriftlich	Sonntag Sonntag Sonntag	06.12.2015 06.12.2015 06.12.2015	08:00h – 10:00h 11:00h – 14:00h 15:00h – 18:00h	2h 3h 3h
Mündliche Einzelabnahmen	mündlich	Montag Dienstag Mittwoch	07.12.2015 08.12.2015 09.12.2015	Ab 17:00h	30 min. / Teilnehmer
Mitteilung Prüfungsergebnisse	Bis 21.12.2015				

Diplomarbeiten

Ab Mitte August 2015 werden gemeinsam mit den Teilnehmern die Themen der Diplomarbeiten definiert. Die Themen aus der Realwirtschaft werden unter Einbezug aller bedeutendsten Veranstalter der Schweiz sowie unter Berücksichtigung der Themeninputs der Förderer und Sponsoren des Lehrgangs, zusammengestellt. Der Auftrag ist, dass jeder Teilnehmer ein äusserst praxisorientiertes Thema seines Interessens aussucht und sich während 3 Monaten damit intensiv beschäftigt (Recherchen, Aufbereitung, Ablieferung). Die Auswahl des Themas bespricht der Teilnehmer mit der Schulleitung. Diese entscheidet letztlich über die definitive Wahl des Themas. Die Diplomarbeit wird schulbegleitend ab 01.09.2015 während 3 Monaten bearbeitet. Abgabetermin an die Schulleitung ist der 01.12.2015.

Fallstudientrainings

Sie werden während der Ausbildung verschiedene Fallstudien lösen. Ihre Lösungen werden von uns im Detail bewertet. Die mehrseitigen Bewertungen geben Aufschluss über Punkteabzüge, Lösungs-Tipps, Einschätzungen über Ihren aktuellen Wissensstand und Hinweise auf allfällige Schwachpunkte. Sie erhalten zu jeder Fallstudie einen detaillierten Lösungsvorschlag (Musterlösung).

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Zulassungsbedingungen

Zulassungsbedingungen zum Lehrgang
Nach erfolgter Anmeldung entscheidet die Schulleitung über die definitive Aufnahme des Teilnehmers nach folgenden Kriterien:

- ✓ Der Teilnehmer muss eine erfolgreich abgeschlossene kaufmännische Berufslehre vorweisen mit einer Mindestdauer von 3 Jahren
- ✓ Andere Berufsgattungen (wie beispielsweise handwerkliche oder technische Berufe) sowie Tourismus- oder Gastronomie-verwandte Berufslehren sind ebenfalls zugelassen, sofern der Teilnehmer diese erfolgreich abgeschlossen hat
- ✓ Der Teilnehmer muss über mindestens 3 Jahre Berufserfahrung nach erfolgter Berufslehre verfügen
- ✓ Studienabsolventen werden individuell geprüft, sofern sie ebenfalls über mindestens 3 Jahre Berufserfahrung verfügen
- ✓ Der Teilnehmer muss sich bereit erklären, hohen Einsatz während der Dauer des Lehrgangs zu leisten und den Willen aufbringen, den Lehrgang nach bestem Wissen und Gewissen erfolgreich bestehen zu wollen

Individualgesuche werden von der Schulleitung geprüft. Die Teilnehmer erhalten schriftlichen Bescheid über Aufnahme oder Nicht-Aufnahme in den Lehrgang.

Kosten / Zahlungsmodalitäten

Der komplette Lehrgang kostet CHF 9‘890.00. Der Betrag kann mit einer Zahlung beglichen werden (zahlbar bis spätestens 21. November 2014) oder mit Ratenzahlungen wie folgt:

Rate 1	3‘000.00 (zahlbar bis 21. November 2014)
Rate 2	790.00 (zahlbar bis 25.12.2014)
Rate 3	790.00 (zahlbar bis 25.01.2015)
Rate 4	790.00 (zahlbar bis 25.02.2015)
Rate 5	790.00 (zahlbar bis 25.03.2015)
Rate 6	790.00 (zahlbar bis 25.04.2015)
Rate 7	790.00 (zahlbar bis 25.05.2015)
Rate 8	790.00 (zahlbar bis 25.06.2015)
Rate 9	790.00 (zahlbar bis 25.07.2015)
Rate 10	790.00 (zahlbar bis 25.08.2015)

Verspätete Ratenzahlungen während des Lehrgangs haben zur Folge, dass Kandidaten vom Lehrgang ausgeschlossen werden können ohne Rückgabepflicht des Veranstalters. Der Lehrgang untersteht keiner Mehrwertsteuerpflicht.

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Prüfungszulassungen / Qualifikationen zum Erhalt des Fachdiploms

Die Benotungen aller Prüfungen erfolgt nach folgenden Prinzipien:

6 = qualitativ und quantitativ sehr gut
5 = gut, zweckentsprechend
4 = den Mindestanforderungen entsprechend
3 = ungenügend
2 = schwach
1 = unbrauchbar oder nicht ausgeführt

Das Diplom „Marketing Manager Communications & Events“ erhält wer folgende Anforderungen erfüllt:

Anforderung	**Zu erreichende Leistung**
Besuche von schulischen Lektionen und Referaten	80% Anwesenheit aus 207 schulischen Lektionen = 166 Lektionen müssen besucht werden
Notendurchschnitt über alle Fächer & Prüfungen (Gesamtdurchschnitt)	4.0 (vier) Berechnung & Gewichtung siehe Folgeseite
Diplomarbeit	Erstellung & fristgerechte Einreichung erforderlich. Note darf nicht unter 3.0 liegen
Diplomprüfungen schriftlich und mündlich	Zwei Tiefnoten erlaubt, keine jedoch unter 3.0
Leistungsbereitschaft, sachbezogenes Verhalten und lösungsorientierte Beiträge	sind Grundvoraussetzungen während der gesamten Ausbildungszeit

Andere als halbe Zwischennoten sind nicht zulässig.
Notenwerte unter 4.0 bezeichnen ungenügende Leistungen.

Repetitorium:
Wer die Qualifikationen zum Erhalt des Diploms nicht erfüllt hat die Möglichkeit, ein Repetitorium zu absolvieren. Grundsätzlich gilt: alle Fächer bei welchen eine Note unter 5.0 (Durchschnittsnote) erreicht wurde, müssen wiederholt werden. Fächer bei welchen die Durchschnittsnote 5.0 oder mehr erreicht wurde, müssen nicht wiederholt und kein zweites Mal bezahlt werden.

Der Kandidat kann ein Repetitorium im Folgejahr antreten oder auch in späterem Zeitpunkt. Eigene Klassen für ein Repetitorium werden nicht angeboten. Der Kandidat kann die entsprechend nicht bestandenen Fächer als regulärer Teilnehmer einer Klasse wiederholen.

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Berechnung des Notendurchschnitts / Gewichtungen einzelner Prüfungen

Art der Prüfung	Anzahl Prüfungen	erreichte Note*	Gewichtung (Faktor)	Endergebnis
Kurztests	1	4.5	**10% (1)**	
	2	5		
	3	5		
	4	4		
	5	4		
	6	3.5		
	7	3		
	Durchschnittsnote	4.14	x 1	4.14
Fallstudien	1	3	**15% (1.5)**	
	2	3.5		
	3	4		
	4	4		
	5	4.5		
	6	5		
	7	3		
	Durchschnittsnote	3.90	x 1.5	5.85
Blockprüfungen	1	4.5	**15% (1.5)**	
	2	5		
	3	5		
	4	5.5		
	5	4		
	6	3		
	7	3.5		
	Durchschnittsnote	4.40	x 1.5	6.60
Diplomarbeit	1	4.5	**20% (2)**	
	Durchschnittsnote	4.5	x 2	9.00
Diplomprüfungen schriftlich	1	3.5	**40% (4)**	
	2	4		
	3	4		
	4	4.5		
	5	4		
	6	5		
	7	4		
Diplomprüfung mündlich	8	4.5		
	Durchschnittsnote	4.20	x 4	16.80
	Total			42.40
Total	**Gesamtdurchschnitt**		**100% (10)**	**4.2**

* = fiktive Beispiele

Nicht absolvierte Prüfungen werden mit der Note 1 (nicht ausgeführt) bewertet.

© alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Auszug Dozenten & Referenten

Vorname, Name	Titel, Funktion	Kurzbeschreib
Alexander Haag	Schulleitung, Gründer und Geschäftsführer der Einsiedel GmbH	Alexander Haag war u.a. 2004 - 2010 Sales Director der Ticketcorner AG. Seit über 15 Jahren ist er im Live-Marketing tätig und in der Sport- und Musikszene Schweiz bestens verankert. Er ist u.a. Manager des Tennisprofis Henri Laaksonen (CH-Meister und Mitglied des Davis-Cup Teams). Ausbildungen: - Eidg. dipl. Verkaufsleiter (Bachelor), Abschluss 2009 - Marketingplaner mit eidg. FA (Abschluss 2000) - Eidg. dipl. Hotelier / Restaurateur (Abschluss 1996) - KV-Abschluss in der Getränkeindustrie (Abschluss 1988)
Oliver Jmfeld	Manager von DJ BoBo und Geschäftsführer YES Music AG, Stans	Oliver Jmfeld ist seit Jahren die tragende Säule hinter dem Management von DJ BoBo. Sein breites und tiefes Marketingwissen im Bereich Musik und Sport wird den Teilnehmern einzigartige Einblicke ins reale Berufsleben vermitteln. Nebst seinem fundierten Wissen in allen Belangen des Live-Marketings ist Oliver Jmfeld in der Veranstalterszene Schweiz seit mehr als 20 Jahren ein Begriff.
Felix Frei	CEO / Direktor Hallenstadion AG Zürich	Das Hallenstadion ist die grösste multifunktionale Eventarena der Schweiz mit einer Gesamtkapazität von bis zu 13'000 Zuschauern. Felix Frei ist seit 2007 Direktor des Hallenstadions und massgeblich an der Erfolgsgeschichte des Hallenstadions beteiligt. In seinen früheren Tätigkeiten war er u.a. Direktor von Lenzerheide Tourismus und langjähriger Generalsekretär des schweizerischen Leichtathletikverbandes.
Chris von Rohr	Krokusgründer, Bassist, Songschreiber, Erfolgsproduzent, Buchautor und Vater	Der Gründer der Rockband Krokus hat in Sachen „Musik“ neben DJ BoBo als einziger Schweizer Künstler die ganz grossen Stadien dieser Welt gefüllt. Die Band erreichte u.a. Platinstatus in den USA. Chris von Rohr ist in seiner Art einzigartig und hat ein natürliches Gespür fürs Marketing wie kein zweiter in diesem Lande.
Rolf Bachmann	COO SCB Eishockey AG (SCB)	Der SC Bern ist der Eishockeyclub mit dem höchsten Zuschauerdurchschnitt in Europa. Vom Spielbetrieb über den sportlichen Teil bis hin zur kompletten Vermarktung des „Namens SCB“ trägt eine Person massgeblich zum Erfolg des Spitzenvereins bei: Rolf Bachmann. Vormals langjähriger Geschäftsführer des Fussballclubs „Young Boys“ kennt Rolf Bachmann alle wirklich relevanten Hebel des internationalen „Live-Marketings“ mit Schwerpunkt Sport aus dem FF.
Peter Lüthi	Swiss Ice Hockey Federation	Peter Lüthi IST Eishockey. Seine jahrzehntelange Erfahrung (zuerst als aktiver Spieler und später in diversen Führungs-positionen auf Club- und Verbandsebene) machen ihn zu einem besonders attraktiven Referenten des Lehrgangs. An der heimischen WM 2009 hat er als sportlicher Direktor sämtliche Geschicke der Nationalmannschaften geleitet und steht seit Jahren wieder im Dienste der Nationalmannschaft. Seine praktische Erfahrung in Sportmanagement und „Live-Marketing“ ist von unbezahlbarem Wert.

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Auszug Dozenten & Referenten

Vorname, Name	Titel, Funktion	Kurzbeschreib
Pascal Jenny	Direktor Arosa Tourismus und kaufm. Leiter des Arosa Humorfestivals	Als Sportler bestritt Pascal Jenny 70 Länderspiele für die Schweizer Handballnationalmannschaft. Mit der Schweizer Nationalmannschaft nahm er an den Europameisterschaften 2006 teil. In seiner beruflichen Laufbahn fungierte er u.a. als Verwaltungsrat des Schweizer Sportfernsehens. Heute ist er seit mehreren Jahren Direktor von Arosa Tourismus und kaufmännischer Leiter des Arosa Humorfestivals. Pascal Jenny verfügt über ein sehr breites und tiefes Palmares in Sachen Entertainment, Marketing und Management.
Dr. Adrian Steiner	Gründer & CEO von DAS ZELT Productions AG	DAS ZELT wurde ursprünglich im Rahmen der Expo 2002 als Kultur- und Eventplattform für die Arteplage Biel konzipiert. 2003 ging DAS ZELT unter der Leitung von Adrian Steiner als mobiles Theater auf seine erste Tournee durch die Deutschschweiz. Heute ist DAS ZELT das einzige noch existierende Expo.02-Projekt und wird von durchschnittlich 200'000 Personen pro Jahr besucht an 16 verschiedenen Standorten in der ganzen Schweiz.
Thomas Dürr	Gründer und CEO Act Entertainment AG Basel	Seit 1991 Jahren präsentiert Thomas Dürr mit einem effizient organisierten Team aktuelle Produktionen aus allen Bereichen des Entertainments. Die Zahl der Besucher hat mittlerweile längst die Millionen-Marke überschritten. Die Act Entertainment AG gehört mit über 200 Shows jährlich zu den wichtigsten Veranstaltern auf dem schweizerischen Unterhaltungsmarkt. Mit eigenen Musical-Produktionen hat sich Thomas Dürr auch als Produzent einen hervorragenden Ruf in der Schweizer Event-Landschaft erworben.
Roman Pfammatter	Inhaber der Künstler-Agentur Artistpool, Mitglied der Geschäfts-leitung Open-Air Gampel AG	Als Inhaber der Künstleragentur „Artistpool“ hat Roman Pfammatter seit mehr als 20 Jahren Erfahrung in sämtlichen Belangen rund um die Themen Künstlermanagement & Event-Produktion. Artistpool ist der exklusive Partner der erfolgreichsten Schweizer Rock- und Popbands wie Stefanie Heinzmann, QL, Redeem, Edita, Bernhard, Sandee, Fabienne Louves, Van Golden und vielen mehr. Roman Pfammatter ist zudem Vorstandsmitglied des SMPA (Swiss Music Promoters Association), dem bedeutendsten und grössten Verbund Schweizer Konzert-, Show- und Festival-Veranstalter.
Stefan Epli	Streetparade Zürich, Partner Epli & Lehmann Public Relations	Am 5. September 1992 dröhnten die Bässe der Elektromusik erstmals durch die Zürcher Gassen. Nur etwa 1000 Fans feierten die Geburtsstunde der Streetparade. Seither haben sich die Besucherströme vervielfacht: 1'000'000 und somit 3 Nullen mehr waren es 2001. Stefan Epli hat die Streetparade in Sachen Kommunikation seit den Anfängen begleitet, ein Mann der ersten Stunde einer langen Erfolgsgeschichte.
Tom Markwalder	Leiter Sponsoring & Marketing Services AXA Winterthur	Seit fünf Jahren leitet Tom Markwalder die Sponsoring-Geschäfte des grössten Schweizer Versicherers. Er hat den konsequenten Aufbau der Marke AXA von Anfang an begleitet. Die AXA gilt als äusserst innovativ; Tom Markwalder ist Fachexperte rund ums Thema „Live-Marketing“ aus Sicht eines Grossunternehmens

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Auszug Dozenten & Referenten

Vorname, Name	Titel, Funktion	Kurzbeschreib
Henri Laaksonen	Tennisprofi - Schweizer Meister und Mitglied des CH-Davis-Cup Teams	Henri Laaksonen (Jg. 1992) begann mit drei Jahren in Finnland Tennis zu spielen. Im Alter von 16 Jahren gewann er in Moskau die U-16 Europameisterschaft. Im Jahr 2009, mit 17 Jahren, erreichte er im Einzel der Junioren beim French Open das Halbfinale. Als Mitglied des CH-Davis-Cup Teams ist er die derzeit grösste Nachwuchshoffnung der Schweiz (Mitglied des A-Kaders bei Swiss Tennis in Biel). Henri wird den Teilnehmern exklusive Einblicke in die Karriere eines Tennisprofis geben sowie einen exklusiven Blick hinter die Kulissen dieser Weltsportart.
Dr. Susanne Paulet	Fachärztin für Sportmedizin und Chirurgie	Als aktive Marathonläuferin war für Susanne Paulet früh klar, dass sie sich auf den „Sport“ in ihrem Fachgebiet konzentrieren möchte. So betreut sie heute diverse Mannschaften im Bereich des Fussballs, im Eishockey sowie auch Einzelathleten im Laufsport. Für die Teilnehmer ist es interessant, eine Sportlerkarriere auch aus medizinischer Sicht zu betrachten. Der Aufbau und die medizinische Betreuung eines Athleten stehen in direktem Zusammenhang mit dem Markterfolg eines Profisportlers und sind somit im heutigen Spitzensport eminent wichtig.
Cajus Erni	Experte für Finanz- und Rechnungswesen (FH Betriebswirtschaft/ MBA)	Cajus Erni hat in seiner beruflichen Laufbahn von Beginn an einen klaren Fokus eingeschlagen: er interessiert sich für Zahlen und für Finanzanalysen. Seit mehreren Jahren ist er tätig für das Unternehmen OC Oerlikon in der Funktion als Head of Treasury Controlling. Cajus Erni ist ausgewiesener Fachmann in Sachen Finance & Controlling. Durch seine natürliche Art ein doch eher „trockenes Thema“ zu vermitteln, macht plötzlich auch das Zahlenjonglieren Spass.
Chantal Peter	SUISA - Abteilungsleiterin Aufführungsrechte	Die SUISA als nicht-profitorientierte Genossenschaft repräsentiert rund 30‘000 Komponisten, Textautoren und Musikverleger der Schweiz und Liechtenstein. Weltweit repräsentiert die SUISA rund zwei Millionen Urheber, Komponisten, Textautoren, Arrangeure und Musikverleger. Als Bindeglied zwischen den Musikurhebern/-verlegern und denjenigen, die Musik öffentlich nutzen, ist die SUISA eine elementare, nicht wegzudenkende Organisation. Chantal Peter ich Fachexpertin in Sachen Urheberrechte und Tariffragen

Sämtliche Bilder der Referenten entnehmen Sie bitte der Lehrgangsbroschüre unter www.swiss-slm.ch

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Organisation

Kurstage / Zeiten

Die schulischen Lektionen sowie die Mehrheit der Referate finden jeweils samstags ab 08:00 Uhr statt. Es kann punktuell vorkommen, dass gegen Ende des Lehrgangs auch abends (unter der Woche) noch Lektionen stattfinden; die Schulleitung informiert darüber frühzeitig im voraus. Bitte verlangen Sie den Stundenplan via: schulleitung@swiss-slm.ch (separates Dokument).

Terminplan / Übersicht

Ausbildungsschritt	***Termine***
Ausbildungsstart / Kick-Off	Samstag, 29. November 2014 (08:00h)
Grundlagen-Blöcke (Marketing & Event-Management)	November 2014 / Jan. / Feb. / Mrz. 2015
Fachspezifische Blöcke	Ab April 2015 bis November 2015
Fachreferate	Ab März 2015 bis November 2015
Themen-Festlegung Diplomarbeiten	Ab Mitte August 2015
Start Diplomarbeiten	1. September 2015
Abgabe Diplomarbeiten	1. Dezember 2015
Diplomprüfungen schriftlich	4. – 6. Dezember 2015
Diplomprüfungen mündlich	7. – 9. Dezember 2015
Mitteilung Ergebnisse aller Prüfungsarbeiten inkl. Diplomarbeit	21. Dezember 2015

Kursort / Lokalitäten

Die schulischen Lektionen finden an zentraler Lage mit guten öffentlichen Verkehrsanbindungen in der Stadt Zürich statt. Angemeldete Kursteilnehmer werden im Rahmen der Zustellung des „Starter-Kitts“ per Mitte November 2014 im Detail über den Standort informiert.

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

Besuche an Live-Events / Spielstätten-Besichtigungen

Diverse Besuche an Live-Events (inklusiver ausführlicher Back-Stage-Führung und anderen High-Lights) sowie Spielstätten-Besichtigungen werden während des Lehrgangs durchgeführt. Bei den Live-Events werden verschiedene Genre berücksichtigt wie Sport / Konzerte aus Rock-Pop, Blues, Jazz / Show / Classic / Comedy etc.

Die beiden bedeutendsten Schweizer Spielstätten werden besucht (Hallenstadion Zürich & Stade de Suisse Bern), inklusive vorgängigem Referat sowie ausführliche Blicke hinter die Kulissen.

Monate	Event
März 15	Besuch Live-Event Nr. 1
April 15	Besuch Live-Event Nr. 2
Mai 15	Besuch Live-Event Nr. 3
September 15	Besuch Live-Event Nr. 4
September 15	Besuch Live-Event Nr. 5
Oktober 15	Spielstätten-Besichtigung „Stade de Suisse BE"
Oktober 15	Spielstätten-Besichtigung „Hallenstadion ZH“

Zeitliche Investition in Stunden gesamter Lehrgang

Monat	Tätigkeit	Std	Tätigkeit	Std	Tätigkeit	Std	Total Stunden
Nov 14	Schulische Lektionen	5	Hausaufgaben *	7.5			12.5
Dez 14	Schulische Lektionen	15	Hausaufgaben *	22.5			37.5
Jan 15	Schulische Lektionen	15	Hausaufgaben *	22.5			37.5
Feb 15	Schulische Lektionen	15	Hausaufgaben *	22.5			37.5
Mrz 15	Schulische Lektionen	25	Hausaufgaben *	37.5	Besuch Live-Event	5	67.5
Apr 15	Schulische Lektionen	10	Hausaufgaben *	15	Besuch Live-Event	5	30
Mai 15	Schulische Lektionen	20	Hausaufgaben *	30	Besuch Live-Event	5	55
Jun 15	Schulische Lektionen	15	Hausaufgaben *	22.5			37.5
Jul 15	Schulische Lektionen	10	Hausaufgaben *	15			25
Aug 15	Schulische Lektionen	8	Hausaufgaben *	12	Vorbereitung Dipl. Prüfung	15	35
Sep 15	Schulische Lektionen	21	Hausaufgaben *	15	Besuche 2 Live-Events Dipl. Arbeit Vorbereitung Dipl. Prüfung	10 20 20	86
Okt 15	Schulische Lektionen	18	Hausaufgaben *	15	2 Besuche Spielstätten Dipl. Arbeit Vorbereitung Dipl. Prüfung	6 20 20	79
Nov 15	Schulische Lektionen	30	Hausaufgaben *	20	Dipl. Arbeit Vorbereitung Dipl. Prüfung	20 20	90
Dez 15	Schulische Lektionen	0	Hausaufgaben *	10	Dipl. Prüfungen	19	29
Gesamttotal rund 660 Stunden oder durchschnittlich 12 Std./Woche							

* Lösung von Fallstudien und Gruppenarbeiten inklusive

	moderat
	mittel
	intensive

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Leistungsübersicht

Die Gesamtausbildung des Lehrgangs „Marketing Manager Communications & Events“ umfasst folgende Leistungen:

Leistung	Umfang
Unterrichtsleistungen / Präsenzunterricht während	13 Monaten
Anzahl schulische Lektionen / Lektionenrahmen	207
Lernen in Kleingruppen	inklusive
Gruppenarbeiten	inklusive
Dozenten mit Leistungsausweis in der Berufspraxis	inklusive
Ausgeprägte Praxisnähe	inklusive
Umfangreiche theoretische Grundlagenblöcke	inklusive
Umfangreiche theoretische, fachspezifische Blöcke	inklusive
Fallstudien in sämtlichen Blöcken	inklusive
Detaillierte Benotungen aller gelösten Fallstudien	inklusive
Detaillierte Musterlösungen zu sämtlichen Fallstudien inkl. Tipps- und Tricks für Lösungsvorschläge	inklusive
Zugriff auf sämtliche Fachunterlagen im geschützten Downloadbereich	inklusive
Sämtliche Fachbücher	inklusive
Zusammenfassungen von Fachbüchern / Skripts	inklusive
Blockprüfungen als Abschluss jedes Lernmoduls	inklusive
1:1 Prüfungssimulationen in Vorbereitung auf die Diplomprüfungen	inklusive
Themenvorschläge / Auswahl für die Diplomarbeit	inklusive
Bewertung der Diplomarbeit inkl. Notengebung	inklusive
Persönliches Coaching während der Diplomarbeit	inklusive
4-Augen-Gespräche inkl. Aufdeckung der Schwächen	inklusive
Schriftliche Diplomprüfungen inkl. aller Korrekturen / Notengebung	inklusive
Mündliche Diplomprüfungen inkl. aller Korrekturen / Notengebung	inklusive
Fachdiplom bei Bestehen der Diplomprüfungen / Diplomarbeit	inklusive
Maximales Engagement aller Dozenten und Referenten	inklusive
Sämtliche Referate	inklusive
Besuche aller Live-Events inkl. aller Tickets, Backstage-Führungen etc.	inklusive
Besuche der beiden Spielstätten Hallenstadion & Stade de Suisse (individuelle Anfahrtskosten exklusiv)	inklusive
Gratisparkplätze an Wochenenden und abends	inklusive
Pausenkaffee, Mineralwasser während der Unterrichtsstunden	inklusive
Notizmaterial	inklusive
Freier Internetzugang in den Kurslokalitäten	inklusive

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Ausschreibung 2014/2015 ¦ Marketing Manager Communications & Events

AGB

Kursgebühr	Die Kursgebühr ist jeweils vor Kursbeginn fällig und zahlbar. Die Kursgebühr kann nach Vereinbarung auch in Monatsraten entrichtet werden, zahlbar per 25. des Monats (siehe dazu auch Kursausschreibung Seite 10). Wird der Ratenmodus nicht eingehalten, wird das restliche Kursgeld sofort zur Zahlung fällig. Bei verspäteter Zahlung wird ab Fälligkeit ein Verzugszins von 0.5%/Monat in Rechnung gestellt. Rechnungen von Kursgebühren, welche auf den Arbeitgeber des Teilnehmers auszustellen sind bedürfen dessen schriftliche Zustimmung.
Rücktritt	Bei nachträglicher Abmeldung bis 12 Wochen vor Kursstart durch den Teilnehmer annullieren wir die entsprechende Kursanmeldung gegen eine Administrativgebühr (5% des Kursgeldes). Bei Abmeldung bis 11 Wochen vor Kursbeginn wird eine Annullationsgebühr von 20% der Gesamtkursgebühr fällig. Bei Abmeldung bis 6 Wochen vor Ausbildungsstart wird eine Annullationsgebühr von 30% der Gesamtkursgebühr fällig. Bei kurzfristigerer Abmeldung, nicht Antritt oder Abbruch des Lehrgangs ist die gesamte Kursgebühr geschuldet. Eine Kündigung hat durch eingeschriebenen Brief auf Ende des laufenden Monats zu erfolgen.
Ausschluss	Teilnehmer, welche nicht den nötigen Einsatzwillen für den Prüfungserfolg an den Tag legen, können durch den Veranstalter (Einsiedel GmbH, Esslingen), ausgeschlossen werden. Der Teilnehmerbeitrag wird dann pro Rata abgerechnet, bzw. rückvergütet.
Absenzen	Es erfolgen weder Rückerstattung des Kursgeldes noch Nachhollektionen bei Fernbleiben des Unterrichts durch beispielsweise Ferien, Krankheit, Militärdienst, berufliche Belastung oder persönlicher Absenzen.
Durchführung	Die Schulleitung behält sich vor, bei ungenügender Teilnehmerzahl Kurse abzusagen oder zu verschieben.
Klassengrösse	Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Sollten einzelne Klassen zu grosse oder zu kleine Teilnehmerzahlen aufweisen, können Anmeldungen zurückgestellt bzw. Klassen zusammengelegt werden.
Lehrmittel	Die für den Lehrgang notwendigen Schulbücher und Fachunterlagen sind in den Kursgebühren inbegriffen.
Fallstudien	Die in den einzelnen Fächern zu erstellenden Aufgaben- und Fallstudienlösungen sind auf den vereinbarten Termin im Original der Schulleitung zu übergeben oder per Post einzusenden. Fallstudienlösungen und Aufgaben, die zu spät oder per eMail bzw. Fax oder Mail/Scan eintreffen werden nicht bewertet.
Interne Diplom-Prüfungen	Jeder Kursteilnehmer des Lehrgangs oder eines Repetitoriums hat Anspruch auf eine interne Diplomprüfung (schriftlich & mündlich), sofern er die im Prüfungsreglement definierten Regeln einhält. Das jeweilige Prüfungsreglement pro Lehrgang wird dem Teilnehmer vor Kursbeginn ausgehändigt und ist verbindlich.
Kursbestätigung	Kursbestätigungen werden auf Ihren Wunsch und nach Besuch von mindestens 80% der Kurslektionen ausgestellt. Über die Vergabe von Kursdiplome entscheiden die Detailbestimmungen des Lehrgangs.
Externe Prüfungen	Die Schule lehnt in Zusammenhang mit anderen, externen Prüfungen jegliche Haftung ab. Gebühren für externe Prüfungen und allfällige europäische Zertifizierungen eines ähnlichen Berufsabschlusses sind im Kursgeld nicht enthalten. Für die Zulassungsabklärung und Anmeldung in Zusammenhang mit anderen schulischen Instituten ist der Veranstalter nicht zuständig.
Urheberschutz	Der Inhalt sämtlicher Unterlagen des Lehrgangs „Marketing Manager Communications & Events“ sind urheberrechtlich geschützt. Das Kopieren und die Weitergabe von Fachunterlagen sind ohne schriftliche Genehmigung der Schulleitung strikte untersagt. Kursteilnehmer, welche diese Bestimmungen missachten oder rechtswidrige Tätigkeiten begehen, werden für den entstandenen Schaden haftbar gemacht und können ohne Rückerstattung der Studiengebühren vom Lehrgang ausgeschlossen werden.
Diplomarbeiten	Sämtliche Teilnehmer erklären sich bereit, erstellte Diplomarbeiten und deren Inhalte den Sponsoren des Lehrgangs vollumfänglich zur Verfügung zu stellen.
Referate	Referate (inkl. aller schulischer Stunden) dürfen von den Teilnehmern des Lehrgangs weder gefilmt noch dürfen davon Tonaufnahmen oder Aufnahmen anderer Art gemacht werden.
Allgemeines	Haftpflicht- und Unfallversicherung sind Angelegenheit der Teilnehmer. Die Schulleitung lehnt in diesem Zusammenhang jegliche Haftung ab. Änderungen der allgemeinen Geschäftsbedingungen bleiben vorbehalten. Gerichtsstand ist Esslingen. Zur Anwendung gelangt das schweizerische Recht.

Esslingen/Zürich, im Februar 2014

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Anmeldung

Hiermit melde ich mich an für den Fachlehrgang 2014/2015:

☐ Marketing Manager Communications & Events

Vorname …….. Name……

Geburtsdatum ……..

Privatadresse Strasse Nr. ……

PLZ/Ort ……..

Tel. P ……

eMail P ……..

Handy ……

Firmenadresse Firma ……..

Zusatz ……

Strasse Nr. ……..

PLZ/Ort ……..

Tel. G ……..

eMail G ……

Derzeitige Funktion ……

Korrespondenz an ☐ Privatadresse ☐ Firmenadresse

Rechnung an ☐ Privatadresse ☐ Firmenadresse

☐ Einmalzahlung (CHF 9‘890.-) ☐ Ratenzahlungen (s. Seite 10)

Datum …… Unterschrift ……

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.

Impressum

Herausgeber ¦ Redaktion ¦ Copyright 2014/15

Einsiedel GmbH
Engelstrasse 2
CH-8133 Esslingen

Büroräumlichkeiten Stadt Zürich

T 076 425 71 71
eM: schulleitung@swiss-slm.ch

Alexander Haag

www.swiss-slm.ch

SLM
SWISS SCHOOL OF
LIVE MARKETING

©alle Dokumente und Inhalte des Lehrgangs sind urheberrechtlich geschützt.