



Markedshøyskolen

EMNEBESKRIVELSE EVM2101 Event Management

1. Studium/studier	Bachelor i Hotelledelse Bachelor i Reiselivsledelse
2. Studieår/semester	2.studieår/4. semester
3. Studiepoeng	30
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Rune Bjerke
5. Antall timer	150 timer utgjøres av 120 timer forelesninger i auditoriet, 20 timer som foreleserstyrt coaching på utvalgt hovedsted for eventene og 10 timer til coaching og observasjon av gjennomføring av eventene. Ekstra 30 foreleserstyrte coaching/observasjonstimer blir tilbudt etter behov på alternativt eventsted.
6. Anbefalte forkunnskaper	Grunnleggende kunnskap om markedsføring og ledelse.
7. Læringsmål	Kunnskapsmål Forstå eventet egenart og historiske utvikling. Forstå hvorfor og hvordan events brukes som verktøy i markedsføringen og merkebyggingsprosessen. Forstå sammenhengen mellom mål og effekter og hvordan effekter av events kan måles. Ferdighetsmål Lage en plan, planlegge for et event. Analysere situasjonen, målsetting, vurdere mål og måle effekter. Gjennomføre et event. Holdningsmål Kunne vise respekt for mulige negative konsekvenser av events. Vise ansvar og varsomhet overfor medarbeidere, kunder, miljø og omgivelser.

8. Innhold	<p>Emnet vil innledningsvis gi et innblikk i utviklingen av events, egenart og plass i samfunnet. Deretter vil det bli satt i sammenheng med merkebyggingsprosessen. Merkebyggingsprosessen (organisasjonsdrevet merkebygging), som paraply-fagområde, inklusive verktøy som produktutvikling, PR og publisitet, distribusjon og pris, internett og digital kommunikasjon, reklame, sisteleddsmarkedsføring og events, blir det innledende temaet i emnet.</p> <p>Videre vil emnet understreke eventets tre faser; nemlig planlegging, gjennomføring og evaluering. Planleggingsfasen vil ta utgangspunkt i kundens behov og intensjon, og tilgjengelige ressurser. Dette videreføres inn i en konseptutvikling, budsjettprosess og fremdriftsplan. I denne fasen er valg av gjennomføringssted og prosjektgruppas sammensetning et viktig tema. Studentene skal også kunne utarbeide kontrakter med oppdragsgiver og underleverandører. Emnet vil også inneholde en modul om sponsorfinansiering og ulike typer av annen finansiering av noen typer events.</p> <p>Gjennomføringsfasen vil fokusere på betydningen av nøyaktige forberedelser, hensiktsmessig organisering av arenaen, evne til å lede under press med mange uforutsette hendelser, utnyttelse av menneskelige ressurser, sikkerhetsanordninger og forholdet til omgivelsene.</p> <p>I avslutningsfasen står evaluering sentralt.</p> <p>Oppsummert:</p> <p>Event Management består av de fem hovedemnene prosjektledelse, økonomistyring og logistikk, sponsorvirksomhet, design og produksjon. Disse emnene vil blitt gjennomgått og drøftet i detalj, i tillegg til det innledende emnet merkebygging.</p>
9. Gjennomføring	<p>Emnet vil bli gjennomført med en kombinasjon av teori og praksis gjennom prosjektarbeid. Forelesningene vil bli knyttet til studentenes prosjektarbeider (reelle events). Emnet består av forelesninger, prosjektutvikling samt gjennomføring av reelle events som</p>

	deleksamen. Studentene må være innstilt på å delta på et par reiser med overnattinger for planlegging og gjennomføring av eventene.
10. Vurdering	Prosjektplanen/eventplanen og eventet som gjennomføres i grupper på inntil 3 studenter, teller 40 % av karakteren i emnet. Slutteksamen er en individuell skriftlig eksamen på tre timer, som teller 60 % av karakteren i emnet.
11. Pensumlitteratur	Bjerke, Rune og Nicholas Ind. 2007. <i>Organisasjonsdrevet merkebygging</i> . Oslo: Cappelen Akademiske Forlag. ISBN: 9788202275471. Sider: 276. Pris: 458,- Getz, Donald. 2007. <i>Event studies: theory, research and policy for planned events</i> . Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann. ISBN: 9780750669597. Sider: 520. Pris: 340,- ———. 2005. <i>Event management & event tourism</i> . 2. utg. Elmsford, N.Y.: Cognizant Communication Corporation. ISBN: 9781882345465. Sider: 440. Pris: 437,- Hannigan, John A. 1998. <i>Fantasy city: pleasure and profit in the postmodern metropolis</i> . London: Routledge. ISBN: 9780415150989. Sider: 256. Pris: 429,- Karlsen, Jan Terje og Petter Gottschalk. 2008. <i>Prosjektledelse – fra initiering til gevinstrealisering</i> . 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 9788215013633. Sider: 490. Pris: 449,- O'Toole, William og Phyllis Mikolaitis. 2002. <i>Corporate Event Project Management</i> . Hoboken, N.J.: John Wiley. ISBN: 9780471402404. Sider: 304. Pris: 475,- Urry, John. 2002. <i>The tourist gaze</i> . 2. utg. London: Sage. ISBN: 9780761973478. Sider: 184. Pris: 358,- Van der Wagen, Lynn. 2007. <i>Human resource management for events: managing the event workforce</i> . Amsterdam: Elsevier. ISBN: 9780750669986. Sider: 272. Pris: 414,-
12. Anbefalt litteratur	Mallen, Cheryl, og Lorne Adams. 2008. <i>Sport, recreation and tourism event management: theoretical and practical dimensions</i> . Amsterdam: Elsevier. ISBN: 9780750684477. Tum, Julia, Philippa Norton og Nevan Wright. 2006. <i>Management of event operations</i> . Amsterdam: Elsevier. ISBN: 9780750663625.

	Yeoman, Ian, Martin Robertson og Jane Ali-Knight. 2004. <i>Festival and events management: an international arts and culture perspective</i> . Amsterdam: Elsevier. ISBN: 9780750658720.
--	--