

Kinder-Uni, Science Slams oder Wissenschaftsjahre:
Die „Eventisierung“ hat auch die Wissenschaft erfasst. Während es früher um Wissensvermittlung ging, liegt der Fokus heute auf Orientierung, Zielgruppengenaugigkeit, Partizipation und Nachhaltigkeit.

Die Themenpalette des vorliegenden Bandes der Edition „Praxisratgeber Wissenschaftsmarketing“ reicht von Messen und Ausstellungen über Tagungen und Kongresse bis zu wissenschaftlichen Veranstaltungen. Ein Kapitel widmet sich der Initiative „Public Understanding of Science“.

Die Autoren sind Dozenten im Masterprogramm Wissenschaftsmarketing. Sie zeigen die Vielfalt der Veranstaltungsformen, erläutern deren Entwicklung und geben Ratschläge für die praktische Umsetzung.

Die Autoren:

Michaela Kirchner (Hrsg.): Abteilungsleiterin für wiss. Weiterbildung an der TUBS GmbH TU Berlin ScienceMarketing und Koordinatorin des Masterstudiengangs Wissenschaftsmarketing.

Dr. Thorsten Knoll: Projektleiter für Ausstellungen und Messen in der TUBS GmbH sowie Dozent für Veranstaltungsmanagement im Kongress- und Messewesen an der TU Berlin und an der Best Sabel Hochschule Berlin.

Vanessa Jansen-Meinen: Agenturleiterin für nachhaltige Kommunikation im Veranstaltungs- und Marketingmanagement sowie Dozentin für Tourismus- und Veranstaltungsmanagement.

Uwe Moldrzyk: Diplom-Biologe und Leiter der Ausstellungsentwicklung am Museum für Naturkunde in Berlin. Träger des Bscher Medienpreises.



Edition Ratgeber Wissenschaftsmarketing

Kirchner (Hrsg.) – Knoll – Jansen-Meinen – Moldrzyk
Events in der Wissenschaft



ScienceMarketing

Events in der Wissenschaft

Michaela Kirchner (Hrsg.)
Thorsten Knoll
Vanessa Jansen-Meinen
Uwe Moldrzyk



ScienceMarketing
Edition Ratgeber Wissenschaftsmarketing



innokomm.eu/verlag

ISBN: 978-3-9814811-4-3

DE: 16,90 EUR



01690



9 783981 481143