

Corso di formazione e specializzazione in organizzazione e gestione eventi

Scheda descrittiva

Focus del corso

Formare l'Event Manager: il professionista specializzato nell'ideazione, pianificazione, organizzazione e gestione di eventi aziendali.

Attraverso l'evento - strumento di marketing sempre più utilizzato (+200% di volume d'affari nell'ultimo biennio) - le aziende e le istituzioni comunicano idee e prodotti, valorizzano brand, attivano e alimentano rapporti con il proprio target, gestiscono dinamiche di Customer Care, creano partecipazione ed emozionalità.

Tra i settori che ricorrono maggiormente all'evento come strumento di supporto strategico al business e alla comunicazione: automobilismo, cinema, farmaceutico, largo consumo, ICT e Telecomunicazioni, turismo.

Il Corso avrà un'impostazione pragmatica fortemente orientata alla Comunicazione e prevederà moduli formativi sulle seguenti materie: marketing, comunicazione d'impresa, pubblicità, project management, logistica. Le lezioni saranno arricchite da simulazioni e studio di casi reali eccellenti (Aziende private nazionali, Pubblica Amministrazione, Turismo, Comparto Fiere e Congressi).

I migliori allievi, selezionati sulla base della valutazione di un project work finale, proseguiranno il percorso formativo con uno stage presso aziende partner.

Struttura didattica

Durata

80 ore in aula; frequenza obbligatoria dal lunedì al venerdì, ore 09.30-13.30.

Supporti didattici

Dispense ed esercitazioni, letture tematiche, aule climatizzate con videoproiettore.

Attestato

Il corso si concluderà con il rilascio di un attestato di frequenza e una valutazione qualitativa prodotta dal corpo docente.

A chi è rivolto

Il Corso si rivolge a laureati, laureandi in Lettere, Scienza della Comunicazione, Sociologia, Scienze Umanistiche, Scienze economiche; a coloro che abbiamo affrontato studi nelle aree: marketing strategico, marketing operativo, marketing culturale, marketing del territorio, e a quanti vogliono lavorare nel mercato della comunicazione e potenziare il proprio skill professionale.

Docenti professionisti

Uno dei principali punti di forza del corso è dato dall'elevata qualità del corpo docente, costituito dai direttori commerciali e dai responsabili delle principali concessionarie online nazionali. Professionisti sul campo, con esperienze, percorsi formativi e tecniche differenti si confronteranno per fornire ai corsisti una rappresentazione concreta e al tempo stesso articolata del mercato del Digital Advertising, con particolare attenzione verso le evoluzioni attese nel prossimo futuro.

Programma

Introduzione

- Definizioni (Evento aziendale, Evento culturale, Evento commerciale, Evento istituzionale, etc.)
- Il mercato nazionale ed internazionale degli eventi
 - storia
 - dati
 - evoluzioni attese
 - attori / player coinvolti
 - modelli a confronto
 - focus sulle principali aziende specializzate nell'organizzazione di eventi e congressi
- Marketing strategico e operativo

- La comunicazione d'impresa (definizioni, modalità, modelli, strumenti)
- La comunicazione prodotto
- La comunicazione "emozionale"(focus di ogni evento)

- Eventi e meccanismi di incentivazione / team building
- Il Customer Care e la gestione dei Clienti attraverso l'ideazione di eventi strategici
- Gestione e allocazione dei budget per l'organizzazione e gestione di eventi
- Il Project Management degli eventi aziendali (Teoria e Tecniche applicate)
 - raccolta delle esigenze del cliente
 - realizzazione del progetto "evento" (modelli di project management a confronto)
 - individuazione della location
 - sponsorizzazioni
 - definizione dei servizi e dei valori aggiunti dell'evento
 - supervisione dei fornitori esterni,
 - monitoraggio dell'evento
 - comunicazione e pubblicità a supporto dell'evento
 - gestione ottimizzata degli imprevisti
 - simulazioni e project work

- L'evento nell'era dei new media (nuove potenzialità, nuovi strumenti, focus su Internet)
- Casi reali eccellenti (Aziende nazionali, Pubblica Amministrazione, Turismo)
- Panoramica sul mondo del lavoro.

2

Progetti operativi

La formazione in aula sarà completata da **progetti operativi** per clienti reali. Gli allievi, suddivisi in gruppi di lavoro come team professionali sul mercato, dovranno realizzare proposte concrete di pianificazione pubblicitaria, sotto la supervisione del corpo docente.

Stage

Il primo passo verso il mondo del lavoro avverrà attraverso uno stage operativo. Successivamente ad un percorso di orientamento e selezione, i corsisti saranno inseriti in aziende e agenzie partner per applicare concretamente le competenze acquisite e arricchire la propria formazione teorico-pratica.

Aziende partner

Numerose agenzie e concessionarie collaborano al corso fornendo docenti e garantendo disponibilità per stage operativi.

Prospettive professionali

- Aziende (divisione interna per la comunicazione ed il marketing);
- Agenzie di comunicazione e pubblicità
- Agenzie di public relations
- Società specializzate nell'organizzazione di Mostre e Congressi
- Pubblica Amministrazione