

Marketing e Organizzazione per la Meeting&Event Industry

8 Aprile - 9 Luglio 2016

Direzione Scientifica:
Prof. Paolo Rizzi

Modalità di iscrizione

Le domande di iscrizione dovranno pervenire entro il **21 Marzo 2016**.

Nella giornata del 25 Marzo 2016 si svolgeranno i colloqui di selezione.

È necessario inviare la domanda di iscrizione collegandosi al sito:
http://apps.unicatt.it/formazione_permanente/piacenza.asp

La quota di partecipazione è fissata in
Euro 1.600,00 + IVA 22% (Euro 1952,00).

La scadenza per effettuare il pagamento è il 5 Aprile 2016.

Informazioni

Università Cattolica Sacro Cuore
Servizio Formazione Permanente
Via Emilia Parmense, 84 - 29122 Piacenza
Tel. 0523/599393
Fax 0523/599195
ser.formpermanente-pc@unicatt.it
http://apps.unicatt.it/formazione_permanente/piacenza.asp

Corso di Alta Formazione

Piacenza,

Università Cattolica del Sacro Cuore
Via Emilia Parmense, 84 - Piacenza

con la collaborazione del

Laboratorio di Analisi del Mercato
Congressuale Internazionale



in collaborazione con



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Presentazione

Finalità

Il corso intende preparare figure professionali destinate al marketing congressuale e all'organizzazione degli eventi.

In particolare, intende formare il partecipante per la funzione di assistente all'Exhibition & Event Manager, all'esperto dei servizi fieristici e congressuali, e in generale alle funzioni progettuali ed operative del settore.

Un percorso completo, integrato ed innovativo, che permette ai giovani di inserirsi nel mondo del lavoro con una solida preparazione nel settore.

Acquisizione di competenze

- Collaborare alla progettazione e realizzazione di eventi e congressi.
- Comunicare e promuovere prodotti e servizi mediante la partecipazione a congressi ed eventi.
- Applicare tecniche di marketing operativo.
- Effettuare analisi di mercato.
- Realizzare campagne di web marketing anche attraverso i social media.
- Utilizzare il business english e gli strumenti informatici più diffusi.
- Coordinare le fasi di organizzazione di un evento.

Destinatari

Il corso è a numero chiuso e prevede un massimo di 15 partecipanti in possesso del diploma di laurea.

Saranno considerati titolo preferenziale:

- conoscenze di marketing e comunicazione
- buona conoscenza del pacchetto microsoft office
- una spiccata predisposizione alle relazioni interpersonali
- conoscenza della lingua inglese

Struttura del Corso

Tot ore formazione in aula: 150

Tot ore formazione pratica: 200

La formazione d'aula sarà strutturata in lezioni frontali, esercitazioni, discussioni di casi e testimonianze aziendali.

Al termine delle lezioni d'aula saranno attivati stage presso operatori pubblici e privati, con la possibilità di partecipare a progetti di organizzazione e di gestione operativa di eventi e congressi.

Faculty

Prof. Paolo Rizzi; Prof. Roberto Nelli; Prof. Furio Reggente; Dott.ssa Paola Bensi; Dott.ssa Alessandra Carminati; Dott.ssa Natalia Trotta.

Programma

Formazione in Aula

8 aprile - 9 luglio 2016

Ven	9.00 - 13.00	13.30 - 17.30
Sab	9.00 - 13.00	

Tirocini-stage da giugno a fine luglio 2016

1 - Introduzione

Scenari economici della competitività territoriale
Scenari economici del turismo
Il marketing e il branding territoriale

2 - Meeting & Event Industry (M&E)

Caratteristiche del settore M&E
Aspetti economici della M&E Industry
Competenze e figure professionali

3 - Il Marketing Congressuale

Turismo business & turismo congressuale
Il marketing di eventi, congressi e fiere
Relazioni pubbliche e media relations
Il ruolo dei social network

4 - La Struttura Organizzativa

Il committente
Il project manager
La segreteria organizzativa
I provider privati ed istituzionali
I fornitori di servizi
I consulenti esterni e il personale on-site
I responsabili della sicurezza
L'amministrazione e il controllo di gestione

5 - Applicazioni di Project Management

Dalla progettazione alla valutazione dell'evento.

5.1 - Progettazione & Risk Management

Definizione degli obiettivi
Definizione del target di riferimento e analisi di mercato.
Definizione della tipologia di evento
Budget dell'evento e la valutazione dei rischi
Definizione delle partnership e rispettivi ruoli
Tecniche di organizzazione
Norme di riferimento
Valutazione dell'impatto a breve, medio, lungo termine
Validazione del progetto

5.2 - Pianificazione degli Eventi

Documenti e normative di riferimento
Programma generale dell'evento
Coordinamento e piano delle attività
Piano di promozione e comunicazione
Piano di sponsorizzazione
Piano logistico
Piano degli allestimenti
Piano di sicurezza e piano sanitario
Gestione dei partecipanti
Sistema informativo
Evento virtuale

5.3 - Monitoraggio e Revisioni

Rilevazione degli interessi degli stakeholders
Valutazione intermedia dell'impatto
Revisioni di progetto
Revisioni di budget
Validazione dell'evento

5.4 - Realizzazione dell'Evento

Allestimento dell'evento
Evasione degli ordini
Coordinamento generale dei servizi e del personale
Gestione e coordinamento degli ospiti
Gestione delle situazioni di crisi

5.5 - Valutazioni finali e Report

Gestione post evento
Report organizzativi, amministrativi e burocratici
Procedure per la valutazione di un evento
Valore di un evento e consolidamento dei risultati
Prospettive di sviluppo