

Denominazione	Comunicazione e organizzazione degli eventi
Moduli componenti	Modulo 1: Strategia progettuale e organizzativa degli eventi Modulo 2: I format dell'evento
Settore scientifico-disciplinare	SPSC07
Anno di corso e semestre di erogazione	3° anno, 2° semestre
Lingua di insegnamento	Italiano
Carico didattico in crediti formativi universitari	6 Modulo 1: 4 Modulo 2: 2
Numero di ore di attività didattica assistita	36 Modulo 1: 26 Modulo 2: 10
Docente	
Risultati di apprendimento specifici	Conoscenza e comprensione del mercato di riferimento Determinazione delle finalità ed obiettivi degli eventi Conoscenza e comprensione delle fasi di event management Capacità di analisi, sintesi e chiarezza espositiva in relazione alla elaborazione di un project e marketing plan dell'evento Autonomia di giudizio in relazione ad attività di monitoraggio e controllo Conoscenza e comprensione degli aspetti di natura economico finanziaria Capacità di analisi, sintesi e chiarezza espositiva nelle attività di identificazione del ROI (Return On Investment) e del ROO (Return On Objectives) dell'evento
Programma	Modulo 1: Strategia progettuale e organizzativa degli eventi Analisi dello scenario di riferimento Tipologie di eventi, obiettivi e stakeholder Il Meeting Design L'Event Management Le 5 fasi della progettazione di un evento L'evento come strumento di marketing Il manuale operativo e le attività di comunicazione Il piano di comunicazione tra social media e event marketing strategy Gestione dei rischi e gestione finanziaria Modulo 2: I format dell'evento Progettare e organizzare un evento Definire le azioni di comunicazione Monitorare i risultati e la sostenibilità Il futuro degli eventi
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	Modulo 1: Strategia progettuale e organizzativa degli eventi - Lezioni frontali Ore di lezione frontale: 20 - Esercitazioni Ore di esercitazioni: 6 Gli studenti frequentanti dovranno applicare concretamente le conoscenze acquisite attraverso esercitazioni pratiche in piccoli gruppi su casi di studio concreti. Nello specifico l'esercitazione verterà sulla progettazione di un evento utilizzando le tecniche del meeting design Modulo 2: I format dell'evento - Lezioni frontali Ore di lezione frontale: 4 - Esercitazioni Ore di esercitazioni: 6 Gli studenti frequentanti dovranno applicare concretamente le conoscenze acquisite attraverso esercitazioni pratiche in piccoli gruppi su casi di studio concreti. Nello specifico l'esercitazione verterà sulla redazione di un piano di marketing e di un piano di comunicazione di un evento.

<p>Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento</p>	<p>E' prevista una prova di verifica dell'apprendimento. I metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento variano per studenti frequentanti e non frequentanti.</p> <p><u>Studenti frequentanti</u> Esame scritto ed esame orale La prova scritta, da completare in 60 minuti, consiste in 15 domande a risposta multipla. Le domande a risposta multipla sono principalmente finalizzate a valutare il grado di conoscenza da parte degli studenti sulle tematiche legate alla definizione della strategia progettuale ed organizzativa degli eventi e sul grado di comprensione dei principali format dell'evento. Negli esercizi gli studenti dovranno dimostrare capacità di applicazione degli strumenti di event management. La prova orale consiste in n. 4 domande aperte su entrambi i moduli. Gli studenti devono dimostrare, con capacità di analisi e autonomia di giudizio, di saper descrivere in modo chiaro e appropriato la struttura e il funzionamento, nonché gli strumenti e modelli di analisi di event management e di saper individuare gli strumenti e i modelli più idonei per la redazione di un piano di marketing e di un piano di comunicazione di un evento.</p> <p><u>Studenti non frequentanti</u> Esame orale La prova orale consiste in minimo n.10 domande aperte su tutto il programma dei due moduli. Nella prova orale gli studenti dovranno dimostrare il grado di conoscenza delle tematiche legate alla definizione della strategia progettuale ed organizzativa degli eventi e il grado di comprensione dei principali format dell'evento. Gli studenti inoltre dovranno dimostrare capacità di applicazione degli strumenti di event management con capacità di analisi e autonomia di giudizio. Dovranno dimostrare di saper descrivere in modo chiaro e appropriato la struttura e il funzionamento, nonché gli strumenti e modelli di analisi di event management e di saper individuare gli strumenti e i modelli più idonei per la redazione di un piano di marketing e di un piano di comunicazione di un evento.</p>
<p>Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</p>	<p><u>Studenti frequentanti</u> La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi, quale media aritmetica delle valutazioni conseguite nelle due prove. Ai fini dell'attribuzione del voto le domande hanno lo stesso peso.</p> <p><u>Studenti non frequentanti</u> La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi dato dalla somma delle valutazioni conseguite nelle singole domande. Ai fini dell'attribuzione del voto le domande hanno lo stesso peso.</p>
<p>Propedeuticità</p>	<p>Non sono previste propedeuticità</p>
<p>Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato</p>	<p>Dispense e slide fornite dal docente (libro del docente in fase di pubblicazione)</p>