



Denominazione	COMUNICAZIONE E ORGANIZZAZIONE DEGLI EVENTI
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	SECS-P10
Anno di corso e semestre di erogazione	3° anno, 2° semestre
Lingua di insegnamento	-
Carico didattico in crediti formativi universitari	6
Numero di ore di attività didattica frontale	36
Docenti	Maddalena Milone
Risultati di apprendimento specifici	<p>Al termine del percorso di studio lo studente avrà acquisito:</p> <p>Conoscenza e comprensione del mercato di riferimento, capacità di determinazione delle finalità ed obiettivi degli eventi.</p> <p>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.</p> <p>Conoscenza e comprensione degli aspetti di natura economico finanziaria, autonomia di giudizio in relazione ad attività di monitoraggio e controllo.</p> <p>Lo studente sarà, infine, in grado di manifestare capacità di analisi, sintesi e chiarezza espositiva nelle attività di identificazione del ROI (Return On Investment) e del ROO (Return On Objectives) dell'evento.</p>
Programma	<ul style="list-style-type: none">● 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● 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	<p>Il corso sarà strutturato in lezioni frontali ed esercitazioni, queste ultime integrate con le lezioni.</p> <p>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 e nella redazione di un piano di marketing e comunicazione.</p>
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	<p>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.</p> <p>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></p>



	<p>Esame orale</p> <p>La prova orale consiste in minimo n.10 domande aperte su tutto il programma dei due moduli.</p> <p>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>
Criteria di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p><u>Studenti frequentanti</u></p> <p>La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi, quale media aritmetica delle valutazioni conseguite nella prova scritta e nella prova orale. Ai fini dell'attribuzione del voto le domande hanno lo stesso peso.</p> <p><u>Studenti non frequentanti</u></p> <p>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>
Propedeuticità	Non sono previste propedeuticità
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	Dispense e slide a cura del docente