

Creare un evento

Obiettivi generali

Il progetto “Creare un evento” avrà una durata complessiva di 40 ore.

Il progetto ha la finalità di offrire agli studenti strumenti teorici e pratici sul tema degli eventi, evidenziando tutte le fasi di creazione e di realizzazione di un evento. L'attuale dinamicità degli eventi che caratterizzano il contesto quotidiano ha messo in luce la necessità di creare eventi che siano momenti di condivisione e di partecipazione a prescindere dalla tematica che si affronta.

Ogni evento deve rispondere a criteri specifici che consentano una riuscita vincente e che restino nella memoria degli utenti.

In sintesi si auspica ad una crescita su due fronti:

Saper Essere

Gli obiettivi didattico/formativi del progetto fanno riferimento alla possibilità di sviluppare competenze teoriche e pratiche nell'ambito di creazione di un evento e di potenziare le soft skills attraverso il cooperative learning..

Saper Fare

Il progetto si propone di offrire agli studenti degli strumenti pratici per rendere operative le competenze acquisite durante le lezioni. Agli studenti sarà offerta la possibilità di sperimentarsi attraverso l'analisi di casi studio e simulazioni di dinamiche gestionali che supportano event manager nelle principali scelte di marketing. In tal modo, gli studenti svilupperanno competenze operative rispetto alla tematica della creazione e dell'organizzazione di eventi.

Obiettivi Specifici

Al fine di garantire il raggiungimento pieno degli obiettivi generali, il progetto è stato pensato suddiviso in 8 moduli in cui verranno distribuite le ore previste.

I MODULO

Il primo modulo permetterà di affrontare in particolare le seguenti tematiche:

- Definizione di evento
- Le principali tipologie di evento
- Eventi per enti privati ed eventi per enti pubblici

II MODULO

- Fase della creatività: ideare un evento
- Fase dell'esecuzione: concretizzare l'idea
- Fase della misurazione: rilevare e valutare i risultati

III MODULO

- **comunicare un evento**
- Il brief di comunicazione
 - Il piano di comunicazione: il rispetto delle "5 W"

IV MODULO

- Ingredienti per un piano di comunicazione di successo
- Il media brief
- Target e scelta dei mezzi
- Definizione degli obiettivi media e strutturazione del media plan

V MODULO

- Le dinamiche di realizzazione
- La fase di chiusura
- La fase di valutazione

VI MODULO

- Analisi costi fissi e costi variabili
- Strategia di marketing
- Definizione prezzi

VII MODULO

Project work: ogni gruppo di studenti dovrà realizzare un evento

VIII MODULO

Project work: ogni gruppo di studenti dovrà realizzare un evento

