



CENTRO FORMAZIONE PROFESSIONALE PROGETTO LEONARDO S.r.l.

ACCREDITATO DALLA REGIONE CAMPANIA AI SENSI DELLA DELIBERA N. 226/2006
CODICE ORGANISMO: 00758/07/05

CORSO IN "ORGANIZZAZIONE DI EVENTI"

Società promotrice:

Progetto Leonardo S.r.l.

Obiettivi:

Il corso su "**L'organizzazione di Eventi**" dovrà articolarsi su più lezioni, in cui l'attenzione sarà concentrata all'organizzazione di eventi in se, analizzando in modo dettagliato tutte le fasi che portano alla sua creazione. Per cui si farà un'introduzione sulla definizione di evento e sulla sua natura progettuale. Si passerà, poi, alla definizione del ciclo di vita attraverso le sue fasi salienti:

- L'analisi dello sviluppo **dell'idea** dell'evento e del suo rapporto con gli obiettivi e le finalità dell'evento stesso;
- La descrizione delle operazioni connesse **all'attivazione**, ovvero alla valutazione della fattibilità del progetto in tutte le sue componenti (tecnica, organizzativa, economica) ed alla definizione delle risorse e delle capacità;
- L'indicazione di tutte le attività **di pianificazione** (azioni, tempi, risorse...), degli strumenti e delle operazioni di controllo.
- Si procederà, poi, ad analizzare tutti gli aspetti operativi che si incontrano durante l'attuazione di un evento, da quelli produttivi alla parte economico-finanziaria, agli accordi, agli aspetti amministrativi, tecnico-logistici, fino alla comunicazione. Si descriveranno le fasi conclusive del progetto, con le azioni di completamento e con la valutazione complessiva dei risultati.

Il corso sarà completato da alcuni esempi di eventi, da quelli artistici, ai convegni ed alle mostre, dagli avvenimenti sociali agli eventi a carattere didattico.

Per meglio comprendere l'ambito di azione all'interno del quale si crea e sviluppa un qualsiasi evento, sarà necessario fare dei cenni introduttivi, con delle lezioni ad hoc, sul marketing (definizione, ambito di applicazione, piano di marketing) e la comunicazione (definizione, ambito di applicazione, piano di comunicazione).

Destinatari del corso:

Il corso si rivolge a Diplomatici e Laureati

Materiale didattico:

Block notes e penna, materiale didattico - Cd-rom contenente le slide proiettate durante il corso.

Periodo del corso:

32 ore. E' previsto un solo incontro settimanale, il Venerdì con frequenza full-time, dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00.

Calendario didattico:

Venerdì **19/06/2009** dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00
Venerdì **26/06/2009** dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00
Venerdì **03/07/2009** dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00
Venerdì **10/07/2009** dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00



CENTRO FORMAZIONE PROFESSIONALE PROGETTO LEONARDO S.r.l.

ACCREDITATO DALLA REGIONE CAMPANIA AI SENSI DELLA DELIBERA N. 226/2006
CODICE ORGANISMO: 00758/07/05

Attestato rilasciato:

Attestato di Competenza in "ORGANIZZAZIONE DI EVENTI"

PROGRAMMA DEL CORSO

1. La gestione degli eventi: aspetti generali

- 1.1 Fondamenti della gestione per progetti: definizione, tipologia, ciclo di vita, logiche e strumenti
 - 1.1.1 La definizione dell'attività a carattere di "evento": aspetti caratteristici, morfologia, struttura, tipologia
- 1.2 L'evento come progetto: struttura base, contenuti, fattori chiave (tempi, costi, specifiche e qualità del lavoro), centralità del fattore umano
 - 1.2.1 Finalità e scopi dell'utilizzo dell'evento
- 1.3 Gestione degli eventi: la fase della ideazione: origini, premesse, motivazioni e rapporto con gli obiettivi e le strategie primarie dell'organizzazione
 - 1.3.1 Lo sviluppo dell'idea centrale e dell'attività connesse
 - 1.3.2 La redazione di una griglia di progetto
 - 1.3.4 La stesura della descrizione dell'evento (modalità, scopi, formati, editing, ecc...)
- 1.4 Gestione degli eventi: la fase dell'attivazione
 - 1.4.1 L'analisi della fattibilità tecnica
 - 1.4.2 L'analisi della fattibilità organizzativa
 - 1.4.3 L'analisi della fattibilità economica
 - 1.4.4 L'analisi degli aspetti di marketing
 - 1.4.5 Analisi Swot applicata all'evento

2. Gestione degli eventi: la fase della pianificazione

- 2.1 La costruzione dell'archivio di progetto
- 2.2 La gestione delle informazioni
- 2.3 La programmazione dell'evento nei suoi lati salienti (luogo, data, ambito, sinergie)
- 2.4 La pianificazione delle azioni/attività, PBS, WBS
- 2.5 La pianificazione della variabile dei tempi
- 2.6 L'individuazione e l'allocatione delle risorse
- 2.7 La pianificazione della dimensione economico-finanziaria: budget e piano di tesoreria
- 2.8 La pianificazione della comunicazione dell'evento

3. Gestione degli eventi: la fase della attuazione

- 3.1 Aspetti organizzativi e produttivi propri dell'evento
- 3.2 La gestione dello spazio dell'evento (tipologie, reperimento, allestimento, ecc...)
- 3.3 Le modalità di svolgimento dell'evento
- 3.4 Aspetti economico-finanziari
- 3.5 Reperimento e gestione dei finanziamenti pubblici (Stato, Regioni, Enti Locali, altri)
- 3.6 I finanziamenti ed i partenariati privati (sponsorizzazioni, donazioni, fund rising)
- 3.7 Aspetti tecnico-logistici
- 3.8 Aspetti economico-finanziari
- 3.9 Aspetti contrattuali
- 3.10 Aspetti amministrativi
- 3.11 Aspetti tecnico-logistici



CENTRO FORMAZIONE PROFESSIONALE PROGETTO LEONARDO S.r.l.

ACCREDITATO DALLA REGIONE CAMPANIA AI SENSI DELLA DELIBERA N. 226/2006
CODICE ORGANISMO: 00758/07/05

4. Gestione degli eventi: aspetti peculiari delle diverse tipologie di evento

- 4.1 Gli eventi legati a convegni, conferenze, incontri
- 4.2 Gli eventi di tipo seminariale, didattico-formativo
- 4.3 Gli eventi connessi alle esposizioni temporanee, mostre, collezioni permanenti e beni culturali
- 4.4 Gli eventi di spettacolo dal vivo (teatro, musica, danza, circo)
- 4.5 Gli eventi di spettacolo riprodotto (cinema, video, televisione)
- 4.6 Gli eventi a carattere sociale
- 4.7 Gli eventi sportivi

5. La Comunicazione: definizione e campo applicativo

- 5.1 Piano di Comunicazione: cos' è e a cosa serve
- 5.2 Analisi dello scenario
- 5.3 Definizione degli obiettivi
- 5.4 Individuazione del target
- 5.5 LA segmentazione
- 5.6 L'impostazione strategica
- 5.7 Lo sviluppo creativo
- 5.8 La scelta degli strumenti
- 5.9 La misurazione dei risultati
- 5.10 Opportunità e ricadute del piano di comunicazione

6. La comunicazione e l'ufficio stampa: definizione

- 6.1 Le armi dell'ufficio stampa: colloquio; press tour; rassegna stampa; intervista; conferenza stampa; comunicato stampa

7. Il Marketing: definizione e campo applicativo

- 7.1 Concetti base del marketing e sue funzioni
- 7.2 Il piano di marketing: come si redige e le sue fasi
- 7.3 Fase Analitica: analisi interna/esterna; analisi della concorrenza; analisi del comportamento d'acquisto del consumatore
- 7.4 Fase Strategica: SWOT Analysis; mission; obiettivi del piano; strategie di marketing; segmentazione e sue strategie; posizionamento e sue strategie; targeting
- 7.5 Fase Operativa: marketing MIX; budget
- 7.6 Fase di Controllo: controllo del piano annuale, controllo della redditività ed efficienza; controllo strategico; custode satisfaction

8. Esercitazione su casi-evento: saranno proposti casi-evento (eventi sul territorio, grandi concerti, festival) di particolare complessità organizzativa, partendo dall'ideazione sino alla sua esecuzione e conclusione.