

CORSO DI LUXURY EVENT MANAGER

(120 Ore)

Obiettivi: Il corso è rivolto a chi vuole affacciarsi a questa professione e capire tutte le sfumature dell'organizzazione di eventi nei molteplici contesti possibili con particolare attenzione al mercato del lusso. Il corso mira a fornire le competenze per lavorare nell'area della progettazione di grandi eventi. Il percorso progettato e le metodologie didattiche utilizzate permetteranno di formare un profilo professionale in grado di operare efficacemente nel settore del management organizzativo consentendo una qualificazione ad alto livello necessaria nel mercato del lavoro con conoscenze, strumenti e tecniche aggiornati.

Le aree di interesse spaziano dalla comunicazione al marketing, dagli eventi di lusso alla profilazione del cliente e approfondimenti di psicologia comportamentale volta alla gestione dello stress, alla leadership e al team di lavoro. La metodologia utilizzata sarà quella attivo-partecipativa attraverso la quale si intende coinvolgere i corsisti nel processo di formazione. L'utilizzo di esercitazioni, simulazioni, studio di casi, alternati alla lezione frontale, consentirà la costante interazione tra corsisti e docenti, i quali potranno mettere in pratica i contenuti appresi e verificarne la corretta acquisizione.

Figura professionale in uscita: Organizzatore di eventi. Come diventare un manager degli eventi.

Modulo 1 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI

Event planner: chi è e cosa fa un organizzatore di eventi - Differenza tra event planner e event manager - Come si organizza un evento: le diverse fasi – Brainstorming - Esercitazione pratica.

Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI & MARKETING

Personal branding e posizionamento – dinamiche del team di lavoro – psicologia dei gruppi di lavoro
Esercitazione pratica.

Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI

Come si organizza un evento: (le magnifiche 7) - La concorrenza: identificare i nostri competitors per differenziarci – Come si analizza la concorrenza - La differenziazione come strumento di marketing – Case history di successo- Esercitazione pratica.

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI

Cliente ad hoc: siamo solo per pochi. Specialista vs generalista - Il creativo e il pianificatore: due facce della stessa medaglia? - Selezione fornitori: analisi dettagliata in base all'evento
Esercitazione pratica

Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI

Classificazione delle location -Selezione della location e linee guida per ricercarla- Convention Bureau- Importanza del secondo piano A, se il tempo non ci assiste –Accenni evento in hotel -Esercitazione pratica.

Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI

Food e beverage: l'importanza del cibo - Aperitivo-cocktail, buffet o cena di gala? - Come scegliere il giusto menù in base all'evento e la tipologia di servizio – Le diverse mise en place - Catering o ristorante? - I cerimoniali : case history 'Colazione di lavoro con cerimoniale semplice di una O.N.G'
Esercitazione pratica

Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI & MARKETING

Profilazione cliente: analisi demografica – Realizzazione avatar cliente – Buyer personas -Accenni di profilazione psicografica
Esercitazione pratica.

Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) AREA MARKETING

Budget: metodologia di stilazione – marketing del lusso – beni di lusso
Esercitazione pratica.

Modulo 9 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI & MARKETING

Accenni di copywriting – Storytelling e il viaggio dell'eroe: l'arte di raccontare come strategia di marketing – Sviluppo della storia e le sue 14 fasi
Esercitazione pratica

Modulo 10 (4h teoria - 4h pratica) AREA MARKETING

Marketing e brand management - Customer experience – Il cliente luxury
Esercitazione pratica

Modulo 11 (4h teoria - 4h pratica) AREA COMUNICAZIONE

La comunicazione nelle sue principali dimensioni - La differenza tra parlare e comunicare - La comunicazione: come essere abili comunicatori - Come vendere l'evento al potenziale cliente. L'importanza dello stesso codice comunicativo – Il contesto comunicativo - Comunicazione verbale, paraverbale e non verbale - Le microespressioni facciali, la verità è scritta sul nostro volto - Esercitazione pratica.

Modulo 12 (4h teoria - 4h pratica) AREA MARKETING

Marketing: cos'è e a cosa serve – Dal marketing mix all'experience – Come acquista il cliente: valori e lifestyle – Come comunicare all'old brain – Tecniche per attivare l'old brain- Come gestire un evento ai tempi del Covid: regole e procedure
Esercitazione pratica.

Modulo 13 (4h teoria - 4h pratica) AREA

Il marketing esperienziale – SEM: strategic experiential modules. Analisi dettagliata – Dal marketing tradizionale a quello esperienziale
Esercitazione pratica.

Modulo 14 (4h teoria - 4h pratica) AREA MARKETING

La stesura del curriculum, la lettera di presentazione - Come essere vincenti nei colloqui di lavoro: la comunicazione, la gestualità e l'outfit.
Esercitazione pratica

Modulo 15 (8h teoria) Moduli Obbligatori

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui Luoghi di Lavoro (4h teoria)
Diritti e Doveri dei Lavoratori Temporanei (4h teoria)