

CORSO: LUXURY EVENT MANAGER (80 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

Selezione fornitori: analisi dettagliata in base all'evento - Classificazione delle location -Selezione della location e linee guida per ricercarla - Budget: metodologia di stilazione

Esercitazione pratica

Modulo 5 (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?

Esercitazione pratica

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

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

Esercitazione pratica.

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

Marketing e brand management - Customer experience – Il cliente luxury - marketing del lusso – beni di lusso

Esercitazione pratica

Modulo 8 (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 9 (4h teoria - 4h pratica) AREA MARKETING

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

Esercitazione pratica.

Modulo 10 (8h teoria) Moduli Obbligatorii ^[1] _[SEP] D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui Luoghi di Lavoro (4h teoria) Diritti e Doveri dei Lavoratori Temporanei (4h teoria)