



CORSO DI LUXURY EVENT MANAGER

(104 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.

Modulo 1 (4h teoria) AREA MARKETING & EVENTI

Cosa si intende per evento professionale.

L'Evento come strumento di marketing.

Caratteri distintivi: 5 protagonisti promotore, finanziatore, organizzatore, pubblico, messaggio - 4

caratteristiche principali: esperienziale, limitato nel tempo, pianificato, presenza diretta pubblico -

Specificità evento

Intro Strategia progettuale ed organizzativa: Analisi degli obiettivi principali, identificazione degli stakeholder e del target

Modulo 2 (4h teoria – 4h pratica) AREA EVENTI

Meeting designer: progettare l'evento - Tipologie di eventi : Format e metodologie e tecniche -

Principali format: eventi speciali, convention, viaggi incentive, company, day ecc.

Eventi e tecnologie digitali: tipologie eventi online

Case history - Esercitazione pratica

Modulo 3 (4h teoria – 4h pratica) AREA MARKETING

Mercato eventi: analisi e trend - Luxury brand – marketing del lusso – il cliente Luxury: profilazione

Target Market - target audience – market segmentation

Come si analizza la concorrenza - differenziarsi dai competitors

Event management: le fasi della progettazione - flow chart

Esercitazione pratica

Modulo 4 (4h teoria – 4h pratica) AREA EVENTI & MARKETING

Event manager: servizi abilità e competenze.

Il ruolo dell'organizzatore di eventi: strategia e comunicazione, competenze e attitudini.

Personal Branding.



Abilità manageriali dell'organizzatore: problem solving, negoziazione, gestione del team di lavoro, time management, public speaking,
Esercitazione pratica

Modulo 5 (4h teoria – 4h pratica) AREA EVENTI & MARKETING

Prepararsi alla progettazione evento – fase di avvio

Modello pre- planning form. Studio di fattibilità: Analisi SWOT

I partners dell'event manager – Convention Bureau – DMC – Enti del Turismo

I fornitori: come sceglierli, strumenti pratici. Cinque regole per valutare i fornitori

Esercitazione pratica

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

Struttura organizzativa di un evento – il modello di organizzazione evento in tre fasi: pre-produzione, produzione e post-produzione.

1 Pre- produzione. La programmazione: briefing – progetto - debrief – concept evento- creare comunicazione evento

Esercitazione pratica

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

Linee guida per scelta location – organizzazione dei servizi – come formulare richieste preventivi – opzioni fornitori - Le regole da seguire –

strumenti di pianificazione e gestione : budget planner.

L'importanza del backup in fase di pianificazione

Case history - simulazione pratica

Modulo 9 (4h teoria – 4h pratica) AREA EVENTI

Food & beverage: l'importanza del cibo – tipologia – come scegliere il menù in base all'evento e al target – Catering e banqueting - Allestimenti e mise en place – intrattenimento - cena di gala: come realizzare una cena di successo – gli emotionals steps.

La logistica: spazi & attrezzature

Case history - simulazione pratica

Modulo 10 (4h teoria) AREA MARKETING & COMUNICAZIONE

2 La produzione. La fase operativa

Relazione con il cliente – lettera d'incarico – Cos'è la negoziazione: i quattro stili e le 5 fasi

Comunicazione verbale paraverbale e non verbale - Come vendere al cliente, l'importanza del codice comunicativo.



Presentare il progetto evento al cliente: l'arte di raccontare come strategia di marketing.
Strategie di Marketing per rendere l'evento unico: emotional marketing.
Pianificare la gestione dei rischi: POS

Modulo 11 (3h teoria – 3h pratica) AREA EVENTI & COMUNICAZIONE

Conferma dei servizi – site inspection – dal programma preliminare al definitivo. Definizione agenda.
Creare il gruppo di lavoro: motivare team – matrice RACI (chi fa che cosa) – processo di formazione del team.
Pianificare la gestione dei rischi: POS - Gestire un evento ai tempi del covid - Piano di safety e security -
Pianificare la gestione qualità – manuale qualità
Esercitazione pratica

Modulo 12 (3h teoria – 3h pratica) AREA MARKETING & COMUNICAZIONE

Ciclo di vita di un evento.
Event plan – diagramma di Gantt: lista attività
Marketing e comunicazione: piano marketing siti e pagine web evento, cenni di content management –
planning media communication – ufficio stampa e relazioni pubbliche, comunicati stampa: caratteristiche.
Social media marketing. Diritti d'autore e liberatoria
Realizzazione documentazione e materiale evento: Invito, contenuti e struttura, Brochure – cartellonistica,
gadget.
Case history - simulazione pratica

Modulo 13 (3h teoria – 3h pratica) AREA EVENTI & MARKETING

Organizzazione: Il ruolo della segreteria organizzativa e il manuale operativo
Pratiche e permessi, accessibilità, trasferimenti, sistemazione alberghiera.
3 post- produzione. Chiusura evento
Valutazione fornitori – sistemi dei feedback – azioni di follow up – analisi risultati evento – consuntivo
evento – marketing e comunicazione: attività conclusive
Esercitazione pratica

Modulo 14 (3h teoria – 3h pratica) AREA COMUNICAZIONE

Stesura del curriculum, lettera di presentazione - personal branding - essere vincenti nei colloqui di lavoro:
la comunicazione professionale.
Esercitazione pratica – simulazione stesura cv

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)