



## CORSO: LUXURY EVENT MANAGER (72 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 verificare 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** Come si organizza un evento: (le magnifiche 7) - Dal concept al follow up Esercitazione pratica.

**Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Analisi degli step organizzativi: il Brief Esercitazione pratica.

**Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Gestione degli spazi: Come scegliere la location giusta in relazione al briefing dato - Come valutare gli spazi in relazione a capienza e tipologia di evento - Analisi delle aree di evento in relazione alla timeline di progetto e studio dei flussi di movimento tra le diverse aree Esercitazione pratica

**Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) AREA MARKETING** Marketing: cos'è e a cosa serve – Dal marketing mix all'experience - La differenziazione come strumento di marketing – Case history di successo Esercitazione pratica.

**Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** BEA e classificazione degli eventi Esercitazione pratica.

**Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Site inspection: analisi del contesto - studio della mobilità pubblica e privata - richiesta informazioni pre-sopralluogo - Documentazione fotografica: quali e quanti scatti effettuare, come catalogare le foto in cartelle - Come organizzare il materiale prima e dopo il sopralluogo - Come realizzare uno schizzo di rilievo approssimativo e di studio - Esempi di location Esercitazione pratica

**Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Dal Brief all'evento - creazione di progetto Esercitazione pratica

**Modulo 9 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Definizione di concept, come comunicarlo e presentarlo. Come preparare un layout di studio dell'evento. Esercitazione pratica

**Modulo 10 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Classificazione delle location -Selezione della location, linee guida per ricercarla e gli strumenti corretti Esercitazione pratica

**Modulo 11 (4h teoria - 4h pratica) AREA MARKETING** Il cliente luxury - Il marketing del lusso Esercitazione pratica.

**Modulo 12 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Classificazione degli eventi di lusso, format e analisi di case history Esercitazione pratica.

**Modulo 13 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Panoramica fornitori, le esigenze e le criticità - Planning dell'evento

**Modulo 14 (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 15 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Ottimizzazione degli spazi: l'importanza della flessibilità.

**Modulo 16 (4h teoria - 4h pratica) AREA EVENTI** Layout evento: come si legge un a planimetria - Utilizzo della scala e delle proporzioni: imparare a identificare le proporzioni tra gli oggetti, riconoscere l'importanza del disegno in scala - Case history

**Modulo 17-18 (8h teoria) Moduli Obbligatorii** D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui Luoghi di Lavoro (4h teoria) Diritti e Doveri dei Lavoratori Temporanei (4h teoria)