GRUPPO EVENTI
ACADEMY

Il tuo futuro inizia qui.

CORSO IN EVENT MANAGEMENT

gruppoeventiacademy.it

CONSORZIO GRUPPO EVENTI

Settore CENTRO SPORTIVO csen EDUCATIVO NAZIONALE

CONSORZIO GRUPPO EVENTI

Entra nel mondo dei Grandi Eventi.

5 Il corso
10 L'esperienza
11 I contenuti
15 I professionisti
16 L'orientamento professionale
17 I contatti

RDEGNA

GRUPPO EVENTI
ACADEMY

Il corso in Event Management si propone di argomentare tutte le fasi di un evento: *dalla pianificazione alla realizzazione, fino all'analisi dei risultati*

Il corso in event management è pensato per conciliare al meglio le esigenze lavorative e gli impegni accademici che i partecipanti devono sostenere durante il corso.

Il percorso formativo si articola in una fase d'aula e in una fase di stage.
L'attività formativa in aula è organizzata in:

- **didattica frontale:** lezioni di docenti, esperti aziendali e testimoni qualificati;
- **studio guidato:** esercitazioni pratiche consistenti nello sviluppo di casi aziendali o di simulazioni sul campo;
- **didattica interattiva:** lezioni-dibattito svolte da docenti ed esperti del settore.

La fase di didattica in aula è finalizzata a trasmettere le conoscenze specialistiche e gli strumenti operativi dell'event manager. **La didattica segue un'impostazione interattiva** che richiede la partecipazione degli allievi e la disponibilità a cooperare attivamente all'interno di un gruppo composto da **persone con esperienze e formazioni diverse.**

Le attività comprendono lezioni, analisi di casi concreti, discussioni, lavori di gruppo, esercitazioni, partecipazione ad attività di ricerca. Le testimonianze di docenti e veri e propri testimonial che portano il valore della propria esperienza completano le attività d'aula e costituiscono un'occasione formativa di grande importanza.
In alternanza alle attività d'aula, è prevista la **fase di stage, per un impegno di 150 ore,** che costituisce il naturale completamento del percorso formativo e rappresenta il momento in cui viene tradotto in realtà, dunque in "lavoro", quanto appreso.

Lo stage permette di compiere un primo ingresso nel mondo del lavoro e di **vivere un'esperienza unica nel contesto di alcuni tra i più gradi eventi prodotti in Italia,** tutti firmati Gruppo Eventi.

Le attività di aula e di stage saranno completate con incontri di **case history e approfondimenti a distanza.**

La struttura della *didattica*

Il corso fornisce un'accurata **analisi del mercato degli eventi nazionali e internazionali,** nonché le conoscenze culturali di base per svolgere una professione dove passione e aggiornamento sono indispensabili: il mercato degli eventi, le professionalità coinvolte, le tipologie di evento, la storia e i perché.

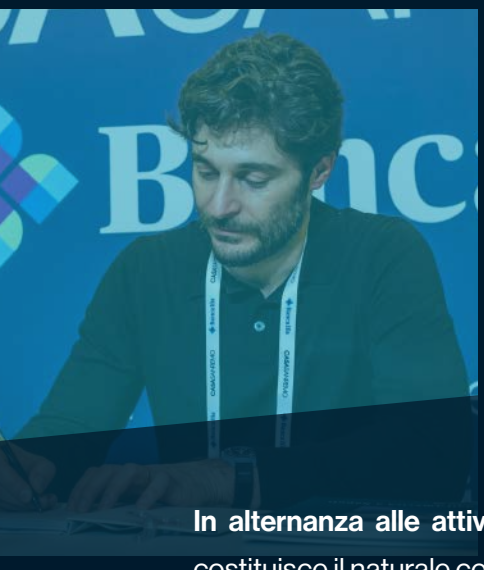
Il percorso affronta **tutte le fasi, i processi, i ruoli e i tempi legati alla realizzazione di un evento:** il processo creativo e produttivo, i ruoli coinvolti, la gestione degli acquisti, la regia dell'evento, la gestione dell'operatività, l'approfondimento di normative e sicurezza, la ricerca e gestione dei partner/sponsor.

Il Metodo

Il corso è strutturato in modo da favorire un **apprendimento progressivo e costante.**

Il metodo di lavoro è concepito per permettere a ciascun partecipante di costruire il proprio percorso in modo autonomo e responsabile e, allo stesso tempo, fornisce una preparazione d'eccellenza, **orientata alla concreta applicazione sui mercati del lavoro,** delle professioni e delle imprese. Il percorso di studi prevede, quindi, sia fasi di didattica prevalentemente teorica per trasferire i modelli concettuali di riferimento sia sessioni pratico-applicative volte a sviluppare le capacità operative e gestionali.

Sono previsti, inoltre, **numerosi incontri con manager di primarie aziende italiane,** al fine di fornire un quadro della vita reale di imprese e organizzazioni e offrire eventuali opportunità di collaborazione per il futuro.



Lo Stage

In alternanza alle attività d'aula, è prevista la fase di stage, per un impegno di 150 ore, che costituisce il naturale completamento del percorso formativo e rappresenta il momento in cui **viene tradotto in realtà, dunque in "lavoro", quanto appreso**. Lo stage permette di compiere un primo ingresso nel mondo del lavoro e di vivere un'esperienza unica nel contesto di alcuni tra i più gradi eventi prodotti in Italia, tutti firmati Gruppo Eventi: **Casa Sanremo, Tra Palco e Città, Nastri d'Argento, Premio Tenco, Concerto di Natale e tanti altri**. La partecipazione attiva a questi grandi eventi, condividendo il lavoro con un team esperto e contribuendo al raggiungimento dell'obiettivo finale, arricchisce in maniera esponenziale **l'esperienza del "fare"**.

Analisi di *Case History*

Gli studenti esaminano casi aziendali concreti, alternativi all'esposizione teorica, presentati da manager di prestigiose multinazionali ed esperti del settore del cinema, della musica e della gastronomia. Saranno valutate situazioni reali che permetteranno agli studenti di capire, in un caso specifico, le varianti positive, quelle negative, le modifiche, le soluzioni prese e i risultati ottenuti. Il case history verrà utilizzato come strumento di brainstorming, che permette la nascita di nuove idee e di soluzioni rispetto a problemi già riscontrati o ipotesi di intervento per situazioni che si verificano in corso d'opera.

Formazione *e affiancamento*

Durante le attività di formazione in aula, gli studenti vengono accompagnati nel loro percorso di crescita personale e professionale con una serie di attività implementate direttamente dalla direzione del corso e da professionisti del settore.

Tra le attività effettuate a supporto della preparazione degli student ai colloqui con le aziende sono previsti:

- Supporto nella redazione del Curriculum Vitae;
- Simulazioni di colloqui in aula con esperti di produzione eventi;
- Consulenza di esperti delle risorse umane per supporto individuale nella finalizzazione dei colloqui di stage;
- Affiancamento al lavoro perla creazione di un'attività professionale o per l'inserimento nel mondo del lavoro;

Risultati *attesi*

Durante le lezioni, oltre a ottenere gli strumenti metodologici, tecnici e culturali necessari alla realizzazione di un evento, gli studenti avranno l'opportunità di sviluppare elevate capacità di applicazione delle nozioni conosciute nonché di gestione della complessità progettuale che un evento richiede. L'approccio multidisciplinare dei corsi permetterà di conoscere e sperimentare tutti i vari momenti della realizzazione di un evento, in modo da formare Event Manager che, in azienda o in agenzia, possiedano la visione globale del mezzo e del contesto, oltre alla capacità di integrare e sincronizzare tra loro professionisti e fornitori necessari alla realizzazione di un evento.

Dove si svolge

Le lezioni si svolgeranno in presenza presso la sede di Maqer Job (Salerno), società specializzata e certificata nella formazione e presso la sede di Gruppo Eventi (Salerno), azienda leader nella produzione e organizzazione di grandi eventi, ma si avrà la possibilità, qualora si presentasse un'esigenza, di seguire online attraverso apposita piattaforma digitale.

Quando si svolge

Da settembre 2023 a settembre 2024, orientativamente per un w.e. al mese.

Iscrizione *al corso*

Requisiti di ammissione

Possono iscriversi i diplomati e i laureati presso le Università italiane e straniere.

Selezioni

È previsto un colloquio di selezione finalizzato a valutare le competenze tecniche acquisite durante gli studi o le eventuali esperienze professionali effettuate; le attitudini individuali e la motivazione alla partecipazione del candidato. Le selezioni terranno conto dei risultati del colloquio motivazionale, del titolo di studio e della votazione conseguita, della conoscenza delle lingue straniere e dell'eventuale esperienza di lavoro.

Attestato

Al termine del corso agli studenti che avranno frequentato le lezioni verrà rilasciato un attestato certificato.

Impegno Economico

Per conoscere le modalità di pagamento e le agevolazioni previste è necessario contattarci alla seguente e-mail: ***academy@gruppoeventi.org.***

30

anni di esperienza a tua disposizione

CASASANREMO

SANREMO

TRA PALCO E CITTÀ

NASTRI d'ARGENTO

LSF'23 LUCCA TUSCANY

DAVID DI DONATELLO Accademia del Cinema Italiano

ESTATELIVE

Tenco

SANREMO The STORY MOSTRA DEL FESTIVAL DI SANREMO

Concerto di Natale

MISS ITALIA

Il programma

1. *La figura dell'Event Manager*
2. *Progettazione*
3. *Realizzazione*
4. *Comunicazione*
5. *Gestione*
6. *Reporting*

1) La figura dell'Event manager

Il primo modulo affronta gli elementi propedeutici del corso, analizzando la figura professionale dell'event manager in ogni suo aspetto: dalle doti umane alla passione per gli eventi e per tutto quello che riguarda la loro organizzazione e gestione. Sarà esaminata, altresì, la corporate image intesa come identità societaria, immagine aziendale, di straordinaria importanza sia nei rapporti con il proprio cliente sia nelle relazioni con i partner e i fornitori. Una maggiore competizione rende, infatti, fondamentale presentare la propria azienda con un'immagine forte e ben curata per poter rafforzare il proprio brand e renderlo riconoscibile al pubblico. Infine, saranno trattate le competenze professionali dell'event manager, dal rispetto dei ruoli nello svolgimento delle proprie attività alle relazioni esterne, fino all'utilizzo dei software di base e dei gestionali per gli eventi.

- **1a** *La figura dell'Event Manager*
- **1b** *Corporate Image*
- **1c** *Competenza professionali |*
- **1d** *Competenza professionali ||*

2) Progettazione

Organizzare e gestire gli eventi è un processo complesso. Come punto di partenza è necessario conoscere la loro strutturazione di fondo, le differenze tra varie tipologie di evento, le fasi progettuali e quelle organizzative, nonché il contesto e il mercato di riferimento. Il modulo intende presentare lo spettro delle attività operative, degli aspetti organizzativi – inclusi i piccoli segreti del mestiere – e degli attori, la cui azione combinata consente di ideare e progettare un evento di successo. Saranno, quindi, affrontate in quanto attività essenziali della fase di progettazione: l'analisi degli obiettivi, le strategie, il budgeting e lo sponsoring, l'idea, il progetto architettonico e le condizioni di time e crisis management.

- **2a** *Analisi degli obiettivi*
- **2b** *L'idea*
- **2c** *Strategie e budget*
- **2d** *Time e crisis*
- **2e** *Il progetto architettonico*
- **2f** *La scelta della risorse umane*

3) Realizzazione

Il modulo entrerà nel merito della fase di realizzazione: dalla logistica agli aspetti tecnici; dal team di lavoro e la sua motivazione, alle relazione con i clienti e i fornitori, per garantire al partecipante la conoscenza di ogni fase del processo organizzativo. Saranno esaminate le attività di sopralluogo della location, la sicurezza sul posto di lavoro, con particolare attenzione al rischio, al danno, alla prevenzione e alla protezione. Saranno trattati anche gli aspetti legislativi, con un'analisi delle leggi e delle consuetudini che regolano il mondo dello spettacolo, i contratti e le principali norme che regolano i rapporti di lavoro, i format contrattuali, gli adempimenti burocratici e i permessi.

- ***3a*** ***La logistica***
- ***3b*** ***Gli allestimenti***
- ***3c*** ***I contratti***
- ***3d*** ***Le autorizzazioni***
- ***3e*** ***La scelta dei fornitori***
- ***3f*** ***La sicurezza***

4) Comunicazione

Il modulo affronta in maniera dettagliata tutti gli aspetti di una corretta impostazione delle attività di comunicazione, cruciale nella riuscita di un evento. A differenza delle campagne di comunicazione tradizionali, che inducono bisogni e amplificano opportunità, per l'evento è necessario che il contenuto sia affine agli interessi, alle inclinazioni del pubblico. Nell'analisi iniziale si individuano punti chiave, obiettivi, contenuti, confini, vincoli temporali e di budget. Per il lavoro di comunicazione occorre, dunque, una profonda conoscenza dell'ambiente (istituzioni, aziende ecc) e del pubblico di riferimento. Partendo dalle basi per la strutturazione di un piano di marketing, saranno analizzate le modalità di relazione con media partner, ospiti e giornalisti. Sarà approfondita la creazione di un piano di comunicazione, prendendo in considerazione anche gli aspetti tecnici di grafica e le tipologie di supporti promozionali.

- ***4a*** ***La creatività***
- ***4b*** ***Mezzi convenzionali e non***
- ***4c*** ***Ufficio stampa***
- ***4d*** ***La pianificazione***
- ***4e*** ***Il website***
- ***4f*** ***I social***

5) Gestione

La fase di gestione dell'evento viene analizzata in modo ampio, partendo dall'organizzazione dei ruoli e dalla divisione delle specifiche competenze che possono variare in base alla tipologia di iniziativa che viene messa in campo. Saranno esaminate le diverse figure professionali coinvolte: dal project manager per l'organizzazione al direttore creativo, dal direttore di produzione per la messa in opera al regista, allo scenografo, fino ai tecnici per la sicurezza e la divisione degli spazi. Oggetto di approfondimento saranno, altresì, le relazioni esterne con partner, ospiti e giornalisti nella fase propria della gestione e il product placement come strumento fondamentale per diffondere la notorietà di un marchio e caratterizzarne l'immagine. Infine, saranno esaminate tutte le modalità di monitoraggio dell'evento per controllare e valutare l'andamento delle attività ed eventualmente correggerle in corso d'opera, con particolare attenzione ai software gestionali che oggi, sempre di più, permettono di ottimizzare costi e tempi di gestione.

- **5a** *L'organigramma*
- **5b** *Il product placement*
- **5c** *Le relazioni esterne*
- **5d** *Il software gestionale*
- **5e** *Monitoraggio*

6) Reporting

Il post evento è il momento dei bilanci e delle riflessioni. In questa fase di valutazione, tutte le funzioni sono chiamate a contribuire nell'opera di confronto tra gli obiettivi e i risultati, interpretandone l'andamento. In particolare, il marketing si deve soffermare su alcuni aspetti, quali il grado di customer satisfaction e di stakeholder satisfaction, la brand perception dell'evento, la reputazione sociale.

- **6a** *Post evaluation*
- **6b** *Il costo contatto*
- **6c** *Report fotografico e video*
- **6d** *Lo swot analysis*
- **6e** *La pubblicazione dei risultati*

/ professionisti

Le lezioni del corso saranno tenute da professionisti capaci di portare in aula teoria e pratica, attraverso case-history aziendali e project work che consentono ai partecipanti di confrontarsi concretamente con il mondo del lavoro.

Vincenzo *Russolillo*

Presidente Consorzio Gruppo Eventi

Duccio *Forzano*

Regista e autore televisivo

Lino *Guanciale*

Attore e formatore

Jimmy *Pallas*

Produttore e organizzatore di eventi

Pippo *Balistreri*

Direttore di palcoscenico

Marco *Lucarelli*

Direttore della fotografia

Laura *Delli Colli*

Giornalista e scrittrice

Maurizio *de Giovanni*

Scrittore, sceneggiatore e drammaturgo

Orientamenti *professionali*

Sempre più aziende investono in quest'ambito, consce della straordinaria versatilità strategica che l'evento racchiude (unicità, interazione diretta con il pubblico, emozione, spettacolarizzazione, riscontro e misurabilità immediata dei risultati), sia esso pubblico o privato, Business o Consumer. Alla fine di questo percorso, quindi, gli studenti avranno un tale bagaglio di conoscenze con cui potersi candidare in svariati ambienti lavorativi, dalla piccola alla grande azienda, alle agenzie specializzate.

Contattaci per iscriverti
o richiedere maggiori informazioni

academy@gruppoeventi.org

+39 06 944 43 042

CONSORZIO GRUPPO EVENTI

Settore CENTRO SPORTIVO csen EDUCATIVO NAZIONALE D.B.V

GRUPPO EVENTI
ACADEMY

gruppoeventiacademy.it