

Master Semipresenziale Organizzazione di Eventi





tech università
tecnologica

Master Semipresenziale Organizzazione di Eventi

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: **TECH** Università
Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-semipresenziale/master-semipresenziale-organizzazione-eventi

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Perché iscriversi a questo
Master Semipresenziale?

pag. 8

03

Obiettivi

pag. 12

04

Competenze

pag. 16

05

Direzione del corso

pag. 20

06

Pianificazione
del programma

pag. 24

07

Tirocinio

pag. 34

08

Dove posso svolgere
il Tirocinio?

pag. 40

09

Metodologia

pag. 46

10

Titolo

pag. 54

01

Presentazione

Le nuove tecnologie hanno rivoluzionato l'organizzazione degli eventi. La frequentazione in presenza ha, in molti casi, superato la barriera per lasciare il posto ad ambienti eminentemente digitali. Si tratta di un cambiamento a cui l'organizzatore di qualsiasi evento deve adattarsi rapidamente e senza indugio. La pianificazione, la padronanza del settore o del protocollo non sono più sufficienti per ottenere un evento eccellente; per avere successo è necessaria anche una conoscenza aggiornata e specializzata delle ultime tendenze tecnologiche. Questa qualifica offre agli studenti l'opportunità di acquisire una conoscenza approfondita di un settore per essere in grado di guidare l'organizzazione di qualsiasi evento in modo professionale. Offre, inoltre, un tirocinio di 3 settimane intensive in cui potrai sviluppare appieno il tuo potenziale in un'azienda prestigiosa sotto la guida dei più esperti professionisti del settore.





“

Vuoi conoscere le ultime tendenze dell'Organizzazione di Eventi? Iscriviti e progredisci con i migliori insegnanti del settore”

Questo Master Semipresenziale si rivolge a professionisti del Marketing, della Comunicazione o del Giornalismo che desiderano affrontare nuove sfide nel campo dell'Organizzazione di Eventi. Le capacità di leadership, la pianificazione e la capacità di gestire gli imprevisti saranno essenziali per il successo dell'evento. Questo però richiede una conoscenza approfondita dell'organizzazione stessa e del settore a cui si rivolge.

Gli eventi si sono evoluti dal tradizionale formato in presenza a eventi virtuali con il 100% dei partecipanti in ambienti digitali, o eventi ibridi in cui alcuni membri si connettono attraverso piattaforme digitali mentre gli altri sono in uno spazio fisico. Questa preparazione permetterà agli studenti di conoscere le ultime tendenze nell'organizzazione di eventi e di ottenere come risultato finale lo sviluppo di un proprio modello di business, sia come *Event Planner* che con la creazione di una propria agenzia di eventi.

Durante i 12 mesi di questo programma, gli studenti saranno guidati da un'equipe di esperti del settore che li aiuterà a essere in grado di organizzare qualsiasi evento dall'inizio alla fine e a padroneggiare le tecniche più recenti nei settori del Marketing, della Finanza, della Strategia, della Comunicazione, dell'Organizzazione, della Pianificazione, delle Operazioni e della Logistica. È essenziale che l'operatore tenga presente la necessità di dare a tutte queste discipline la stessa importanza se si vogliono ottenere risultati ottimali.

I contenuti di questo programma sono stati sviluppati da esperti del settore, che lavorano attualmente a livello professionale e che hanno un ampio background in ambito aziendale e accademico. Gli studenti di questo Master Semipresenziale hanno così la garanzia di ricevere un insegnamento di qualità e conoscenze aggiornate.

In queste 1.500 ore di apprendimento, gli studenti seguiranno una fase teorica insegnata al 100% online. Avrai a disposizione tutto il materiale didattico da scaricare e visionare in qualsiasi momento. Questa libertà rende più facile per gli studenti combinare i loro obblighi personali con una preparazione che permetta loro di crescere nel loro campo professionale. Al termine di questa fase, gli studenti svolgeranno anche un tirocinio di 3 settimane con professionisti del settore in un'azienda responsabile dell'organizzazione di diversi eventi.

Questo **Master Semipresenziale in Organizzazione di Eventi** possiede il programma educativo più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di oltre 100 casi presentati da professionisti dell'organizzazione di eventi
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni tecniche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Comunicazione, Marketing e Organizzazione di Eventi
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Possibilità di svolgere un tirocinio in una delle aziende leader in organizzazione di eventi



Ottieni una conoscenza approfondita degli eventi digitali e applicala ai tuoi prossimi eventi"

“

Ti forniamo tutte le conoscenze in materia di Marketing, pianificazione e organizzazione per gestire qualsiasi evento”

Il programma di questo Master Semipresenziale di natura professionalizzante e con modalità di apprendimento misto, è orientato all'aggiornamento di professionisti in organizzazione di eventi che lavorano per enti pubblici e privati e che richiedono un alto livello di qualificazione. I contenuti si basano sulle più recenti evidenze scientifiche e sono orientati in modo didattico a integrare le conoscenze teoriche nell'esecuzione pratica dell'organizzazione di eventi di natura culturale, politica, sociale, economica o ambientale, tra gli altri.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale. La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Hai intenzione di creare una tua agenzia di eventi? Fai il salto di qualità dopo questo Master Semipresenziale e avrai successo.

Combina i tuoi impegni personali con un Master Semipresenziale 100% online nella sua fase teorica.



02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Per ottenere un reale sviluppo nel campo dell'Organizzazione di Eventi, non è sufficiente conoscere le ultime procedure e tecniche presenti sul mercato. È fondamentale approfondire le modalità di applicazione nei diversi casi che si possono presentare in questa disciplina. TECH ha progettato questa qualifica, che combina i più recenti aggiornamenti in aree quali il Marketing, la Comunicazione, la Finanza o la Logistica, con un tirocinio in un'azienda prestigiosa. Lo specialista otterrà una visione ampia e completa del panorama più attuale dell'Organizzazione di eventi. Un'occasione unica per imparare dai maggiori esperti del settore.





“

TECH ti offre l'opportunità di entrare a far parte di una vera azienda per svilupparti in un'area di lavoro impegnativa che ti permetterà, con l'aiuto dei migliori specialisti, di acquisire gli ultimi sviluppi nell'Organizzazione di Eventi"

1 Aggiornare le proprie conoscenze sulla base delle più recenti tecnologie disponibili

Le nuove tecnologie hanno portato notevoli cambiamenti nel settore dell'Organizzazione di Eventi. Gli eventi in presenza hanno superato la barriera e si svolgono sempre più spesso in modalità digitale o ibrida. Questo significa che lo specialista incaricato di questi compiti deve avere una conoscenza dettagliata degli ultimi sviluppi del settore. TECH presenta questo Tirocinio, con la quale il professionista entrerà in un'azienda di grande prestigio e all'avanguardia.

2 Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti

Durante l'intero periodo di pratica, un'ampia équipe di professionisti accompagnerà lo specialista, garantendo un aggiornamento delle conoscenze senza precedenti. Un tutor appositamente nominato guiderà e consiglierà lo studente in tutto il lavoro che svolge, consentendogli di acquisire i metodi più efficaci per incorporarli nella sua pratica quotidiana.

3 Entrare in ambienti di gruppo e di prim'ordine

Tutte le aziende disponibili per il Tirocinio sono state accuratamente selezionate da TECH. Il professionista ha assicurato l'accesso a un'azienda di grande prestigio. Ti addenterai, così, nella gestione quotidiana di uno spazio di lavoro esigente e rigoroso, dove approfondirai le procedure più aggiornate per affrontare qualsiasi evento.





4 Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Questo modello di apprendimento al 100% pratico mira a distaccarsi dai programmi pedagogici tradizionali disponibili sul mercato. TECH ha progettato questa qualifica, con l'obiettivo di consentire ai professionisti di combinare la loro vita personale e professionale con gli studi. Un programma senza lunghe ore di insegnamento in cui lo specialista è in prima linea con gli ultimi aggiornamenti in materia di Organizzazione di Eventi, mettendo in pratica tutto ciò che ha acquisito durante 3 settimane intensive.

5 Ampliare le frontiere della conoscenza

Le aziende disponibili per il periodo di tirocinio di questo Master Semipresenziale sono sparse in tutto il mondo, il che consente al professionista di accedere a centri non solo nazionali ma anche internazionali. È un modo per espandere le proprie frontiere e acquisire conoscenze dai migliori esperti del settore.

“

*Avrai l'opportunità di svolgere
il tuo tirocinio all'interno di un
centro di tua scelta”*

03 Obiettivi

L'obiettivo di questo Master Semipresenziale in Organizzazione di Eventi è quello di garantire che gli studenti acquisiscano e comprendano le conoscenze che forniscono una specializzazione al fine di implementare qualsiasi idea nell'organizzazione di eventi. Per farlo, dovrà sviluppare capacità interpersonali e competenze in aree diverse come il Marketing, la Finanza, la Logistica o la Comunicazione, oltre a comprendere le nuove realtà nella gestione degli eventi determinate dall'irruzione delle tecnologie.



“

*Questo programma offre
l'opportunità di progredire
nell'organizzazione di qualsiasi
evento nel settore MICE"*



Obiettivo generale

- L'obiettivo principale di questo Master Semipresenziale è che il professionista abbia la capacità di organizzare qualsiasi tipo di evento, sia esso tradizionale, virtuale o ibrido. Durante i 12 mesi di insegnamento, gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita delle tendenze attuali, svilupperanno capacità di lavoro in team, condurranno eventi, definiranno strategie, obiettivi e politiche commerciali nel mercato MICE e padroneggeranno i diversi strumenti attualmente utilizzati per la digitalizzazione. Potrai ottenere tutto questo grazie al personale docente specializzato che metterà a disposizione di questa qualifica le proprie conoscenze e la propria esperienza nel settore





Obiettivi specifici

- Acquisire e comprendere conoscenze che forniscano una specializzazione o un'opportunità di originalità nello sviluppo e/o nell'applicazione di idee, spesso in un contesto di ricerca
 - Comunicare le proprie conclusioni e argomentazioni a un pubblico specializzato e non specializzato in modo chiaro e non ambiguo
 - Integrare le conoscenze e affrontare la complessità di formulare giudizi sulla base di informazioni incomplete o limitate, includendo riflessioni sulle responsabilità sociali ed etiche legate all'applicazione delle proprie conoscenze e giudizi
 - Sviluppare capacità di relazione interpersonale per gestire team di lavoro multidisciplinari e multiculturali
 - Cercare e gestire delle informazioni da fonti decisionali che contribuiscono al conseguimento degli obiettivi dell'organizzazione
 - Definire obiettivi, strategie e politiche commerciali nel mercato MICE per stabilire politiche adeguate in linea con gli obiettivi e le strategie dell'azienda organizzazione di eventi di turismo
 - Valutare le procedure operative nel settore del turismo d'affari e degli eventi per eseguire un'analisi completa del suo processo produttivo in termini di eccellenza e qualità del servizio
 - Sviluppare competenze di Gestione Finanziaria (*Financial Management*)
 - Acquisire una conoscenza approfondita delle tendenze attuali nell'organizzazione di eventi
- Padroneggiare la digitalizzazione degli eventi, gli strumenti più utilizzati e le nuove tendenze
 - Comprendere l'importanza e l'organizzazione di eventi ibridi
 - Comprendere le diverse modalità di sponsorizzazione di un evento, il contesto deontologico, legale e di *Compliance* dei diversi settori
 - Realizzare la presentazione di dossier di sponsorizzazione
 - Comprendere la nuova realtà nell'organizzazione di eventi a seguito della grande crisi causata dalla pandemia COVID-19



Ottieni conoscenze approfondite sulla valutazione dei diversi scenari, delle difficoltà e delle possibilità per un evento di successo"

04 Competenze

Gli studenti di questo Master mSemipresenziale acquisiranno le competenze necessarie per padroneggiare il settore dell'Organizzazione di Eventi, comprendere l'industria e il business ad essa correlato. Saranno inoltre in grado di gestire progetti stabilendo la strategia, gli obiettivi e la pianificazione necessari per soddisfare le esigenze di ciascun cliente e del settore in cui vengono sviluppati.



A woman with long brown hair, wearing a light-colored turtleneck sweater, is smiling and looking towards the left. She is in a modern, brightly lit interior space with large windows and light-colored curtains. In the foreground, there are several white, cylindrical stools. To the left, a man in a dark suit is partially visible, standing with his arms crossed. The background shows a white sofa with a red cushion and a wooden table.

“

Padroneggia tutte le tecniche e gli strumenti per la progettazione di eventi. Iscriviti a questo Master Semipresenziale"



Competenze generali

- Comprendere l'industria degli eventi e del turismo d'affari
- Gestire i progetti dalla raccolta delle informazioni alla loro presentazione
- Attuare un piano strategico di comunicazione e di Marketing in base all'obiettivo prefissato
- Padroneggiare le diverse tecniche e gli strumenti coinvolti nella pianificazione di eventi
- Gestire tutti gli elementi della pianificazione dell'evento, dal protocollo, alla sicurezza, alla logistica, agli ospiti, relatori, trasporti, tempistica, ecc.
- Applicare i concetti fondamentali per la pianificazione del budget e la sua implementazione
- Comprendere le nuove tecnologie di comunicazione e la loro importanza per la creazione di eventi ibridi o digitali
- Saper comunicare efficacemente conclusioni e argomentazioni a un pubblico specializzato e non, in modo chiaro e non ambiguo





Competenze specifiche

- Sviluppare idee originali spesso in un contesto di ricerca
- Differenziare ogni tipo di evento in base al suo obiettivo e alle sue esigenze
- Gestire i gruppi di comunicazione e Marketing
- Implementare le nuove tendenze degli eventi immersivi ed esperienziali
- Conoscere il settore MICE, il suo campo d'azione e chi vi è coinvolto
- Valutare le procedure operative nel settore del turismo d'affari e degli eventi per effettuare un'analisi completa del relativo processo produttivo in termini di eccellenza e qualità del servizio
- Comprendere il protocollo d'azione da adottare in caso di emergenza
- Gestire la logistica e le operazioni dell'evento in base alle esigenze dello stesso
- Imparare a conoscere i social network e l'importanza degli eventi dal vivo nella comunicazione di un evento
- Coordinare la sponsorizzazione dell'evento e i suoi aspetti più rilevanti insieme ai partecipanti
- Risolvere gli incidenti in loco e i protocolli di intervento in ogni caso
- Padroneggiare le relazioni interpersonali come strumento di gestione essenziale per lo sviluppo e il successo dell'evento
- Ricercare e gestire le informazioni appropriate per prendere decisioni che contribuiscano al raggiungimento degli obiettivi dell'organizzazione

05

Direzione del corso

Per offrire agli studenti la massima qualità possibile, TECH ha selezionato con cura un'equipe di esperti altamente qualificati con una vasta esperienza professionale nell'organizzazione di eventi. Si tratta di un personale docente che gestisce le proprie agenzie ed è pronto ad adattarsi ai continui cambiamenti del settore dovuti alle nuove tecnologie. Tutto ciò consentirà allo specialista di acquisire nuove e approfondite conoscenze grazie al supporto di un personale docente specializzato nel settore.



“

Impara tutto ciò che ti serve per avere successo da un'equipe di insegnanti che ha gestito diversi eventi e agenzie di eventi"

Direzione



Dott. Gil Tomas, Tommy

- ♦ Fondatore e Direttore Generale di Atelier MICE
- ♦ Consulente di gestione del progetto per la Conferenza Mondiale sull'Istruzione Superiore dell'UNESCO
- ♦ Direttore dello Sviluppo presso Creativalab SL
- ♦ Direttore presso di Barcelona Congreso Médico SL
- ♦ Master in Direzione di Marketing
- ♦ Master in Marketing Farmaceutico presso ISM- ESIC
- ♦ Laurea in Diritto Tributario presso l'ESINE Centro Superior de Estudios Técnicos Empresariales



Personale docente

Dott. Perelló Sobrepera, Marc

- ◆ Responsabile della Comunicazione Aziendale e di Marketing
- ◆ Direttore del settore digitale e della strategia di Creativalab SL
- ◆ Dircom e Responsabile Comunicazione e Marketing del Gruppo Abantia
- ◆ Dircom e Responsabile Comunicazione e Marketing in Managing Incompetence
- ◆ Docente di Marketing e Comunicazione per studi post-laurea a livello universitario
- ◆ Autore e coautore di articoli per riviste di comunicazione
- ◆ Dottorato in Scienze della Comunicazione presso l'Università Ramon Llull
- ◆ Laurea in Giornalismo presso l'Universitat Abat Oliba CEU
- ◆ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso l' Universitat Abat Oliba CEU
- ◆ Master in Scienze Umanistiche e Scienze Sociali presso l' Universitat Abat Oliba CEU

“ *Professionisti di spicco nel campo della gestione degli eventi ti forniranno gli ultimi sviluppi, approfondendo l'applicazione delle nuove tecnologie in questo settore*”

06

Pianificazione del programma

Il programma di questo Master Semipresenziale è stato progettato per affrontare i punti chiave dell'organizzazione di qualsiasi evento. Gli studenti hanno a disposizione 10 moduli in questa qualifica con un approccio eminentemente pratico ed esperienziale che fornirà loro una visione ampliata e aggiornata del settore. I video riassuntivi di ogni argomento, i casi reali forniti dal personale docente e il sistema di apprendimento *Relearning*, basato sulla reiterazione dei contenuti, saranno essenziali per la comprensione dell'intero programma e la sua applicazione in ambito professionale.





“

Accedi a tutti i contenuti teorici fin dal primo giorno, in modo da poterli consultare quando vuoi. Questo Master Semipresenziale si adatta a te. Iscriviti ora”

Modulo 1. L'industria degli Eventi e il Turismo d'Affari

- 1.1. Il Mondo MICE
 - 1.1.1. Cos'è il settore MICE?
 - 1.1.2. Chi includono?
 - 1.1.3. Qual è il suo campo d'azione?
- 1.2. Attori e panoramica del settore Impatto economico
 - 1.2.2. Numero di eventi e di persone che si spostano ogni anno
 - 1.2.3. Aspettative di crescita nell'era post- Covid
- 1.3. Congressi, convegni, incentivi
 - 1.3.1. Cos'è un convegno, un congresso e un incentivo?
 - 1.3.2. Principali differenze tra questi eventi
 - 1.3.3. Tipi di convegni, congressi e incentive
- 1.4. Fiere
 - 1.4.1. Principali caratteristiche delle fiere
 - 1.4.2. Tipi di fiere
 - 1.4.3. La mostra commerciale
- 1.5. Il ruolo della *Convention Bureau*
 - 1.5.1. Che cos'è una *Convention Bureau*?
 - 1.5.2. Finalità di una *Convention Bureau*
 - 1.5.3. Coordinamento pubblico-privato tra pubblico e privato
- 1.6. Commercializzazione di una destinazione
 - 1.6.1. Punti di forza e di debolezza della destinazione
 - 1.6.2. Minacce e punti di forza della destinazione
 - 1.6.3. Differenziazione e vantaggi competitivi
- 1.7. Eventi culturali
 - 1.7.1. Il mercato degli eventi culturali
 - 1.7.2. Tipi di eventi culturali
 - 1.7.3. Come gestire eventi culturali redditizi
- 1.8. Eventi musicali
 - 1.8.2. Importanza del *Ticketing*
 - 1.8.3. *Merchandising* e sponsorizzazione di concerti
- 1.9. Eventi sociali
 - 1.9.2. Il ruolo del *Wedding Planner*
 - 1.9.3. Celebrazioni e altre ricorrenze

- 1.10. Eventi sportivi
 - 1.10.1. Grandi eventi sportivi
 - 1.10.2. Regolamenti per gli eventi sportivi
 - 1.10.3. *Sponsoring*

Modulo 2. Progettazione di Eventi

- 2.1. Gestione dei progetti
 - 2.1.1. Raccolta di informazioni, avvio del progetto: Cosa dobbiamo sapere?
 - 2.1.2. Studio delle possibili ubicazioni
 - 2.1.3. Pro e contro delle opzioni scelte
- 2.2. Tecniche di indagine. *Design Thinking*
 - 2.2.1. Mappe degli attori
 - 2.2.2. *Focus Group*
 - 2.2.3. *Bench Marking*
- 2.3. *Design Thinking* esperienziale
 - 2.3.1. Immersione cognitiva
 - 2.3.2. Osservazione occulta
 - 2.3.3. *World café*
- 2.4. Definizione pubblico obiettivo
 - 2.4.1. A chi è rivolto l'evento
 - 2.4.2. Perché facciamo questo evento
 - 2.4.3. Qual è l'obiettivo dell'evento
- 2.5. Tendenze
 - 2.5.1. Nuove tendenze di allestimento
 - 2.5.2. Contributi digitali
 - 2.5.3. Eventi immersivi ed esperienziali
- 2.6. Personalizzazione e progettazione di spazio
 - 2.6.1. Adeguatezza dello spazio al marchio
 - 2.6.2. *Branding*
 - 2.6.3. Manuale del marchio
- 2.7. Marketing esperienziale
 - 2.7.1. Vivere l'esperienza
 - 2.7.2. Evento immersivo
 - 2.7.3. Incoraggiare il ricordo

- 2.8. Segnaletica
 - 2.8.1. Tecniche di segnaletica
 - 2.8.2. La visione dell'assistente
 - 2.8.3. Coerenza della storia. Evento con segnaletica
- 2.9. Le sedi dell'evento
 - 2.9.1. Studi di possibili sedi | 5 perché
 - 2.9.2. Scelta della sede in base all'evento
 - 2.9.3. Criteri di selezione
- 2.10. Proposta di allestimento. Tipi di scenari
 - 2.10.1. Nuove proposte di allestimento
 - 2.10.2. Priorità alla vicinanza con il relatore
 - 2.10.3. Scenari legati all'interazione

Modulo 3. Pianificazione di Eventi

- 3.1. *Timing* e organizzazione del programma
 - 3.1.1. Tempo disponibile per l'organizzazione dell'evento
 - 3.1.2. Giorni di durata dell'evento
 - 3.1.3. Attività dell'evento
- 3.2. Organizzazione degli spazi
 - 3.2.1. Numero di assistenti previsti
 - 3.2.2. Numero di sale simultanee
 - 3.2.3. Formati delle camere
- 3.3. Relatori e ospiti
 - 3.3.1. Selezione dei relatori
 - 3.3.2. Contatto e conferma dei relatori
 - 3.3.3. Gestione dell'assistenza dei relatori
- 3.4. Protocollo
 - 3.4.1. Gamma di personalità invitate
 - 3.4.2. Disposizione della presidenza
 - 3.4.3. Organizzazione dei parlamenti
- 3.5. Sicurezza
 - 3.5.1. Controllo degli accessi: il punto di vista della sicurezza
 - 3.5.2. Coordinamento con le FCSE
 - 3.5.3. Controllo interno degli spazi

- 3.6. Emergenze
 - 3.6.1. Piano di evacuazione
 - 3.6.2. Studio delle necessità in caso di emergenza
 - 3.6.3. Creazione di un punto di assistenza medica
- 3.7. Capacità
 - 3.7.1. Valutazione delle capacità
 - 3.7.2. Distribuzione degli assistenti nella sede
 - 3.7.3. Capacità massime e decisioni da prendere
- 3.8. Accessi
 - 3.8.1. Studio del numero di accessi
 - 3.8.2. Capacità di ogni accesso
 - 3.8.3. Calcolo *Timing* per l'ingresso e l'uscita da ogni accesso
- 3.9. Trasporto
 - 3.9.1. Valutazione delle possibilità di trasporto
 - 3.9.2. Accessibilità ai trasporti
 - 3.9.3. Trasporto proprio o pubblico. Pro e contro
- 3.10. Ubicazioni
 - 3.10.1. Quante location ha l'evento?
 - 3.10.2. Dove sono ubicati?
 - 3.10.3. Facilità di accesso alle sedi

Modulo 4. La Creazione di Nominativi per gli Eventi

- 4.1. Scelta della destinazione
 - 4.1.1. Studio della destinazione
 - 4.1.2. Potenziale della destinazione. punti di forza
 - 4.1.3. Infrastruttura di destinazione
- 4.2. Vantaggi della destinazione
 - 4.2.1. Trasporto e facilità di accesso
 - 4.2.2. Strutture ricettive e sedi
 - 4.2.3. L'offerta turistica
- 4.3. Capacità di destinazione
 - 4.3.1. Tipo di evento che può ospitare
 - 4.3.2. Quanti voli, autostrade, trasporto ferroviario disponibili
 - 4.3.3. Centri congressi, *Venues* e hotel disponibili

- 4.4. Offerta culturale e di attività della destinazione
 - 4.4.1. Offerta gastronomica della destinazione
 - 4.4.2. Offerta culturale e ozio della destinazione
 - 4.4.3. Attività da svolgere nella destinazione
- 4.5. Strutture ricettive
 - 4.5.1. Studio dell'offerta alberghiera
 - 4.5.2. Studio dell'offerta di appartamenti, campeggi e altro
 - 4.5.3. Offerte di residenze studentesche
- 4.6. Trasporto
 - 4.6.1. Facilità di accesso alla destinazione
 - 4.6.2. Offerte di trasporto verso la *Venue*
 - 4.6.3. Offerte di trasporto interno della destinazione
- 4.7. Università e centri di ricerca
 - 4.7.1. Conoscere il numero di università presenti nella destinazione
 - 4.7.2. Quanti centri di ricerca dispone
 - 4.7.3. Curriculum o prestigio delle università e dei centri di ricerca
- 4.8. Strutture sportive e culturali
 - 4.8.1. Quanti impianti sportivi sono disponibili nella destinazione
 - 4.8.2. Quante strutture culturali sono disponibili nella destinazione
 - 4.8.3. Capacità delle strutture e possibilità di utilizzo
- 4.9. Gastronomia, architettura e arte
 - 4.9.1. Offerta gastronomica della città. Ristoranti stellati Michelin
 - 4.9.2. Offerte del museo
 - 4.9.3. Architetti riconosciuti o edifici unici della destinazione
- 4.10. Sale per congressi e centri sportivi
 - 4.10.1. Numero di centri congressi e convention
 - 4.10.2. Numero di palestre e padiglioni sportivi
 - 4.10.3. Infrastruttura. Possibilità delle sale congressi e dei centri sportivi



Modulo 5. Gestione Finanziaria

- 5.1. Budget dell'evento
 - 5.1.1. Realizzazione del budget dell'evento
 - 5.1.2. *Timing* del budget
 - 5.1.3. Presentazione del budget
- 5.2. Ricavi
 - 5.2.1. Tipi di entrate
 - 5.2.2. Possibilità di conferma delle entrate
 - 5.2.3. Agevolazioni per il pagamento delle entrate
- 5.3. Spese
 - 5.3.1. Tipi di spesa: fissa e variabile
 - 5.3.2. Possibilità di intervento in termini di spesa
 - 5.3.3. Accordi di pagamento con i fornitori
- 5.4. Piano di contingenza
 - 5.4.1. Azioni da intraprendere in caso di aumento dei costi
 - 5.4.2. Azioni da intraprendere in caso di diminuzione dei ricavi
 - 5.4.3. Percentuale di spese impreviste
- 5.5. Conto operativo
 - 5.5.1. Realizzazione del conto operativo
 - 5.5.2. Proventi del conto operativo
 - 5.5.3. Azioni da attuare sulla base del conto economico
- 5.6. Gestione dei benefici
 - 5.6.1. Scopo dell'evento e del suo ricavato
 - 5.6.2. Gestione di borse di studio e sovvenzioni
 - 5.6.3. Possibilità di investimento
- 5.7. *Cash Flow*
 - 5.7.1. Che cos'è il *Cash Flow*?
 - 5.7.2. Contributi del *Cash Flow*
 - 5.7.3. Azioni da intraprendere sulla base del *Cash Flow*
- 5.8. Fiscalità
 - 5.8.1. Tassazione degli utili in base all'utilizzo
 - 5.8.2. L'IVA e il suo impatto internazionale
 - 5.8.3. Differenza tra Aziende Commerciali e Aziende Non-Profit

- 5.9. Gestione delle commissioni
 - 5.9.1. Determinare il numero di commissioni da raggiungere
 - 5.9.2. Gestione delle commissioni in base al cliente
 - 5.9.3. Patto di commissioni con i fornitori
- 5.10. Ammortamenti ROI.
 - 5.10.1. Calcolare il ritorno sull'investimento
 - 5.10.2. *Timing* di ritorno dell'investimento
 - 5.10.3. Ammortamento degli investimenti

Modulo 6. Strategie di Direzione in Marketing e Comunicazione

- 6.1. Comunicazione strategica
 - 6.1.1. Comunicazione strategica negli eventi
 - 6.1.2. L'importanza dell'ambiente nella strategia
 - 6.1.3. La scommessa dei marchi per un *Long Term Return*
- 6.2. Comportamento del consumatore
 - 6.2.1. Nuova interpretazione del Maslow
 - 6.2.2. Psicologia del consumatore oggi
 - 6.2.3. Google dichiara un nuovo modello comportamentale
- 6.3. Scopo del marchio
 - 6.3.1. Importanza attuale dello scopo del marchio
 - 6.3.2. Trovare il valore e lo scopo del marchio
 - 6.3.3. Integrazione o coesistenza di scopi con la RSI
- 6.4. Sostenibilità nella strategia
 - 6.4.1. Scoperta e pratica della sostenibilità
 - 6.4.2. Comunicare gli obiettivi di sviluppo sostenibile
 - 6.4.3. Attuare gli OSS negli eventi
- 6.5. Le sfide globali della comunicazione
 - 6.5.1. Teorie del Marketing Internazionale
 - 6.5.2. *Cross-Cultural Marketing* e sua applicazione
 - 6.5.3. Trasferimento di marchi e messaggi in altri paesi
- 6.6. Pubblicità e Marketing
 - 6.6.1. Pubblicità tradizionale e digitale
 - 6.6.2. Creatività: arte o scienza
 - 6.6.3. Azioni e strumenti per gli eventi

- 6.7. Modelli di analisi
 - 6.7.1. Analisi interna SWOT e CAME
 - 6.7.2. Analisi strategica: Boston e Ansoff
 - 6.7.3. Analisi esterna: 5 forze di Porter e PESTLE
- 6.8. Rapporto con i media
 - 6.8.1. Conferenze stampa, comunicati stampa e altri strumenti
 - 6.8.2. Formazione dei portavoce
 - 6.8.3. Comunicazione di crisi
- 6.9. Rapporti con le agenzie
 - 6.9.1. Concorsi, contratti e altre pratiche
 - 6.9.2. Gestione e implementazione del progetto
 - 6.9.3. Misurazione e risultati del progetto
- 6.10. Il piano di comunicazione
 - 6.10.1. Il piano di comunicazione
 - 6.10.2. Sviluppo della parte tattica del piano di comunicazione
 - 6.10.3. Implementazione e monitoraggio del piano di comunicazione

Modulo 7. Direzione di Marketing e Digitalizzazione di Eventi

- 7.1. Digitalizzazione degli eventi
 - 7.1.1. Nuove tecnologie nella comunicazione
 - 7.1.2. Eventi digitali
 - 7.1.3. *Big Data*. Metriche e analitiche
- 7.2. Segmentazione digitale
 - 7.2.1. Nuovi pubblici e tipi di utenti
 - 7.2.2. Nuove variabili di segmentazione
 - 7.2.3. Il *Buyer persona* e suo sviluppo
- 7.3. Digitalizzazione di informazioni
 - 7.3.1. Pensare e comunicare in modo digitale
 - 7.3.2. Nuovi modelli *Knowledge Management*
 - 7.3.3. *Fake News* e altri nemici della digitalizzazione
- 7.4. Gestione della reputazione a livello digitale
 - 7.4.1. Personal branding
 - 7.4.2. *Social Listening*
 - 7.4.3. *Inbound Marketing*

- 7.5. *Branding* digital
 - 7.5.1. *Branding* della marca
 - 7.5.2. *Branding* dell'evento
 - 7.5.3. Azioni da attuare sulla base del conto economico
- 7.6. Il processo di *Benchmarking*
 - 7.6.1. Scopo dell'evento
 - 7.6.2. Analisi della concorrenza
 - 7.6.3. *Benchmarking* di risultati
- 7.7. Campagne di eventi
 - 7.7.1. *Brainstorming* e discesa di idee
 - 7.7.2. Parte interna ed esterna della campagna
 - 7.7.3. Attuazione e monitoraggio della campagna
- 7.8. Strumenti digitali
 - 7.8.1. Stabilire obiettivi e strategie
 - 7.8.2. Selezione del canale e della piattaforma
 - 7.8.3. Ottimizzazione dei risultati in tempo reale
- 7.9. Social network
 - 7.9.1. Conoscenza e utilizzo dei social network
 - 7.9.2. I ruoli più importanti per un evento
 - 7.9.3. Esecuzione delle dirette dei social media per un evento
- 7.10. Direzione di team di Marketing e di comunicazione
 - 7.10.1. Abilità di Leadership
 - 7.10.2. Chiavi per un *Management* pragmatico
 - 7.10.3. Gestione quotidiana
- 8.3. Gestione HR dell'evento
 - 8.3.1. Tipologia di H R disponibili per l'evento
 - 8.3.2. Comunicazione interna
 - 8.3.3. Gerarchie e catene di comando
- 8.4. Gestione dei fornitori
 - 8.4.1. Politica di comunicazione con i fornitori
 - 8.4.2. Gestione delle operazioni di ciascun fornitore
 - 8.4.3. Adattabilità ed esigenze di ciascun fornitore
- 8.5. Gestione Operativa di relatori e ospiti VIP
 - 8.5.1. Protocollo di contatto VIP
 - 8.5.2. Gestione delle esigenze degli ospiti VIP (aree di accesso, sicurezza, trasporto, ecc.)
 - 8.5.3. Gestione del personale di assistenza e cura dei VIP. Relatore
- 8.6. Gestione dell'accessibilità
 - 8.6.1. Gestire l'accessibilità all'evento Compiti da svolgere
 - 8.6.2. Gastronomia inclusiva e rispettosa
 - 8.6.3. Programmi di inclusione per i partecipanti con difficoltà
- 8.7. Gestione della sostenibilità
 - 8.7.1. Gastronomia locale
 - 8.7.2. Gestione dei residui dell'evento
 - 8.7.3. Selezione di materiali e prodotti sostenibili
- 8.8. Gestione Operativa di *Transfers* e trasporti interni
 - 8.8.1. Protocollo di gestione dei *Transfers* degli ospiti
 - 8.8.2. La difficoltà dell'aeroporto e delle sue operazioni
 - 8.8.3. Gestione e risoluzione degli incidenti
- 8.9. Operazioni di assistenza ai partecipanti
 - 8.9.1. L' *Hospitality Desk*
 - 8.9.2. Segmentazione degli spazi di assistenza
 - 8.9.3. Gestione degli incidenti speciali

Modulo 8. Direzione di Operazioni e Logistica di Eventi

- 8.1. Operazioni e logistica delle attività
 - 8.1.1. Studio delle necessità dell'attività
 - 8.1.2. Progettare le operazioni necessarie
 - 8.1.3. Conoscere le esigenze del personale dell'operazione
- 8.2. Logistica dei trasporti e accessi
 - 8.2.1. Logistica in base ai tipi di trasporto per l'evento
 - 8.2.2. Logistica legata all'accesso
 - 8.2.3. Capacità nei punti di accesso e di trasporto

- 8.10. Allestimento e smontaggio dell'evento
 - 8.10.1. Calcolo del *Timing* e personale per il montaggio
 - 8.10.2. Necessità logistiche di montaggio
 - 8.10.3. La logistica dello smontaggio dell'evento

Modulo 9. Sponsorizzazione di Eventi

- 9.1. Pianificazione e strategia di Sponsorizzazione: scelta del *Target Group*
 - 9.1.1. Aspetti da analizzare del settore da sponsorizzare
 - 9.1.2. Selezione dei migliori sponsor
 - 9.1.3. Cosa deve essere sponsorizzato e le cause della sponsorizzazione
- 9.2. Politiche del settore Codice deontologico *Compliance*
 - 9.2.1. Codice etico di ogni settore
 - 9.2.2. Gestione dei dati dello sponsor
 - 9.2.3. I dipartimenti di *Compliance* e la loro importanza
- 9.3. Generazione del *Dossier* di sponsorizzazione Presentazione
 - 9.3.1. Presentazione
 - 9.3.2. Identificazione
 - 9.3.3. Obiettivi
- 9.4. Generazione del *Dossier* di sponsorizzazione Dati tecnici
 - 9.4.1. Identificazione di avalli e avvisi
 - 9.4.2. Dati storici
 - 9.4.3. Possibilità di sponsorizzazione
- 9.5. Gestione di prezzi di vendite
 - 9.5.1. Calcolare i prezzi di vendita delle sponsorizzazioni
 - 9.5.2. Vendite individuali per concetto
 - 9.5.3. Vendite di gruppo di diverse sponsorizzazioni
- 9.6. Piantine e ubicazione delle aree espositive
 - 9.6.1. Realizzazione della mappa degli *Stands*
 - 9.6.2. Cosa si dovrebbe riflettere
 - 9.6.3. Flusso di transito dei partecipanti
- 9.7. Pianificazione dell'area espositiva
 - 9.7.1. Visualizzazione
 - 9.7.2. Notorietà

- 9.7.3. Equità in funzione del volume
- 9.8. Politiche di commercializzazione
 - 9.8.1. Dove vendere sponsorizzazioni
 - 9.8.2. Come vendere una sponsorizzazione
 - 9.8.3. Scadenze di pagamento e penali
- 9.9. Gestione e follow-up delle vendite di sponsorizzazioni
 - 9.9.1. Realizzazione e previsione delle sponsorizzazioni
 - 9.9.2. Studio di fattibilità
 - 9.9.3. Raggiungimento degli obiettivi o ripensamento
- 9.10. Fedeltà della sponsorizzazione
 - 9.10.1. Azioni di fidelizzazione per gli sponsor
 - 9.10.2. Servizi da fornire
 - 9.10.3. Miglioramenti o innovazioni

Modulo 10. Digitalizzazione degli Eventi: Sviluppo di un Evento Digitale

- 10.1. L'era Covid - 19 negli eventi
 - 10.1.1. Cose importanti da sapere
 - 10.1.3. *Timing* per la presa delle decisioni
- 10.2. Pianificazione digitale degli eventi. Scaletta
 - 10.2.1. Creazione della scaletta
 - 10.2.2. Elementi da tenere in considerazione nella scaletta
 - 10.2.3. Aspetti da tenere presenti nella scaletta. Priorità
- 10.3. Scelta dei fornitori
 - 10.3.1. Scelta del *Partner* tecnologico
 - 10.3.2. Requisiti da richiedere al fornitore
 - 10.3.3. Scelta dei fornitori Fattore prezzo vs. Fattore valore Esperienza
- 10.4. Gestione di reti e internet
 - 10.4.1. Aspetti di gestione della rete da tenere in considerazione
 - 10.4.2. Contrattazione di servizi Internet
 - 10.4.3. Test di stress e saturazione della rete
- 10.5. Obiettivi della campagna Pubblico
 - 10.5.1. Determinare il pubblico di riferimento
 - 10.5.2. Ritrasmissione in altre lingue
 - 10.5.3. Sale da trasmettere

- 10.6. Interazione dei partecipanti. Votazione
 - 10.6.1. Realizzazione del sistema di interazione
 - 10.6.2. Elementi da tenere in considerazione nell'interazione degli assistenti
 - 10.6.3. Modelli e procedure per lo sviluppo dell'interazione
- 10.7. Video introduttivo *Kyrons Musica*
 - 10.7.1. *Kyrons*
 - 10.7.2. Importanza dell'introduzione
 - 10.7.3. Risorse da prendere in considerazione
- 10.8. Coordinamento dal vivo e digitale Relatori in loco e a distanza
 - 10.8.1. Contatto con i relatori
 - 10.8.2. Consegna del programma d'azione ai relatori
 - 10.8.3. *Timing* e l'organizzazione dei relatori Regole da seguire
- 10.9. Generazione di set virtuali
 - 10.9.1. Croma
 - 10.9.2. Posteriore
 - 10.9.3. Schermi *Leds*
- 10.10. Controllo degli eventi virtuali e ibridi
 - 10.10.1. Monitoraggio dell'evento attraverso il sistema di controllo degli eventi
 - 10.10.2. Scaletta e ordine di trasmissione
 - 10.10.3. Risoluzione degli incidenti in diretta

“

*Questo tirocinio ti permetterà
di avanzare nella tua carriera in
modo semplice e comodo”*



07

Tirocinio

Una volta completata la fase teorica, gli studenti inizieranno il periodo di pratico di questo Master Semipresenziale in un'azienda che permetterà loro di sviluppare le funzioni di un organizzatore di eventi. Un'attività in cui sarai accompagnato da professionisti esperti del settore che ti guideranno attraverso i passi necessari per realizzare qualsiasi tipo di evento in diversi ambiti e con gli ultimi strumenti utilizzati nel settore.





“

Svolgi il tuo tirocinio con professionisti del settore che ti forniranno gli ultimi sviluppi dell'Organizzazione di Eventi"

Il periodo di pratica di questo programma di Organizzazione di Eventi consiste in un tirocinio presso un'azienda, dove gli studenti potranno acquisire un'esperienza reale di come un evento viene pianificato, organizzato e coordinato nei suoi diversi aspetti. Il tutto con personale specializzato che ti accompagnerà e guiderà affinché il tuo processo di apprendimento sia il più completo possibile e soddisfi le tue aspettative professionali.

Gli studenti lavoreranno dal lunedì al venerdì con 8 giorni consecutivi di 8 ore di apprendimento pratico. Questo tirocinio permetterà di vedere come tutto ciò che è stato appreso nel quadro teorico possa essere trasferito al mondo reale dell'organizzazione di eventi. Il personale docente di TECH di questa qualifica affiancherà gli studenti in modo che raggiungano un apprendimento ottimale, completo e di qualità in questa fase.

È senza dubbio un'opportunità per imparare lavorando nel settore degli eventi, dove gli studenti potranno vedere come vengono selezionati gli spazi a seconda dell'evento, la sistemazione dei relatori partecipanti, le principali strategie di Marketing e

Comunicazione utilizzate, la preparazione di piani in linea con l'evento o il rapporto con i media e le agenzie per dare la massima visibilità all'evento.

La fase pratica prevede la partecipazione attiva dello studente che svolgerà le attività e le procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con l'accompagnamento e la guida del personale docente e degli altri compagni di corso che facilitano il lavoro di squadra e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per l'organizzazione di eventi (imparare a essere e imparare a relazionarsi).

Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica del tirocinio e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro del centro stesso; le attività proposte sono le seguenti:



Dai vita a tutte le tue idee creative nell'organizzazione di eventi con questo tirocinio"

Modulo	Attività Pratica
Approccio alla Progettazione e Pianificazione di eventi	Padroneggiare le diverse tipologie di eventi, con una conoscenza approfondita di congressi, convention e incentive
	Sviluppare attività in eventi culturali, musicali, sociali o sportivi
	Gestire un progetto di Organizzazione di Eventi, eseguendo tutte le fasi che vanno dalla ricerca della sede alla successiva misurazione dei risultati
	Ricerare attraverso il Design Thinking la migliore strategia da seguire nella creazione di un evento
	Esercitarsi nella tecnica di creazione di una segnaletica appropriata per l'evento
	Decidere le opzioni di trasporto e i luoghi più appropriati in base all'evento
	Discutere le possibilità di alloggio, trasporto e attività nella destinazione dell'evento come parte dell'organizzazione dell'evento
	Scegliere una destinazione in base alla sua gastronomia, all'architettura, arte e centri congressi
Tecniche applicate alla Direzione di Finanze	Gestire il budget dell'evento, con le relative voci di entrata e di uscita
	Sviluppare un piano di emergenza per eventuali inconvenienti nell'organizzazione dell'evento
	Gestire la tassazione dell'evento, tenendo conto dei rimborsi e delle commissioni
	Partecipare alla gestione dei benefici ottenuti, approfondendo le possibilità di investimento

Modulo	Attività Pratica
Approccio di Gestione Strategica e Digitalizzazione di Marketing e Comunicazione negli eventi	Sviluppare piani di Marketing e pubblicità in base all'evento organizzato
	Analizzare i punti di forza e di debolezza dell'evento utilizzando diverse tecniche
	Mantenere i rapporti con i media e le agenzie per lo sviluppo di un piano di comunicazione
	Gestire eventi digitali basati sulle nuove tecnologie di comunicazione
	Segmentare il pubblico di riferimento dell'evento in base agli utenti e ai Buyer persona
	Gestire il <i>Branding</i> digital del marchio e dell'evento in questione
	Pianificare il dossier e organizzare un evento digitale
	Gestire i canali e le reti di comunicazione dell'evento digitale
	Assumere la gestione dell'evento digitale e ibrido
Tecniche di Gestione delle Operazioni, Logistica e Sponsorizzazione di Eventi	Sviluppare piani efficaci di gestione delle operazioni e della logistica
	Elaborare piani d'azione in base ai relatori, agli ospiti VIP e all'accessibilità
	Gestire la logistica dell'allestimento e dello smontaggio di un evento
	Pianificare una strategia di sponsorizzazione e sostenibilità per un evento
	Creare un dossier di sponsorizzazione con dati tecnici
Utilizzare le comuni politiche di marketing nella gestione della sponsorizzazione di eventi	

Assicurazione di responsabilità civile

La preoccupazione principale di questa istituzione è quella di garantire la sicurezza sia dei tirocinanti sia degli altri agenti che collaborano ai processi di tirocinio in azienda. All'interno delle misure rivolte a questo fine ultimo, esiste la risposta a qualsiasi incidente che possa verificarsi durante il processo di insegnamento-apprendimento.

A tal fine, questa entità formativa si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del tirocinio all'interno del centro di collocamento.

La polizza di responsabilità civile per i tirocinanti deve garantire una copertura assicurativa completa e deve essere stipulata prima dell'inizio del periodo di tirocinio. In questo modo, il tirocinante non dovrà preoccuparsi in caso di situazioni impreviste e avrà a disposizione una copertura fino al termine del periodo di tirocinio presso il centro.



Condizioni generali del tirocinio

Le condizioni generali dell'accordo di tirocinio per il programma sono le seguenti:

1. TUTORAGGIO: durante il Master Semipresenziale agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande. Da un lato, lo studente disporrà di un tutor professionale appartenente al centro di inserimento lavorativo che lo guiderà e lo supporterà in ogni momento. Dall'altro lato, allo studente verrà assegnato anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e fornendogli tutto ciò di cui potrebbe aver bisogno. In questo modo, il professionista sarà accompagnato in ogni momento e potrà risolvere tutti gli eventuali dubbi, sia di natura pratica che accademica.

2. DURATA: il programma del tirocinio avrà una durata di tre settimane consecutive di preparazione pratica, distribuite in giornate di 8 ore lavorative, per cinque giorni alla settimana. I giorni di frequenza e l'orario saranno di competenza del centro, che informerà debitamente e preventivamente il professionista, con un sufficiente anticipo per facilitarne l'organizzazione.

3. MANCATA PRESENTAZIONE: in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Master Semipresenziale, lo studente perderà il diritto allo stesso senza possibilità di rimborso o di modifica di date. L'assenza per più di due giorni senza un giustificato motivo/certificato medico comporterà la rinuncia dello studente al tirocinio e, pertanto, la relativa automatica cessazione. In caso di ulteriori problemi durante lo svolgimento del tirocinio, essi dovranno essere debitamente e urgentemente segnalati al tutor accademico.

4. CERTIFICAZIONE: lo studente che supererà il Master Semipresenziale riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

5. RAPPORTO DI LAVORO: il Master Semipresenziale non costituisce alcun tipo di rapporto lavorativo.

6. STUDI PRECEDENTI: alcuni centri potranno richiedere un certificato di studi precedenti per la partecipazione al Master Semipresenziale. In tal caso, sarà necessario esibirlo al dipartimento tirocini di TECH affinché venga confermata l'assegnazione del centro prescelto.

7. NON INCLUDE: il Master Semipresenziale non includerà nessun elemento non menzionato all'interno delle presenti condizioni. Pertanto, non sono inclusi alloggio, trasporto verso la città in cui si svolge il tirocinio, visti o qualsiasi altro servizio non menzionato.

Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

08

Dove posso svolgere il Tirocinio?

Questo Master Semipresenziale prevede un tirocinio in un'azienda del settore che permetterà agli studenti di apprendere tutto ciò che riguarda l'organizzazione di un evento, la pianificazione, le difficoltà e le soluzioni ai problemi che devono affrontare nel loro lavoro quotidiano. Il tutto con un'equipe di professionisti che apporteranno tutte le loro conoscenze in questo campo e un personale docente TECH che seguirà l'apprendimento dello specialista in modo che possa progredire nella sua carriera professionale.



“

Completa la tua pratica teorica con uno tirocinio, che ti mostrerà l'ampia gamma di possibilità di carriera nel settore degli eventi"

tech 42 | Dove posso svolgere il Tirocinio?



Gli studenti potranno svolgere il tirocinio di questo Master Semipresenziale presso i seguenti centri:



Business School

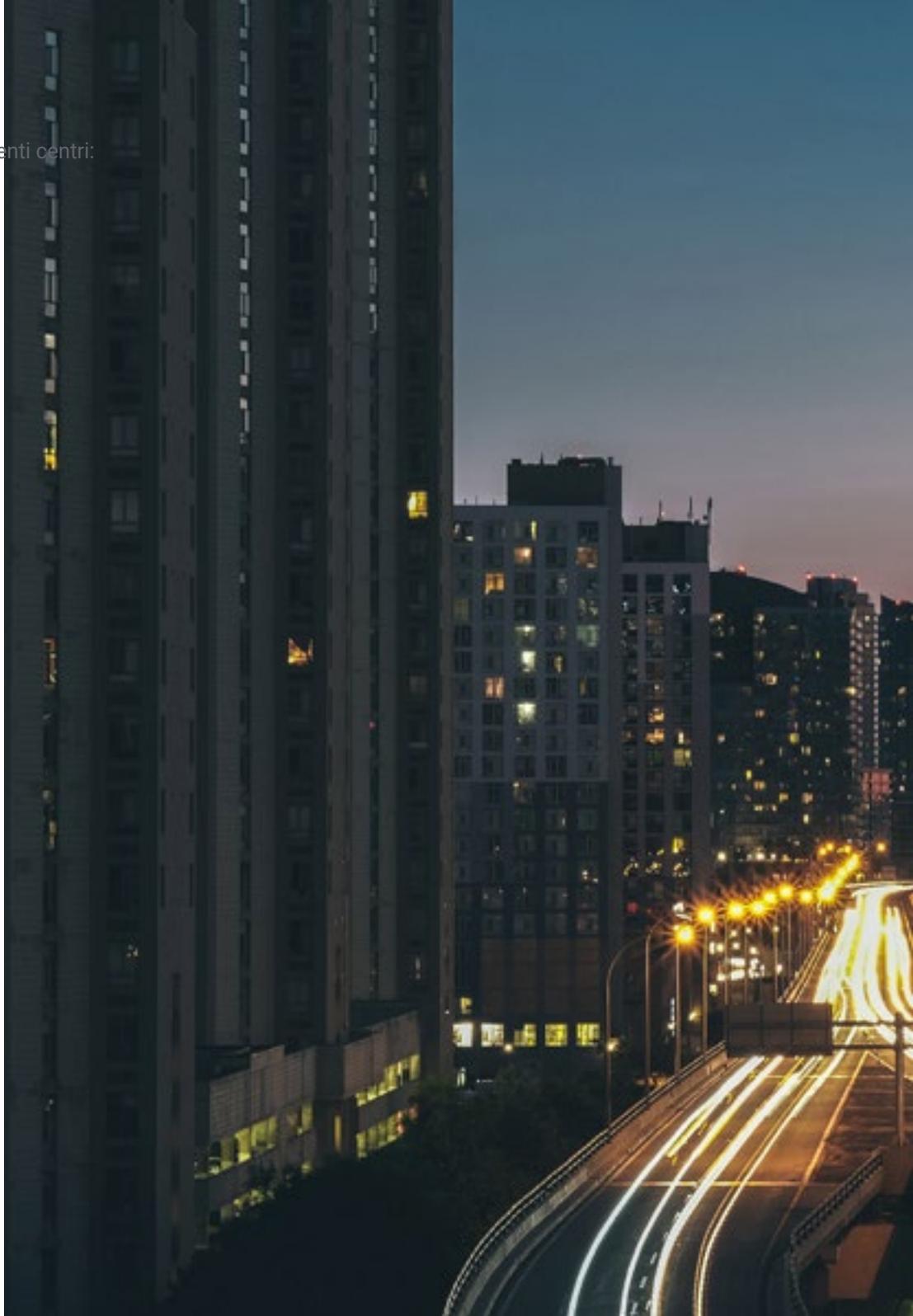
Madrid Urban Vibes

Paese	Città
Spagna	Madrid

Indirizzo: Calle de Sta Engracia, 62, 28010 Madrid

Esperienze, tour, musica e attività

Ambiti pratici di competenza:
- Organizzazione di Eventi





Business School

ultimafiesta.com

Paese
Spagna

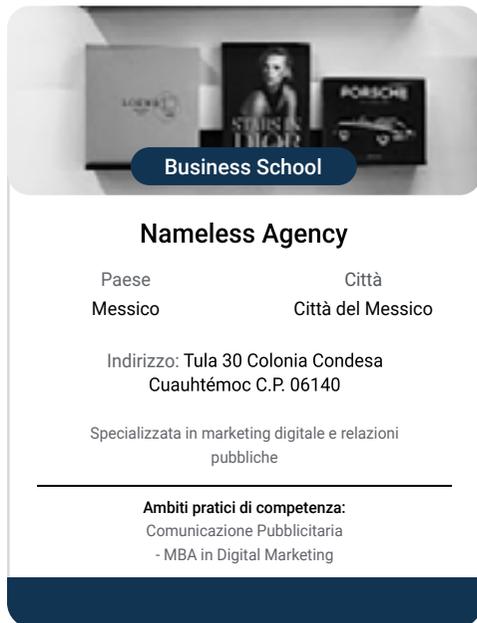
Città
León

Indirizzo: El Río, 9, 24359 Seisón de la Vega

Persone che vogliono dare dignità e celebrare la vita
al momento della morte

Ambiti pratici di competenza:

- Organizzazione di Eventi
- Direzione Commerciale e Vendite



Business School

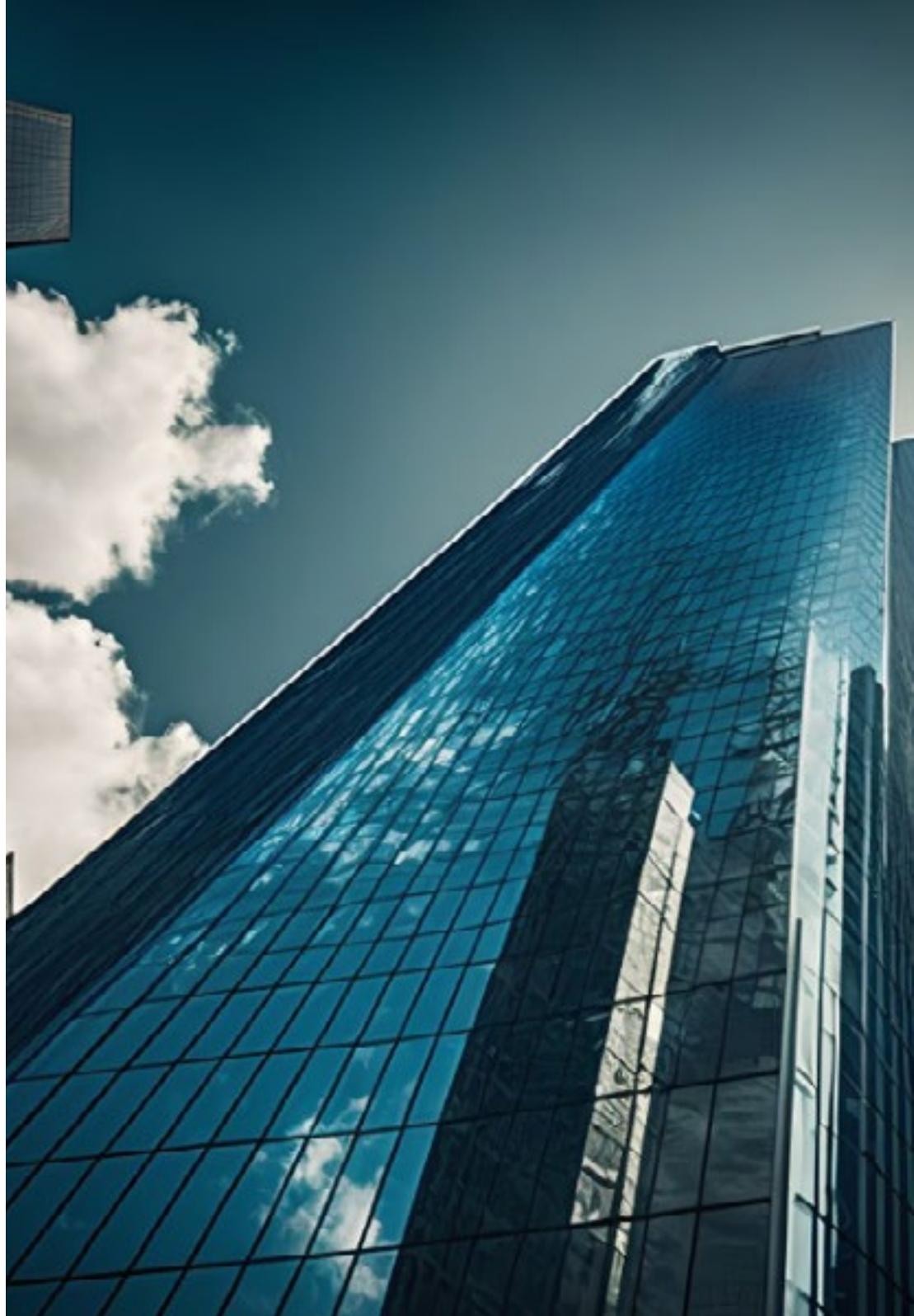
Nameless Agency

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Tula 30 Colonia Condesa
Cuauhtémoc C.P. 06140

Specializzata in marketing digitale e relazioni
pubbliche

Ambiti pratici di competenza:
Comunicazione Pubblicitaria
- MBA in Digital Marketing





Business School

Wakken

Paese	Città
Messico	Città del Messico

Indirizzo: Ozuluama 21 B Col. Hipódromo
Condesa Del. Cuauhtemoc

Spazio per l'attività fisica sportiva
alto livello

Ambiti pratici di competenza:

- Alte Prestazioni Sportive
- Giornalismo Sportivo

09

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



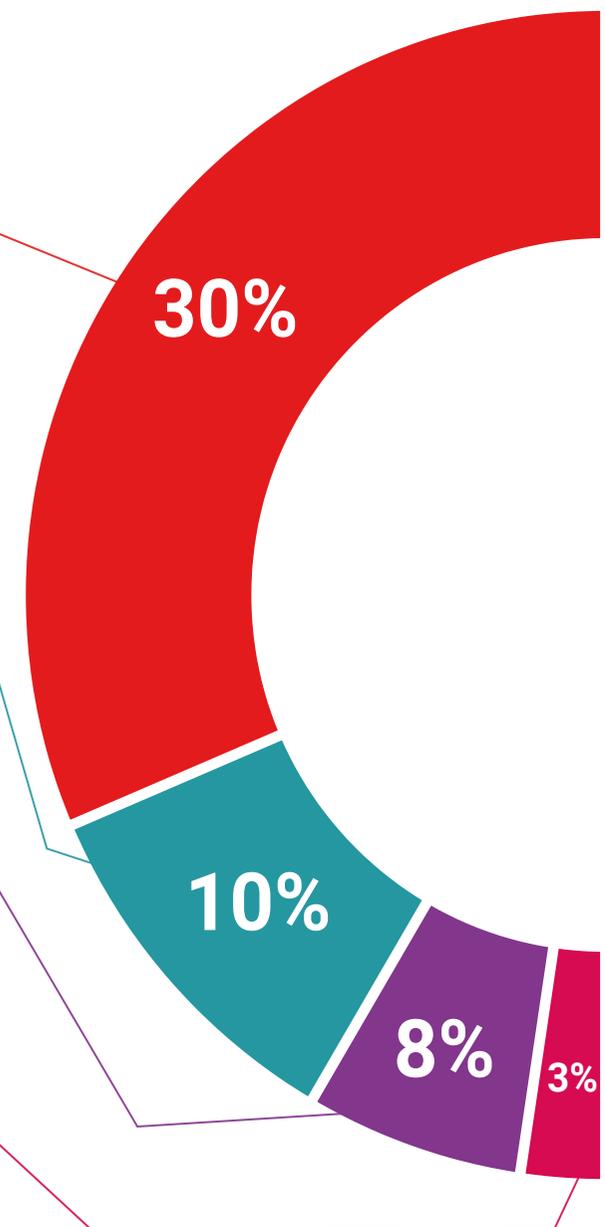
Stage di competenze manageriali

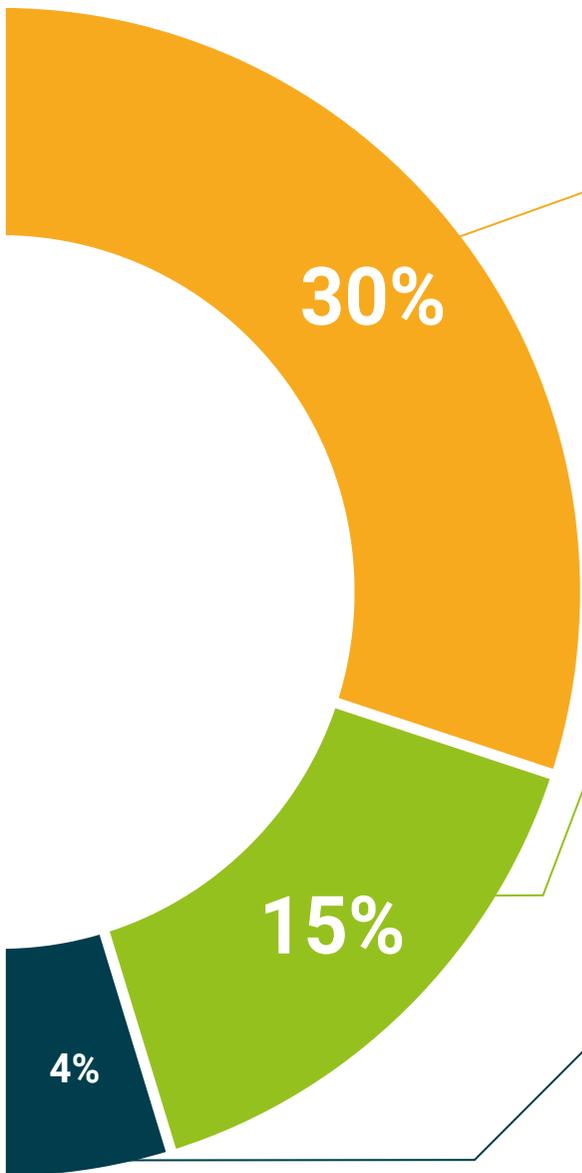
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



10 Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale in Organizzazione di Eventi garantisce, oltre alla specializzazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso ad una qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Master Semipresenziale in Organizzazione di Eventi** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del programma.

Oltre alla qualifica, sarà possibile ottenere un certificato e un attestato dei contenuti del programma. A tal fine, sarà necessario contattare il proprio consulente accademico, che fornirà tutte le informazioni necessarie.

Titolo: **Master Semipresenziale in Organizzazione di Eventi**

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

N° Ore Ufficiali: **1.620 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Master Semipresenziale Organizzazione di Eventi

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università
Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master Semipresenziale Organizzazione di Eventi

