



### **Executive Master** Organizzazione di Eventi

» Modalità: online

» Durata: 12 mesi

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 60 ECTS

» Orario: a scelta

» Esami: online

 Rivolto a: Laureati, Diplomati che hanno precedentemente svolto studi di marketing, mercato nonché nel campo delle Scienze Sociali e che desiderino migliorare le proprie conoscenze e carriere professionali.
 Sia come Event Manager che come imprenditori, creando la propria agenzia di eventi.

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

## Indice

01

Benvenuto

02

Perché studiare in TECH?

03

Perché scegliere il nostro programma?

04

Obiettivi

pag. 4

pag. 6

pag. 10

pag. 14

05

Competenze

pag. 20

06

Struttura e contenuti

pag. 26

07

Metodologia

pag. 36

80

Profilo dei nostri studenti

pag. 44

09

Direzione del corso

pag. 48

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 52

11

Benefici per la tua azienda

12

**Titolo** 

pag. 56

pag. 60

# 01 **Benvenuto**

In un mondo in rapida evoluzione e in cui i modi di comunicare cambiano di pari passo con l'evoluzione tecnologica, è importante essere aggiornati sulle nuove forme e procedure. Nell'ambiente aziendale e sociale, diventa necessario organizzare eventi su misura e mirati. Un evento ben organizzato è la migliore strategia di comunicazione possibile. È uno strumento di Marketing molto efficace che deve essere inserito nella strategia di comunicazione che si persegue. Questo programma svilupperà diverse competenze nei settori della strategia, comunicazione, marketing, finanza, organizzazione e pianificazione, operativa e logistica; aree di formazione indispensabili per svolgere con successo il tuo lavoro professionale come organizzatore di eventi.









### In TECH Global University



#### **Innovazione**

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



### Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

**II 95%** 

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



### **Networking**

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

+200

manager specializzati ogni anno

nazionalità differenti



### **Empowerment**

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



### **Talento**

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



### **Contesto Multiculturale**

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.





### Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico"

### Perché studiare in TECH? | 09 **tech**

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



#### **Analisi**

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



### Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



### Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, volume + tecnologia = prezzo dirompente. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.





### tech 12 | Perché scegliere il nostro programma?

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:



## Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.



## Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.



## Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.



### Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.



### Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.



## Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.



### Migliorerai le soft skills e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.



### Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Global University.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.





### tech 16 | Obiettivi

### TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti. Lavoriamo insieme per raggiungerli.

Il **Executive Master in Organizzazione di Eventi** specializza lo studente per:



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



Sviluppare capacità di relazioni interpersonali che consentano di gestire team di lavoro multidisciplinari e multiculturali



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





Cercare e gestire delle informazioni da fonti decisionali che contribuiscono al conseguimento degli obiettivi dell'organizzazione



Definire obiettivi, strategie e politiche aziendali nel mercato MICE per stabilire politiche adeguate in linea con gli obiettivi e le strategie aziendali di organizzazione di eventi nel settore del 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)



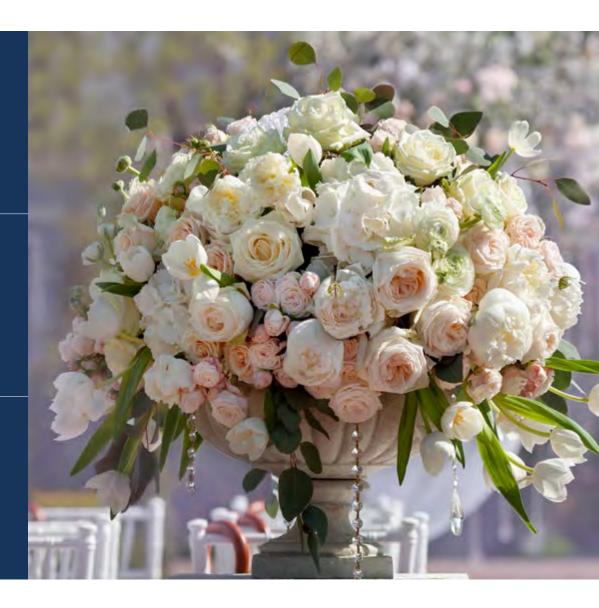
Acquisire una comprensione approfondita delle tendenze attuali nell'organizzazione di eventi

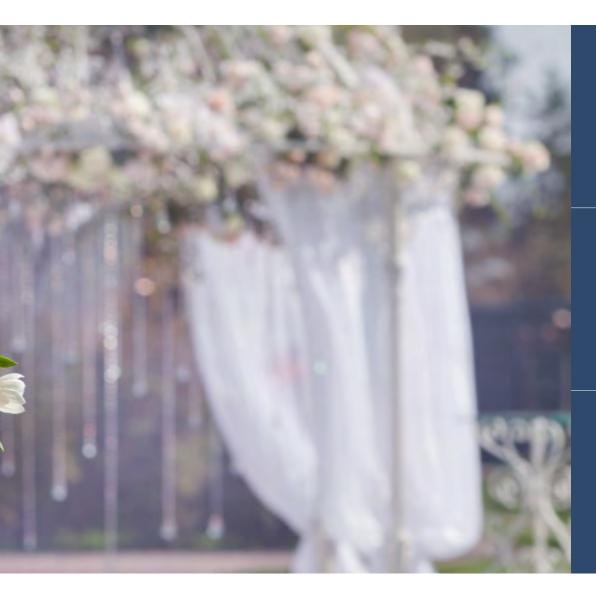


Imparare a conoscere la digitalizzazione dell'evento, gli strumenti più utilizzati e le nuove tendenze



Comprendere l'importanza e l'organizzazione di eventi ibridi







Capire i diversi modi di sponsorizzare un evento, l'ambiente etico e giuridico o di *compliance* dei differenti settori

13

Realizzare la presentazione del dossier di sponsorizzazione



Comprendere la nuova realtà nell'organizzazione degli eventi a seguito della grande crisi causata dalla pandemia da COVID 19







Conoscere il settore MICE, qual è il suo campo d'azione e da chi è composto



Gestire i progetti dalla raccolta delle informazioni alla presentazione



Comprendere l'industria degli eventi e il turismo d'affari



03

Differenziare ogni tipo di evento in base al suo obiettivo e alle sue esigenze



Comprendere le diverse tecniche e gli strumenti coinvolti nella progettazione di eventi



Implementare le nuove tendenze negli eventi immersivi ed esperienziali



Conoscere il protocollo d'azione in caso di emergenza.



09

Applicare i concetti fondamentali per la pianificazione del budget e la sua implementazione



Padroneggiare tutti gli elementi della pianificazione di un evento, dal protocollo, alla sicurezza, alla logistica, agli ospiti, ai relatori, ai trasporti, alla tempistica, ecc.



Eseguire una pianificazione strategica della comunicazione e un piano di marketing in base all'obiettivo prefissato



Comprendere le nuove tecnologie di comunicazione e la loro importanza per la generazione di eventi ibridi o digitali

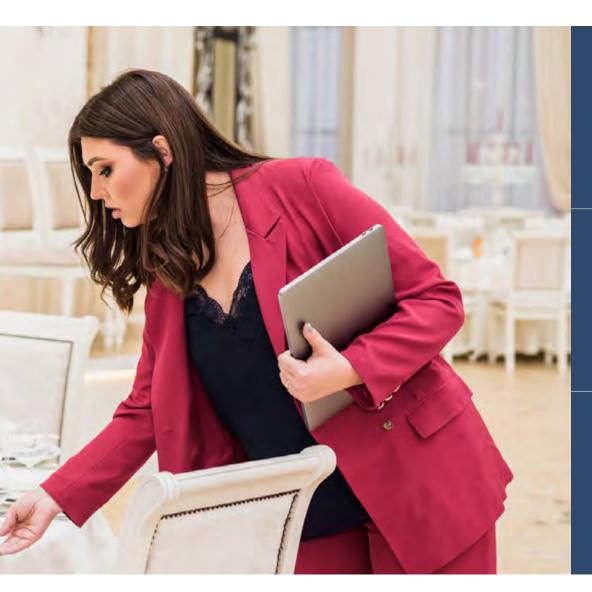


Dirigere team di comunicazione e Marketing



Imparare a conoscere i social network e l'importanza degli eventi dal vivo nella comunicazione di un evento







Dirigere gli aspetti logistici e operativi dell'evento in base alle sue esigenze



Coordinare la sponsorizzazione degli eventi e i loro aspetti più rilevanti insieme ai partecipanti.



Sapere come risolvere gli incidenti in loco e i protocolli di intervento in ogni caso





### tech 28 | Struttura e contenuti

#### Piano di studi

Il Executive Master con contenuti esclusivi di TECH Global University , è un programma intensivo che prepara il professionista ad affrontare sfide e decisioni aziendali nell'ambito della Organizzazione di Eventi.

Fornisce gli strumenti necessari e le conoscenze più importanti e allo stesso tempo le più utili, per svilupparsi professionalmente, soprattutto nelle aree di Strategia, Comunicazione, Marketing, Finanza, Organizzazione e Pianificazione, Operazioni e Logistica. Tutte le aree donano valore e conoscenze adeguate per lo sviluppo professionale dello studente sia all'interno di un'organizzazione in posizioni manageriali che nello sviluppo della propria attività.

Il contenuto di questo programma è stato creato da esperti professionisti del settore, che stanno attualmente sviluppando con successo il loro lavoro professionale e che hanno un ampio background e una vasta esperienza, sia in campo aziendale che in campo accademico. Conferisce al programma una propria identità, con contenuti eccellenti e, allo stesso tempo, con casi di studio imbattibili e completamente aggiornati.

Durante le 1.500 ore che compongono i 12 mesi di specializzazione, gli studenti analizzeranno diversità di casi pratici mediante il lavoro individuale e di gruppo. Si tratta quindi di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale.

Un piano di studi che comprende conoscenze, sia teoriche che pratiche, necessarie a qualsiasi professionista interessato a guidare un settore in crescita. Adottando competenze più specifiche, come la definizione degli obiettivi, delle strategie e delle politiche commerciali nel mercato MICE, che consentano loro di analizzare, pianificare, sviluppare ed eseguire procedure nel campo del turismo d'affari e degli eventi.

Questo programma ha la durata di 12 mesi e si divide in 10 moduli:

Modulo 1.	L'industria degli Eventi e il Turismo d'Affari
Modulo 2.	Progettazione di Eventi
Modulo 3.	Pianificazione di Eventi
Modulo 4.	La Creazione di Nominativi per gli Eventi
Modulo 5.	Direzione Finanziaria nell'Organizzazione di Eventi
Modulo 6.	Strategie di Direzione in Marketing e Comunicazione
Modulo 7.	Direzione di Marketing e Digitalizzazione di Eventi
Modulo 8.	Direzione di Operazioni e Logistica di Eventi
Modulo 9.	Sponsorizzazione di eventi
Modulo 10.	Digitalizzazione di Eventi: come sviluppare un Evento Digitale?



### Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Executive Master in Organizzazione di Eventi completamente online. Durante i 12 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

Un'esperienza educativa unica, chiave e decisiva per potenziare la tua crescita professionale e dare una svolta definitiva.

## tech 30 | Struttura e contenuti

Mod	<b>ulo 1.</b> L'industria degli Eventi e il Turism	no d'Aff	ari				
1.1.1. 1.1.2.	Il mondo MICE Che cos'è il settore MICE? Chi includono? Qual è il suo campo d'azione?	1.2.2.	Attori e panoramica del settore; impatto economico  Numero di eventi e persone che muove attualmente Aspettative di crescita nell'era post-Covid	1.3.1. 1.3.2.	Congressi, convegni, incentivi Cosa sono un convegno, un congresso e un incentivo? Principali differenze tra questi eventi Tipi di convegni, congressi e incentivi	1.4.1. 1.4.2.	Fiere Principali caratteristiche delle fiere Tipi di fiere La mostra commerciale
1.5.1. 1.5.2.	Il ruolo della Convention Bureau Che cos'è una Convention Bureau? Finalità di un Convention Bureau Coordinamento pubblico-privato tra pubblico e privato	1.6.1. 1.6.2.	Commercializzazione di una destinazione Punti di forza e di debolezza della destinazione Minacce e punti di forza della destinazione Differenziazione e vantaggi competitivi	1.7.2.	Eventi culturali II mercato degli eventi culturali Tipi di eventi culturali Come gestire eventi culturali redditizi		Eventi musicali Importanza del <i>Ticketing</i> <i>Merchandising</i> e sponsorizzazione di concerti
	Eventi sociali Il ruolo del <i>Wedding Planner</i> Celebrazioni e altre ricorrenze	1.10.1 1.10.2	Eventi sportivi . Grandi eventi sportivi . Regolamenti per gli eventi sportivi . Sponsoring				
Mod	<b>ulo 2.</b> Progettazione di Eventi						
2.1.1. 2.1.2.	Gestione dei progetti Raccolta di informazioni, avvio del progetto: Cosa dobbiamo sapere? Studio delle possibili ubicazioni Pro e contro delle opzioni scelte	2.2.1. 2.2.2.	Tecniche di indagine.  Design Thinking  Mappe degli stakeholder Focus Group Bench Marking		Design Thinking esperienziale Immersione cognitiva Osservazione occulta World Café	2.4.2.	Definizione pubblico obiettivo A chi è rivolto l'evento Perché si fa l'evento? Qual è l'obiettivo dell'evento
2.5.1. 2.5.2.	Tendenze  Nuove tendenze di allestimento Contributi digitali Eventi immersivi ed esperienziali	2.6.2.	Personalizzazione e progettazione di spazio Adeguatezza dello spazio al marchio Branding Manuale del marchio	<b>2.7.</b> 2.7.1. 2.7.2. 2.7.3.	Marketing esperienziale Vivere l'esperienza Evento immersivo Incoraggiare il ricordo	2.8.1. 2.8.2.	Segnaletica Tecniche di segnaletica La visione dell'assistente Coerenza della storia. Evento con segnaletica
2.9.2.	Studi di possibili sedi. I 5 perché	2.10.1 2.10.2	Proposta di allestimento. Tipi di scenari  Nuove proposte di allestimento Priorità alla vicinanza con il relatore 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	<ul> <li>3.2. Organizzazione degli spazi</li> <li>3.2.1. Numero di assistenti previsti</li> <li>3.2.2. Numero di sale simultanee</li> <li>3.2.3. Formati delle camere</li> </ul>	<ul> <li>3.3. Relatori e ospiti</li> <li>3.3.1. Selezione dei relatori</li> <li>3.3.2. Contatto e conferma dei relatori</li> <li>3.3.3. Gestione dell'assistenza dei relatori</li> </ul>	<ul><li>3.4. Protocollo</li><li>3.4.1. Gamma di personalità invitate</li><li>3.4.2. Disposizione della Presidenza</li><li>3.4.3. Organizzazione dei parlamenti</li></ul>
<ul> <li>3.5. Sicurezza</li> <li>3.5.1. Controllo degli accessi: il punto di vista della sicurezza</li> <li>3.5.2. Coordinamento con le FCSE</li> <li>3.5.3. Controllo interno degli spazi</li> </ul>	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	<ul> <li>3.7. Capacità</li> <li>3.7.1. Valutazione delle capacità</li> <li>3.7.2. Distribuzione degli assistenti nella sede</li> <li>3.7.3. Capacità massime e decisioni da prendere</li> </ul>	<ul> <li>3.8. Accessi</li> <li>3.8.1. Studio del numero di accessi</li> <li>3.8.2. Capacità di ogni accesso</li> <li>3.8.3. Calcolo <i>Timing</i> per l'ingresso e l'uscita da ogni accesso</li> </ul>
<ul> <li>3.9. Trasporto</li> <li>3.9.1. Valutazione delle possibilità di trasporto</li> <li>3.9.2. Accessibilità ai trasporti</li> <li>3.9.3. Trasporto proprio o pubblico. Pro e contro</li> </ul>	3.10. Ubicazioni 3.10.1. Quante sedi ha l'evento 3.10.2. Dove si trovano 3.10.3. Facilità di accesso alle sedi		
<b>Modulo 4</b> . La Creazione di Nominativi pe	r gli Eventi		
<ul> <li>4.1. Scelta della destinazione</li> <li>4.1.1. Studio della destinazione</li> <li>4.1.2. Potenziale della destinazione; punti di forza</li> <li>4.1.3. Infrastruttura di destinazione</li> </ul>	<ul><li>4.2. Vantaggi della destinazione</li><li>4.2.1. Trasporto e facilità di accesso</li><li>4.2.2. Strutture ricettive e sedi</li><li>4.2.3. L'offerta turistica</li></ul>	<ul> <li>4.3. Capacità di destinazione</li> <li>4.3.1. Tipo di evento che può ospitare</li> <li>4.3.2. Quanti voli, autostrade, trasporto ferroviario disponibili</li> <li>4.3.3. Centri di congressi. Juoghi e offerta</li> </ul>	<ul> <li>4.4. Offerta culturale e attività della destinazione</li> <li>4.4.1. Offerta gastronomica della destinazione</li> <li>4.4.2. Offerta culturale e ozio della destinazione</li> <li>4.4.3. Attività da svolgere nella destinazione</li> </ul>

### 4.5. Strutture ricettive

- 4.5.1. Studio dell'offerta alberghiera
- 4.5.2. Studio dell'offerta di appartamenti, camping e altre strutture
- 4.5.3. Offerte di residenze studentesche

### 4.6. Trasporto

- 4.6.1. Facilità di accesso alla destinazione
- 4.6.2. Accesso e trasporto verso il veneu
- 4.6.3. Offerte di trasporto interno della destinazione

### 4.7. Università e centri di ricerca

alberghiera

- 4.7.1. Conoscere il numero di università della destinazione
- 4.7.2. Quanti centri di ricerca dispone
- 4.7.3. Curriculum o prestigio delle università e dei centri di ricerca
- 4.4.3. Attività da svolgere nella destinazione

#### 4.8. Impianti sportivi e culturali

- 4.8.1. Quanti impianti sportivi dispone la destinazione
- 4.8.2. Quanti impianti culturali dispone la 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 congressi e sale sportive

- 4.10.1. Numero di centri congressi e convegni
- 4.10.2. Numero di centri sportivi e palazzetti dello
- 4.10.3. Infrastruttura. Possibilità dei centri congressi e sportivi

## tech 32 | Struttura e contenuti

Modulo	o 5. Direzione Finanziaria nell'Organiz	zazion	e di Eventi				
5.1.1. R 5.1.2. <i>T</i>	Budget dell'evento Realizzazione del budget dell'evento Timing del budget Presentazione del budget	5.2.2.	Tipi di entrate	<b>5.3.</b> 5.3.1. 5.3.2. 5.3.3.	Tipi di spesa: fissa e variabile Possibilità di azione in base alle spese	5.4.1 5.4.2	Piano di contingenza Le azioni da intraprendere di fronte all'aumento della spesa Le azioni da intraprendere di fronte alla diminuzione delle entrate Percentuale di spese impreviste
5.5.1. R 5.5.2. P 5.5.3. A	Conto operativo Realizzazione del conto operativo Proventi del conto operativo Izioni da attuare in funzione del conto Iperativo	5.6.1. 5.6.2.	Gestione dei benefici Scopo dell'evento e del suo ricavato Gestione di borse di studio e sovvenzioni Possibilità di investimento	<b>5.7.</b> 5.7.1. 5.7.2. 5.7.3.		5.8.1. 5.8.2.	Fiscalità Tassazione degli utili in base all'utilizzo L'IVA e il suo impatto) Differenza tra società commerciale o soci senza scopo di lucro
5.9.1. D ra 5.9.2. G	Gestione delle commissioni Determinare il numero di commissioni da aggiungere Gestione delle commissioni secondo il cliente Patto di commissioni con i fornitori	5.10.1 5.10.2	-Ammortamenti ROI. Calcolare il ritorno sull'investimento Tempi di ritorno dell'investimento Ammortamento degli investimenti				
Modulo	o 6. Strategie di Direzione in Marketin	ıg e Co	municazione				
6.1.1. C 6.1.2. L' 6.1.3. L'	Comunicazione strategica Comunicazione strategica negli eventi limportanza dell'ambiente nella strategia limpegno dei marchi nei confronti del ong Term Return	6.2.1. 6.2.2.	Comportamento del consumatore Nuova interpretazione di Maslow Psicologia del consumatore oggi Google sostiene un nuovo modello comportamentale	6.3.1. 6.3.2.	Scopo del marchio Importanza attuale dello scopo del marchio Trovare il valore e lo scopo del marchio Integrazione o coesistenza di finalità con la RSI	6.4.1 6.4.2	Sostenibilità nella strategia Scoperta e pratica della sostenibilità Comunicazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile Attuare gli SDG negli eventi
6.5.1. To 6.5.2. C	Le sfide globali della comunicazione Feorie del Marketing Internazionale Cross-Cultural Marketing e sua applicazione Spostare marchi e messaggi in altri Paesi	6.6.1. 6.6.2.	Pubblicità e Marketing Pubblicità tradizionale e digitale Creatività: arte o scienza Azioni e strumenti per gli eventi	<b>6.7.</b> 6.7.1. 6.7.2. 6.7.3.	Modelli di analisi Analisi interna SWOT e CAME Analisi strategica: Boston eAnsoff Analisi esterna: Le 5 forze di Porter e PESTEL	6.8.1. 6.8.2.	Relazioni con i mezzi di comunicazione Conferenze stampa, comunicati stampa e altri strumenti Formazione dei portavoce Comunicazione di crisi
6.9.1. C 6.9.2. G	Rapporti con le agenzie Concorsi, contratti e altre pratiche Gestione e implementazione del progetto Misurazione e risultati del progetto	6.10.1 6.10.2	Il piano di comunicazione Il piano di comunicazione Sviluppo della parte tattica del piano di comunicazione Attuazione e monitoraggio del piano di comunicazione				

comunicazione

<b>7.1.</b> 7.1.1. 7.1.2. 7.1.3.	Digitalizzazione degli eventi Nuove tecnologie nella comunicazione Eventi digitali Big Data. Metriche e analitiche	<b>7.2.</b> 7.2.1. 7.2.2. 7.2.3.	Segmentazione digitale Nuovi pubblici e tipi di utenti Nuove variabili di segmentazione Il <i>Buyer</i> persona e suo sviluppo	<b>7.3.</b> 7.3.1. 7.3.2. 7.3.3.	Digitalizzazione di informazioni Pensare e comunicare in modo digitale Nuovi modelli <i>Knowlenge Management</i> Fake News e altri nemici della digitalizzazione	<b>7.4.</b> 1. 7.4.2. 7.4.3.	Gestione della reputazione a livello digitale Personal branding Social Listening Inboud Marketing
<b>7.5.</b> 7.5.1. 7.5.2. 7.5.3.	Branding digitale Branding della marca Branding dell'evento Azioni da attuare in funzione del conto operativo	<b>7.6.</b> 7.6.1. 7.6.2. 7.6.3.	Il processo di Benchmarking Scopo dell'evento Analisi della concorrenza Benchmarking di risultati	<b>7.7.</b> 7.7.1. 7.7.2. 7.7.3.	Campagne di eventi Brainstorming e discesa di idee Parte interna ed esterna della campagna Attuazione e monitoraggio della campagna	<b>7.8.</b> 7.8.1. 7.8.2. 7.8.3.	Strumenti digitali Stabilire obiettivi e strategie Selezione del canale e della piattaforma Ottimizzazione dei risultati in tempo reale
<b>7.9.</b> 7.9.1. 7.9.2. 7.9.3.		7.10.1 7.10.2	Direzione di team di marketing e comunicazione  Abilità di leadership Chiavi per un Management pragmatico Gestione quotidiana				
Mod	l <b>ulo 8.</b> Direzione operativa e logistica d	egli eve	nti				
<b>8.1.</b> 8.1.1.	Operazioni e logistica delle attività Studio delle necessità dell'attività Progettare le operazioni necessarie	<b>8.2.</b> 8.2.1.	Logistica dei trasporti e accessi Logistica in base ai tipi di trasporto per l'evento	8.3.	Gestione delle risorse umane dell'evento	<b>8.4.</b> 8.4.1. 8.4.2.	Gestione dei fornitori Politica di comunicazione con i fornitori Gestione delle operazioni di ciascun fornitori

#### 8.7. Gestione della sostenibilità 8.6. Gestione dell'accessibilità 8.5. Relatori e ospiti VIP 8.8. Trasferimenti e trasporto interno 8.5.1. Protocollo di contatto VIP 8.6.1. Gestire l'accessibilità all'evento. 8.7.1. Gastronomia locale 8.8.1. Protocollo di gestione dei *Transfers* 8.5.2. Gestione delle esigenze degli ospiti VIP (aree 8.7.2. Gestione dei residui dell'evento Compiti da svolgere degli ospiti di accesso, sicurezza, trasporto, ecc.) 8.6.2. Gastronomia inclusiva e rispettosa 8.7.3. Selezione di materiali e prodotti sostenibili 8.8.2. La difficoltà dell'aeroporto e delle sue 8.6.3. Programmi di inclusione per assistenti 8.5.3. Gestione del personale di assistenza e cura operazioni dei VIP. Relatore con difficoltà 8.8.3. Gestione e risoluzione degli incidenti 8.9. Aspetti operativi del servizio 8.10. Allestimento e smontaggio dell'evento all'assistente 8.10.1. Calcolo del Timing e personale per il 8.9.1. L' Hospitality Desk 8.9.2. Segmentazione degli spazi di assistenza montaggio 8.10.2. Necessità logistiche di montaggio 8.9.3. Gestione degli incidenti speciali 8.10.3. La logistica dello smontaggio dell'evento

## tech 34 | Struttura e contenuti

Mod	<b>ulo 9.</b> Sponsorizzazione di eventi						
<ul><li>9.1.</li><li>9.1.1.</li><li>9.1.2.</li><li>9.1.3.</li></ul>	Pianificazione e strategia di sponsorizzazione: scelta del Target Group  Aspetti da analizzare del settore da sponsorizzare Selezione dei migliori sponsor Cosa deve essere sponsorizzato e le cause della sponsorizzazione	9.2.1. 9.2.2. 9.2.3.	Politiche del settore. Codice deontologico Compliance Codice etico di ogni settore La gestione dei dati degli sponsor I dipartimenti di Compliance e la sua importanza	9.3. 9.3.1. 9.3.2. 9.3.3.	Generazione del Dossier di sponsorizzazione. Presentazione Presentazione Identificazione Obiettivi	9.4.2.	Generazione del Dossier di sponsorizzazione. Dati tecnici Identificazione di avalli e avvisi Dati storici Possibilità di sponsorizzazione
9.5. 9.5.1. 9.5.2. 9.5.3.	Gestione di prezzi di vendite Calcolare i prezzi di vendita delle sponsorizzazioni Vendite individuali per concetto Vendite di gruppo di diverse sponsorizzazioni	9.6.1. 9.6.2. 9.6.3.	Piani e ubicazione delle aree espositive Realizzazione di Stands Cosa si dovrebbe riflettere Flusso di transito dei partecipanti	<b>9.7.</b> 9.7.1. 9.7.2. 9.7.3.	Pianificazione dell'area espositiva Visualizzazione Notorietà Equità in funzione del volume	9.8. 9.8.1. 9.8.2. 9.8.3.	Politiche di commercializzazione Dove vendere sponsorizzazioni Come vendere una sponsorizzazione Scadenze di pagamento e penali
9.9. 9.9.1. 9.9.2. 9.9.3.	Gestione e monitoraggio vendite di sponsorizzazioni Realizzazione e previsione delle sponsorizzazioni Studio di fattibilità Raggiungimento degli obiettivi o ripensamento	9.10.1 9.10.2	Fedeltà della sponsorizzazione  Azioni di fidelizzazione per gli sponsor  Servizi da fornire  Miglioramenti o innovazioni				

Modulo 10. Digitalizzazione di Eventi. Come sviluppare un Evento digitale								
10.1. L'era COVID-19 negli eventi 10.1.1. Cose importanti da sapere 10.1.3. Timing delle decisioni	<ul> <li>10.2. Pianificazione di eventi digitali. Scaletta</li> <li>10.2.1. Creazione della scaletta</li> <li>10.2.2. Elementi da tenere in considerazione nella scaletta</li> <li>10.2.3. Aspetti da riflettere nella scaletta. Priorità</li> </ul>	<ul> <li>10.3. Scelta dei fornitori</li> <li>10.3.1. Scelta del <i>Partner</i> tecnologico</li> <li>10.3.2. Requisiti da richiedere al fornitore</li> <li>10.3.3. Scelta dei fornitori. Fattore prezzo vs. Fattore di valore. Esperienza</li> </ul>	<ul> <li>10.4. Gestione di reti e internet</li> <li>10.4.1. Aspetti della gestione della rete da tenere in considerazione</li> <li>10.4.2. Contrattazione di servizi Internet</li> <li>10.4.3. Test di sforzo e di saturazione delle reti</li> </ul>					
10.5. Obiettivi della campagna. Pubblico 10.5.1. Determinare il pubblico target che si vuole raggiungere 10.5.2. Ritrasmissione in altre lingue 10.5.3. Sale da trasmettere	<ul> <li>10.6. Interazione dei partecipanti. Votazione</li> <li>10.6.1. Realizzazione del sistema di interazione</li> <li>10.6.2. Elementi da tenere in considerazione nell'interazione degli assistenti</li> <li>10.6.3. Forme e procedure per sviluppare l'interazione</li> </ul>	10.7. Video introduttivo. Kyrons. Musica 10.7.1. Kyrons. 10.7.2. Importanza dell'introduzione 10.7.3. Risorse da prendere in considerazione	<ul> <li>10.8. Coordinamento dal vivo e digitale. Relatori in loco e a distanza</li> <li>10.8.1. Contatto con i relatori</li> <li>10.8.2. Consegna del programma d'azione ai relatori</li> <li>10.8.3. <i>Timing</i> e l'organizzazione dei relatori. Regole da seguire</li> </ul>					
10.9. Generazione di set virtuali 10.9.1. Croma 10.9.2. Posteriore 10.9.3. Schermi <i>Leds</i>	10.10. Gestione di eventi virtuali e ibridi 10.10.1. Follow-up dell'evento attraverso la regia 10.10.2. Scaletta e ordine di trasmissione 10.10.3. Risoluzione degli incidenti in diretta							



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*.



## tech 38 | Metodologia

#### 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 scuoten 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.

## tech 40 | Metodologia

#### Metodologia Relearning

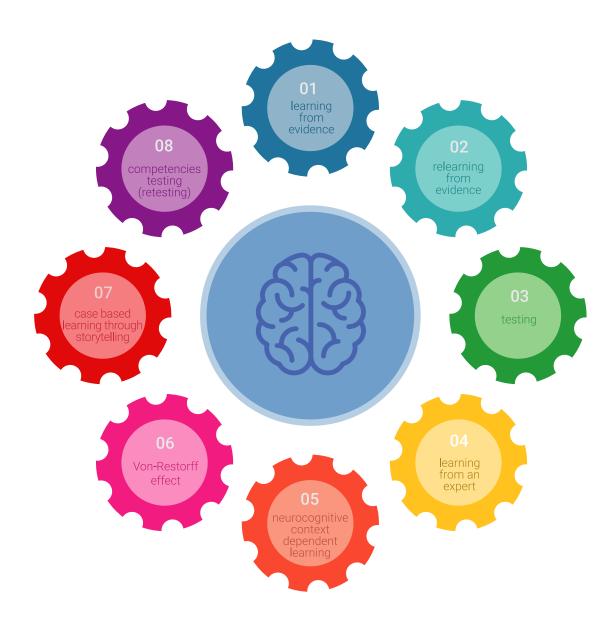
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

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.



### Metodologia | 41 tech

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.

## tech 42 | Metodologia

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



#### Materiale 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.



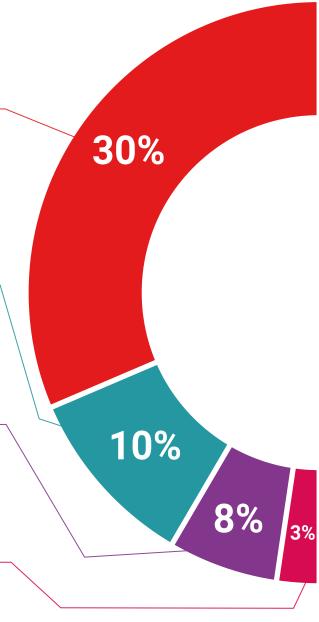
#### Stage di competenze manageriali

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



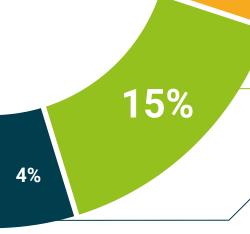
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

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

#### **Testing & Retesting**



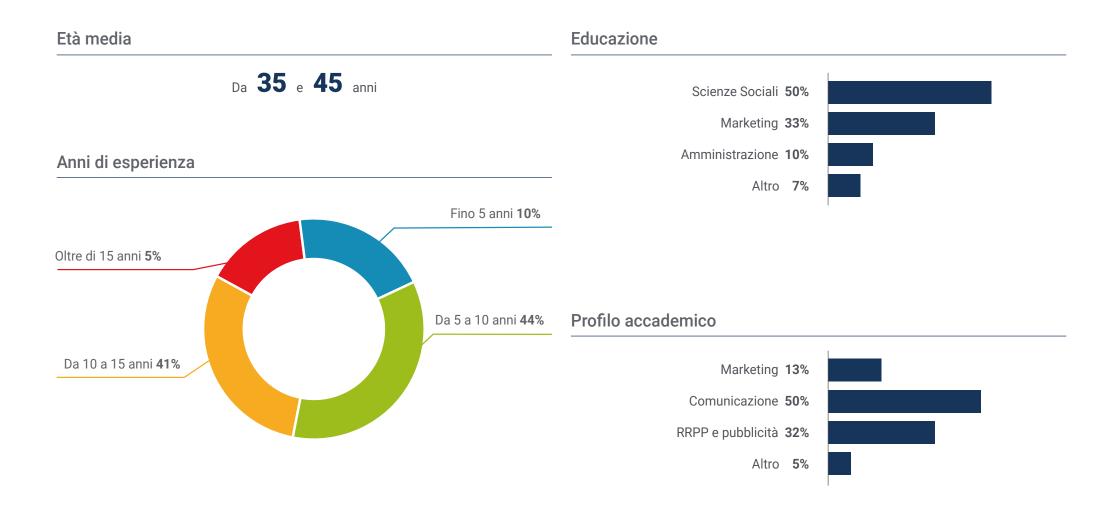
Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



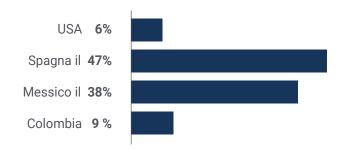




## tech 46 | Profilo dei nostri studenti



#### Distribuzione geografica





## Paola Fernández

#### Stage Manager

"Il piano di studi e la metodologia di questo programma mi hanno spinta a prendere la decisione di iscrivermi. Con il mio attuale lavoro e le mie responsabilità, non ho avuto il tempo di realizzare l'obiettivo di professionalizzazione che mi ero prefissata anni fa. Ma con TECH in pochi mesi sono riuscita a completare il programma e a raggiungere una posizione migliore nell'azienda per cui lavoro, grazie alle conoscenze e agli strumenti più aggiornati che ho appreso in questo Executive Master"





## tech 50 | Direzione del corso

#### 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 di Sviluppo di Creativialab S.L.
- Direttore Barcelona Congréso Médic S.L.
- Master in Direzione di Marketing
- Master in Marketing Farmaceutico presso ISM- ESIC
- Diploma in Diritto Tributario presso ESINE

#### Personale docente

#### Dott. Perelló Sobrepere, Marc

- Responsabile della Comunicazione Aziendale e di Marketing
- Direttore del settore digitale e della strategia di Creativialab 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'Università CEU Abat Oliba
- Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso l'Università CEU Abat Oliba
- Master in Scienze Umanistiche e Scienze Sociali presso l'Università CEU Abat Oliba







Potrai padroneggiare le strategie di pianificazione degli eventi per tutti i tipi di eventi ed eccellere nell'ambito organizzativo con le competenze sviluppate durante questo programma.

### Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta.

Il Executive Master in Organizzazione di Eventi di TECH è un programma intensivo che prepara gli studenti ad affrontare sfide e decisioni nell'ambito dell'organizzazione e pianificazione di vario tipo. Il programma punta a farti crescere sia a livello personale che professionale, aiutandoti a raggiungere il successo.

Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, questo è il programma che fa per te.

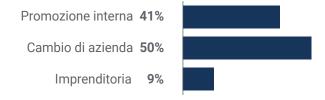
Iscriviti ora e vivi l'esperienza di diventare un Organizzatore di Eventi in modalità 100% online e in soli 12 mesi.

#### Momento del cambiamento

Durante il programma l'
11%

Durante il primo anno il
26%

#### Tipo di cambiamento



#### Miglioramento salariale

Gli studenti che hanno portato a termine questo programma hanno ottenuto un incremento salariale superiore al **25,22%** 

Salario precedente

57.900 €

Incremento salariale del

25,22%

Salario posteriore

75.500 €





## tech 58 | Benefici per la tua azienda

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.



#### Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.



## Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda stessa.



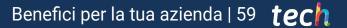
#### Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.



# Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.





### Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda



#### Aumento della competitività

Questo Executive Master fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.







## tech 62 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Executive Master in Organizzazione di Eventi** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

**TECH Global University** è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra (*bollettino ufficiale*). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: Executive Master in Organizzazione di Eventi

Modalità: online

Durata: 12 mesi

Accreditamento: 60 ECTS





<sup>\*</sup>Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH Global University effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



## **Executive Master** Organizzazione di Eventi

» Modalità: online

» Durata: 12 mesi

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 60 ECTS

» Orario: a scelta

» Esami: online

