

Nome docente	FABRIZIO MASSARI
Corso di laurea	LM-EGAST
Anno accademico	2015-16
Periodo di svolgimento	I SEM.
Crediti formativi universitari (CFU)	8
Settore scientifico disciplinare	SECS-P/07

Programma di
Management delle aziende e degli eventi turistici
Corso di Laurea LM-EGAST 2015-16

Pre-requisiti

E' necessario essere iscritti al II anno ed aver maturato la frequenza

Obiettivi del corso

**analizzare tutti gli Attori coinvolti nella creazione di progetti ed iniziative legate al turismo;
fornire tutti gli strumenti manageriali al fine di poter progettare, organizzare e gestire progetti legati
sia agli eventi di tipo leisure/culturale che business.**

Programma

Parte I: il soft project management per il turismo

Aspetti introduttivi al concetto di “management aziendale”

Caratteristiche generali del “soft project management”

Il soft project management per il turismo

Parte II: management ed eventi

Il concetto di “evento”: le diverse declinazioni

Caratteristiche generali dell’event-management

I principali attori coinvolti

Le figure professionali legate agli eventi

Bibliografia

Martone A., Ramponi M., “Soft project management. Dal progetto alla gestione del gruppo”,
Ed. IPSOA-Management, Milano, 2011 (TUTTO)

versione e-book: http://shop.wki.it/Ipsoa/Libri/Soft_project_management_s82612.aspx

Dispense a cura del docente (chiedere al docente).

Modalità di accertamento conoscenze

- **Prova scritta: SI**

SOLO per i frequentanti: presentazione lavoro di gruppo su creazione progetto/evento

- Per tutti gli altri: ricerca individuale da presentare almeno 7gg prima della data di appello selezionata.

Tipologia di ricerca: analisi di un evento già esistente di tipo business o leisure (locale, nazionale, internazionale) a scelta dello studente, ma da coordinare prima con il docente

Punti da analizzare per la ricerca: tipologia evento e sua classificazione; obiettivi evento; tipologia di organizzazione; tecniche utilizzate per la gestione del tempo/lavoro; tecniche per la realizzazione evento; piano generale di produzione evento; piano di marketing evento; strategie di comunicazione/promozione evento; target; impatto economico; piano economico/finanziario (anche budget).

- **Colloquio Orale: NO**

Forme di assistenza allo studio

Ricevimento studenti

Organizzazione della didattica

- **Esercitazioni: POSSIBILE**
- **Seminari: POSSIBILE**
- **Attività di laboratorio: POSSIBILE**