

Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Gestione e pianificazione degli eventi
Codice insegnamento	30182
Titolo aggiuntivo	
Settore Scientifico-Disciplinare	ECON-07/A
Lingua	Italiano
Corso di Studio	Corso di laurea in Management del Turismo, dello Sport e degli Eventi
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
Anno/i di corso	2
CFU	6
Ore didattica frontale	36
Ore di laboratorio	-
Ore di studio individuale	-
Ore di ricevimento previste	18
Sintesi contenuti	<p>Questo insegnamento rientra tra le attività formative affini-integrative.</p> <p>Il corso inizia con un'introduzione generale all'industria degli eventi e il suo impatto. In seguito analizzerà i processi amministrativi nella gestione degli eventi; scopo principale del corso è di fornire agli studenti le conoscenze necessarie per l'organizzazione e gestione degli eventi. Il corso analizza inoltre i modelli con cui risorse tecniche ed umane possono essere impiegate per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.</p> <p>Al termine del corso, gli studenti dovrebbero essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendere le principali caratteristiche della pianificazione degli eventi;

	<ul style="list-style-type: none"> • Prendere in esame e valutare strategie imprenditoriali per l'organizzazione di eventi di successo; • Identificare i vari settori dell'industria degli eventi e analizzarli dal punto di vista manageriale; • Saper utilizzare in modo pratico le conoscenze di project management con l'uso di diversi software per l'organizzazione di eventi e la gestione dei progetti.
Argomenti dell'insegnamento	
Parole chiave	
Prerequisiti	
Insegnamenti propedeutici	
Modalità di insegnamento	
Obbligo di frequenza	-
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	<p>Conoscenza e comprensione MANAGEMENT delle teorie di gestione delle imprese dell'organizzazione aziendale in differenti contesti dell'organizzazione e gestione delle risorse umane dell'iterazione tra le diverse funzioni di gestione della natura e dello scopo dell'industria turistica, dello sport e degli eventi, delle loro attività, dei loro sistemi aziendali e degli strumenti necessari per la loro gestione della gestione dei flussi informativi del marketing e delle sue funzioni nel mercato dei consumatori (incluse le scienze comportamentali, le ricerche di mercato, il marketing della destinazione)</p> <p>delle strategie delle imprese e dei modelli di business di base dei principali strumenti di pianificazione strategica e dell'uso appropriato e dipendente dal contesto della teoria e dei metodi della leadership della gestione del turismo sostenibile in un contesto internazionale delle attuali dinamiche di competitività internazionale nel mercato del turismo di concetti, modelli e tecniche per l'analisi delle problematiche attuali nello sport</p>

della gestione dello sport in un contesto internazionale delle peculiarità del mondo dello sport al fine di migliorare la gestione dello sport nella società odierna.

"Capacità di applicare conoscenza e comprensione"

MANAGEMENT

diversi aspetti delle teorie manageriali al settore dei servizi analizzare problematiche aziendali interne e legate al contesto esterno offrendo possibili soluzioni

gestione del personale in diversi contesti organizzativi

revisione della gestione dell'organizzazione come funzioni separate e nel suo insieme

differenziazione dei ruoli e delle caratteristiche dei diversi attori del settore turistico, dello sport e degli eventi

utilizzo e consolidamento delle informazioni e le risorse disponibili per determinare le differenze nei diversi sistemi di gestione del turismo e dello sport

determinazione del valore dei diversi stakeholder e delle diverse strategie nel turismo e nello sport e comprensione dell'impatto sulle prestazioni dei vari sistemi di gestione.

valutazione di diversi approcci di marketing digitale

principi manageriali a imprese di diverse dimensioni e in diversi contesti

analisi del settore, analisi della concorrenza e analisi dell'ambiente aziendale in diversi settori

supporto per il processo decisionale strategico e operativo utilizzando strumenti e scenari di pianificazione di base

sviluppo e guida delle risorse umane

creazione di una proposta di soft skill vincente per nuove iniziative

identificazione di potenziali talenti sul mercato

supporto alle decisioni aziendali operative e strategiche nelle infrastrutture per lo sport

gestione di infrastrutture per lo sport

project management attraverso l'uso di diversi software per l'organizzazione di eventi e la gestione dei progetti

valorizzazione di opportunità e risorse locali sul mercato internazionale degli eventi

comunicazione nel settore turistico in ambienti di lavoro interculturali

	<p>segmentazione del mercato dello sport, il targeting e posizionamento del prodotto contribuire allo sviluppo di strategie di marketing mix e strumenti nel marketing attraverso lo sport e la commercializzazione di sport. sviluppo e commercializzazione di proposte di sponsorizzazione. utilizzo del pensiero critico relativamente alle attuali pratiche di management dello sport, valutando anche l'evoluzione del mercato dello sport.</p> <p>Autonomia di giudizio identificare le variabili più rilevanti da utilizzare nell'adottare decisioni in situazioni complesse; relazionare analiticamente e criticamente su informazioni, evidenze empiriche e dati per prendere adeguate decisioni economico-manageriali; valutare gli strumenti di analisi più idonei, sia quantitativi che qualitativi per assistere il processo decisionale;</p> <p>Abilità comunicative I/Le laureati/e del corso di laurea in Management del Turismo, dello Sport e degli Eventi svilupperanno competenze comunicative e di presentazione per spiegare, argomentare e riassumere, in un contesto professionale, i temi interdisciplinari complessi del settore del turismo, dello sport e degli eventi. Il raggiungimento di questo obiettivo sarà valutato tramite esami scritti, compiti individuali e di gruppo nonché la tesi di laurea finale.</p> <p>Capacità di apprendimento capacità di reperire le informazioni necessarie per rimanere al passo con i cambiamenti del settore dei servizi in generale e con quello del turismo, sport ed eventi in particolare; capacità di reperire e rendere utilizzabili informazioni da banche dati, da studi di ricerca, da leggi, regolamenti e norme che vengono applicate nella vita professionale; capacità di analizzare, valutare in modo critico ed integrare dati, informazioni ed esperienze; capacità di sviluppare possibili soluzioni per problemi economici e gestionali nei contesti operativi di riferimento agli sbocchi occupazionali dei/delle laureati/e.</p>
Obiettivi formativi specifici e	

risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	
Criteri di valutazione	
Bibliografia obbligatoria	
Bibliografia facoltativa	
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	