Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Gestione e pianificazione degli eventi
Codice insegnamento	30182
Titolo aggiuntivo	
Settore Scientifico-Disciplinare	SECS-P/08
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	Questo insegnamento rientra tra le attività formative affini-integrative. 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. Al termine del corso, gli studenti dovrebbero essere in grado di: • Comprendere le principali caratteristiche della pianificazione degli eventi;

	• Prendere in esame e valutare strategie 6/9 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	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) 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

	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

	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. tilizzo del pensiero critico relativamente alle attuali pratiche di management dello sport, valutando anche l'evoluzione del mercato dello sport. 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; 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. 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.
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)	